

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

**JOSEFA M. e S. B. ANDRADE – ZEFINHA BENTIVI**

**MODOS DE DIZER DO JORNALISMO IMPRESSO BRASILEIRO:**

Para além dos códigos, o regime de verdade nos dispositivos interacionais da notícia.

Porto Alegre

2016

**JOSEFA M. E S. B. ANDRADE - ZEFINHA BENTIVI**

**MODOS DE DIZER DO JORNALISMO IMPRESSO BRASILEIRO:**

para além dos códigos, o regime de verdade nos dispositivos interacionais da notícia

Tese apresentada como requisito para a obtenção do título de Doutorado pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg

Porto Alegre

2016

**B476m**

Bentivi, Zefinha

Modos de dizer do jornalismo impresso brasileiro: para além dos códigos, o regime de verdade nos dispositivos interacionais da notícia. / Zefinha Bentivi - Josefa Melo e Souza Bentivi Andrade – Porto Alegre, 2016.

496 f.

Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – Faculdade de Comunicação Social, PUCRS.  
Orientador: Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg

1. Comunicação Social. 2. Jornalismo. 3. Notícia. 4. Enunciação. 5. Regime de Verdade. 6. Dispositivos Interacionais. I. Wainberg, Jacques Alkalai. II. Andrade, Josefa Melo e Souza Bentivi. III. Título.

**CDD 070.172**

**Ficha elaborada pela bibliotecária Anamaria Ferreira CRB 10/1494**

**JOSEFA M. E S. B. ANDRADE - ZEFINHA BENTIVI**  
**MODOS DE DIZER DO JORNALISMO IMPRESSO BRASILEIRO:**

para além dos códigos, o regime de verdade nos dispositivos interacionais da notícia.

Tese apresentada como requisito para a obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovada em: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg** (Orientador)  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

---

**Prof. Dr. Juremir Machado da Silva**  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

---

**Prof. Dr. Jorge Campos da Costa**  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

---

**Prof. Dr. José Ribamar Ferreira Junior**  
Universidade Federal do Maranhão

---

**Prof<sup>a</sup>. Dra Sandra de Fátima Batista de Deus**  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

---

A Chiquinha, minha avó-mãe, minha  
inspiração.

Ao meu filho Gabriel, por me fazer mais  
jovem a cada dia.

Aos meus netos: Carlos, Davi, Fernanda e  
Joaquim.

Aquém e além de mim, na vida que segue.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, o Criador, em Jesus Cristo, o Salvador, meu consolo e amparo em todas as horas.

Ao meu pai, José, meu mestre em docilidade, ternura e afeto.

A minha mãe, Zima, que me ensinou, desde cedo, o valor das palavras.

Ao meu amor, meu namorado, meu amante, meu marido, meu companheiro, meu amigo, meu cúmplice pela vida, Carlos Augusto, por tudo, principalmente por decidir, mais uma vez, ‘aventurar’-se comigo, desta feita, em terras distantes, garantindo que eu estivesse em casa, mesmo a mais de três mil quilômetros de distância.

A minha Dadá, pelo carinho, pela dedicação, mas, principalmente, por me surpreender e me fazer rever todas as minhas ‘verdades’.

A minha filha Melyssa, minha Lyssote, com quem aprendo a ser mãe e a ser filha, em lições que só o Amor produz; ao meu genro Francisco, um filho, um amigo e um grande parceiro de ‘cochichos’, ‘fofocas’ e ‘segredos’.

A Minha filha Marina, minha Nina, meu papo ‘terapêutico’, minha companhia favorita para conversas ‘cabeça’, uma parceira no jeito romântico de levar e vida; ao meu genro-filho Fábio, pelo carinho, pela troca, pela solidariedade e pela disponibilidade para estarmos em família.

A minha filha Marília, minha preta, minha caçula, a companheira de chopes e baladas, uma parceira no jeito boêmio, sensível e solidário de levar e vida e ao seu noivo Bruno cuja humanidade me emociona e me faz muito bem;

A Gabriel, meu filho da maturidade, meu caçula, um anjo de luz que trouxe frescor e juventude aos meus dias.

A minha filha-sobrinha Janaína, pela realização, pelo orgulho e pela alegria que aporta em minha vida e ao meu genro Arnaldo pelo afeto, pela cumplicidade e confiança que fomos construindo dia-a-dia;

Aos doutores do encantamento e da doçura e do eterno em mim: meus netos Carlos, Davi, Fernanda e Joaquim, indescritível a emoção de estar com eles!

Ao meu irmão, João Bentiví, meu amigo, meu parceiro, o homem que ‘inventou’ a Zefinha a quem sou eternamente grata e aos demais membros de minha família: cunhadas, sobrinhos, sobrinhas, tios e tias, primos e primas.

A minhas amigas-irmãs Angélica, Eliane, Denize, Jamila e Márcia, pela solidariedade e cumplicidade; pela história, enfim, que tecemos juntas na qual somos, indistintamente, o pano, a agulha e a linha.

Ao meu orientador, professor-doutor Jacques A. Wainberg, pelos preciosos e objetivos conselhos e, principalmente, por confiar em mim e respeitar minhas escolhas e à sua esposa Helene Rose, pela acolhida afetuosa e pela solidariedade.

Aos professores: Dr. Jorge Campos da Costa; Dr. José Ribamar Ferreira Junior; Dr. Juremir Machado da Silva; Dra Sandra de Fátima Batista de Deus, por aceitarem participar da banca. Em especial, Juremir Machado e Jorge Campos, pelas contribuições dadas na banca de qualificação.

Ao professor-doutor Antônio Hohlfeldt, coordenador acadêmico do DINTER, que soube, como poucos, conjugar formalismos e exigências com respeito e carinho.

Aos professores Dr. Francisco Gonçalves da Conceição e Dr. Esnel José Fagundes, coordenadores locais do DINTER, sem os quais não teria sido possível a realização do programa. Competência, mediação e parceria sintetizam o muito do que vocês fizeram.

Aos professores do PPGCOM da FAMECOS que estiveram em São Luís e aos demais que nos receberam em Porto Alegre e contribuíram conosco, compartilhando conhecimentos e apoiando nosso estágio doutoral na PUCRS.

Ao Departamento de Comunicação Social da UFMA, pelo apoio e incentivo, de modo especial, aos professores e servidores do Departamento de Comunicação da UFMA. Especialmente ao professor-doutor Protásio César dos Santos, chefe do Departamento; à professora-mestra Luiziane, coordenadora do curso e a Fernanda Lima, secretária do DINTER.

À Ana Leila, Francinete e Nilma, por uma amizade que construímos no mestrado, solidificou-se nestes tempos de doutorado e que se estendeu para nossas famílias. Sinto-as aqui, ‘no lado esquerdo do peito’, ‘junto do coração’.

Aos colegas de DINTER, pelo (re) encontro, pelas descobertas que fizemos, especialmente Flávia, Larissa, Luciana e Maria do Carmo.

A Luzia Vera pela formatação do meu (nosso) trabalho. Eternamente grata pelo envolvimento e comprometimento fundamentais à realização do nosso trabalho. (#há tese).

A Ediana, minha fiel escudeira, por cuidar de mim e de minha família e embarcar também na ‘aventura’ de Porto Alegre.

A Gracinha, pela ajuda na elaboração do projeto e pelo companheirismo em todas as etapas que antecederam minha viagem a Porto Alegre.

À professora-mestra Fátima Santos, pela normalização do trabalho, um trabalho competente e criterioso.

A Darlene, pela identificação, pelos projetos ‘malucos’ que realizamos, principalmente pelas lições de integridade e de generosidade.

Às alunas da UFMA Karol e Arlória, pela seleção e classificação das notícias e ao Gustavo por dar vida às ideias malucas das minhas figuras.

Ao realizar-se na língua, o intelecto perdeu essa irrealidade superior à realidade e procura reconquistá-la superando a língua. Sendo intelecto realizado, entretanto, somente um nome subjetivo da língua, devemos dizer que a língua, como um todo é um processo de realização que tende a superar-se a si mesmo. A língua, essa realização do potencial, expande-se na direção do supra-real e deixa de ser língua neste avanço. O calar-se amorfo da potencialidade, do qual a língua surge, cede lugar ao calar-se supercentrado da indiscursibilidade, dentro do qual a língua se perde.

Vilém Flusser



## RESUMO

Partindo do princípio de que a verdade é a categoria ontológica que regula o jornalismo, assegurando-lhe legitimidade social para construir conhecimentos sobre a realidade, esta tese analisa os processos enunciativos que constituem os modos de dizer do jornalismo impresso brasileiro, pelo acionamento dos dispositivos interacionais da notícia, observando-se o regime de verdade do jornal *a Folha de São Paulo* na construção da cena enunciativa das notícias que têm Fernando Henrique Cardoso (FHC) e Luiz Inácio Lula da Silva (Lula) como personagens, nas campanhas para presidente da República, nas eleições de 1994 e 2002. Verdade e a legitimidade que, no jornalismo, são questionáveis e instáveis, sobretudo em momentos de crise institucional e política, como a que se vivencia no Brasil, em 2016, quando a sociedade reivindica ao jornalismo que se atenha à verdade dos fatos, atribuindo a esta instituição a responsabilidade de produzir a verdade sobre os acontecimentos o que torna o tema sempre atual e apropriado à investigação científica. Informa-se que este estudo foi realizado a partir de três matrizes de conhecimento: a comunicação/mídia/o jornalismo; os estudos sobre política, na articulação entre a comunicação e a política no Brasil e os estudos da linguagem, na dimensão interlocutiva da linguagem/concepção intrinsecalista e conversional da pragmática; a linguística da enunciação; a semântica linguística e a semântica do acontecimento. Da ciência política, traz-se a identificação de quatro variáveis conjunturais eleitorais: econômica; governo; político-ideológica e mídia, determinantes nas eleições presidenciais no Brasil, pós-ditadura militar. ‘Desentranhando-se o comunicacional’, constatou-se que, na variável mídia/jornalismo/notícia, as demais variáveis presentificam-se e instituem-se, o que torna a variável mídia um vetor que integra as demais variáveis, condição que potencializa a ação estratégica do jornalismo. A análise dos processos enunciativos da notícia demonstra que FHC e Lula, na cena enunciativa da notícia, disputam um espaço ou lugar referendado por aquilo que *establishment* determina. Nessa lógica, a mídia/o jornalismo dá especial atenção à manutenção do sistema econômico liberal/neoliberal e opta por construir cenas enunciativas enquadrando positivamente personagens que se responsabilizam pela manutenção do sistema, uma condição que reafirma o jornalismo como uma instituição política, uma instituição cujo regime de verdade pauta-se pela defesa de um ‘programa ideal’ para o país que encontrou forma ‘perfeita’ na concepção e implantação do Plano Real por Fernando Henrique Cardoso, na concertação de uma economia simbólica a que Luiz Inácio Lula da Silva teve que aderir.

**Palavras-chave:** Comunicação. Jornalismo. Notícia. Enunciação. Regime de Verdade. Dispositivos Interacionais.

## ABSTRACT

Assuming that the truth is the ontological category that regulates journalism and ensures social legitimacy to build knowledge about reality, this thesis analyzes the enunciative processes that constitute the ways of telling of the Brazilian printed journalism, by activating interactional devices of news, observing the Folha de São Paulo newspaper's regimen of truth in the construction of the enunciation about Fernando Henrique Cardoso (FHC) and Luiz Inacio Lula da Silva (Lula) as characters in the presidential election campaigns in 1994 and 2002. Truth and legitimacy are questionable and unstable in journalism, especially in times of institutional and political crisis, like is experienced in Brazil in 2016, when the society demands that journalism be faithful to the facts, attributing to this institution the responsibility to produce the truth about the events which makes the topic always updated and suitable to the scientific research. This study was conducted from three branches: the communication/media/journalism; studies on politics, on the relationship between communication and politics in Brazil and language studies in interlocutive dimension of language/pragmatic intrinsic conception and conversational approach; the linguistics of enunciation; the linguistics semantics and the semantics of the event. Four electoral conjuncture variables are identified from the political Science and are decisive in the presidential elections in Brazil, post-military dictatorship: economics; government; politics and ideology; and media. 'Unraveling the communication', it was found that into the variable media/journalism/news, other variables are established, what makes the media variable a vector that integrates other variables, a condition that potentiates the strategic action of journalism. The analysis of the enunciative process of the news shows that FHC and Lula, in the expository scene of the news, compete for a place or some countersigned space by what establishment determines. In this logic, the media/the journalism gives special attention to the maintenance of liberal/neoliberal economic system and chooses to build enunciative scenes positively framing characters who are responsible for the system maintenance, a condition that reaffirms journalism as a political institution, an institution whose regimen of truth is guided by the defense of an 'ideal program' to the country that has found its 'perfect' form in the design and implementation of the Real Plan by Fernando Henrique Cardoso, and in the conciliation of a symbolic economy that Luiz Inacio Lula da Silva had to join.

Key words: Communication. Journalism. News. Enunciation. Regimen of truth. Interactional devices.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	QR Code	19
Figura 2	Processos interacionais da notícia	39
Figura 3	Representação gráfica das operações fundamentais	62
Figura 4	Operações enunciativas	108
Figura 5	Matriz de compensação	109
Figura 6	Quadrado semiótico	119
Foto 1	Foto de FHC e Itamar Franco	141
Quadro 1	Variáveis genéricas de comparação entre eleições	143
Quadro 2	Quadro geral de desempenho de variáveis de conjuntura eleitoral	144
Foto 2	Foto Lula e José Alencar	145
Foto 3	Foto de FHC em comício e a nota de real em primeiro plano	147
Quadro 3	Eleições de 1994	155
Quadro 4	Resultado da eleição de 1994	156
Quadro 5	Eleições de 2002	156
Quadro 6	Resultado da eleição de 2002/1º turno	157
Quadro 7	Resultado da eleição de 2002/2º turno	157
Figura 7	A variável mídia em primeiro	169
Quadro 8	Corpus da pesquisa FHC – 1994 (ANEXOS G a AU)	195
Quadro 9	Testagem – 1994 (ANEXOS AV a BD)	200
Quadro 10	Corpus da pesquisa Lula – 2002 (AEXOS BE a CP)	202
Quadro 11	Testagem – 2002- (ANEXOS CQ a DS)	206
Foto 4	FHC e Lula	213

## LISTA DE SIGLAS

CHS	Ciências Humanas e Sociais
ECA/USP	Escola de Comunicação de Artes da Universidade de São Paulo
FENAJ	Federação Nacional dos Jornalistas
FHC	Fernando Henrique Cardoso
INTERCOM	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação
PCO	Partido da Causa Operária
PFL	Partido da Frente Liberal
PL	Partido federalista
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PRN	Partido da Reconstrução Nacional
PRONA	Partido de Reedificação da Ordem Nacional
PSB	Partido Socialista Brasileiro
PSC	Partido Social Cristão
PSTU	Partido Socialista dos Trabalhadores Unificados
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PPR	Partido Progressista Reformador
PPS	Partido Popular Socialista
PT	Partido dos Trabalhadores
PTB	Partido Trabalhista Brasileiro
SBPJor	Associação Brasileira de pesquisadores de Jornalismo
TOPE	Teoria das Operações Predicativas e enunciativas
UFF	Universidade Federal Fluminense
USP	Universidade de São Paulo

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>17</b>
<b>2</b>	<b>JORNALISMO, LINGUAGEM E INTERAÇÃO: O REGIME DE VERDADE NOS DISPOSITIVOS INTERACIONAIS DA NOTÍCIA .....</b>	<b>33</b>
2.1	A SOCIEDADE COMO INSTITUIÇÃO PRIMEIRA: INTERAÇÃO E COMUNICAÇÃO .....	34
2.1.1	<b>Interação e dispositivos interacionais .....</b>	<b>34</b>
2.1.2	<b>O Jornalismo e a linguagem como instituições segundas .....</b>	<b>39</b>
2.1.3	<b>Jornalismo, linguagem e verdade: a racionalidade jornalística em questão .....</b>	<b>45</b>
2.1.3.1	Concepções de linguagem em aproximação teórica com o objeto da pesquisa .....	56
2.1.4	<b>Identidade e legitimidade no/do jornalismo contemporâneo .....</b>	<b>72</b>
2.1.4.1	Dos centros às margens: o jornalismo nosso de cada dia .....	73
2.1.4.2	Da modernidade à pós-modernidade: a morte e morte do jornalismo	79
2.1.5.	<b>Acontecimento noticioso, narrativas e valores: a economia escriturística e os modelos de linguagem no jornalismo .....</b>	<b>85</b>
2.1.5.1	Acontecimento noticioso, narrativas e valores .....	85
2.1.5.2	A economia escriturística: a relação entre os modelos da linguagem e do jornalismo .....	93
2.1.5.2.1	<i>A velha ordem e as concepções de linguagem do modelo .....</i>	<i>95</i>
2.1.5.2.2	<i>Jornalismo pós-industrial: linguagens líquidas? .....</i>	<i>100</i>
2.1.6	<b>Os processos enunciativos da notícia: para além dos códigos, os dispositivos interacionais .....</b>	<b>102</b>
2.1.6.1	As operações enunciativas em língua portuguesa .....	106
2.1.6.1.1	<i>A regulação e os dispositivos de modalização do texto .....</i>	<i>114</i>
<b>3</b>	<b>A MÍDIA NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS: CONTEXTOS E VARIÁVEIS .....</b>	<b>126</b>
3.1	O CONTEXTO E A INSTITUCIONALIZAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL .....	127
3.2	AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS E O MODELO DE VARIÁVEIS	

	ELEITORAIS CONJUNTURAIS .....	141
3.3	1994 E 2002: A CAMPANHA E AS CIRCUNSTÂNCIAS SOCIOCOMUNICACIONAIS DE FHC E LULA .....	154
3.3.1	<b>1994: FHC e a moeda de troca para Presidência .....</b>	<b>157</b>
3.3.2	<b>2002: A adaptação de Lula ao modelo discursivo dominante .....</b>	<b>160</b>
4	<b>O “ESTADO DA ARTE”: ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>164</b>
4.1	SOBRE DESENTRANHAR O COMUNICACIONAL: O PROBLEMA DA PESQUISA .....	168
4.2	A ARQUITETURA DO OBJETO DA PESQUISA .....	177
4.2.1	<b>Em busca dos sentidos: o método indicial e inferencial .....</b>	<b>177</b>
4.2.2	<b>A Constituição Histórica dos Sentidos: o Jornal, o universo e o <i>corpus</i> .....</b>	<b>182</b>
4.2.2.1	O Jornal a Folha de São Paulo .....	183
4.2.2.2	Universo e corpus .....	188
5	<b>EM CENA, OS MODOS DE DIZER DO JORNALISMO BRASILEIRO .....</b>	<b>191</b>
5.1	PROTOCOLOS DE LEITURA E ANÁLISE .....	193
5.2	MODELO EXPLICATIVO DE 1994: INDÍCIOS E INFERÊNCIAS (IMPRESSÃO DE OBVIEDADE E ENFRENTAMENTO DA FALSEABILIDADE).....	210
5.3	MODELO EXPLICATIVO DE 2002: INDÍCIOS E INFERÊNCIAS (IMPRESSÃO DE OBVIEDADE E ENFRENTAMENTO DE FALSEABILIDADE) .....	215
5.4	VARIÁVEIS CONJUNTURAIS ELEITORAIS NA NOTÍCIA .....	219
5.4.1	<b>FHC em 1994 .....</b>	<b>220</b>
5.4.2	<b>Lula em 2002 .....</b>	<b>228</b>
5.5	A VARIÁVEL MÍDIA NAS CENAS ENUNCIATIVAS DA NOTÍCIA.....	239
5.5.1	<b>As cenas enunciativas da notícia: dispositivos interacionais em regimes de verdade .....</b>	<b>241</b>
5.5.1.1	As cenas enunciativas de FHC em 1994 .....	242
5.5.1.2	As cenas enunciativas de Lula em 2002 .....	245
6	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>247</b>

<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>256</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>266</b>

## **ANEXOS**



## 1 INTRODUÇÃO

o poema  
antes de escrito  
não é em mim  
mais que um aflito  
silêncio  
ante a página em branco  
(GULLAR, 2015, p. 553)

Iniciar esta pesquisa com um poema tem o propósito de destacar, além da beleza e da sensibilidade que a poesia possibilita experimentar, a pertença de um sentimento afeito à pesquisadora e ao poeta: o aflito silêncio da página em branco, ante a questões que instigam e, mesmo não sendo inéditas, impõem-se e inquietam o olhar, quer no campo científico, quer na filosofia e/ou na arte, como a relação atávica entre o jornalismo e a verdade, uma categoria que regula o jornalismo e assegura sua existência, tendo em vista que se parte da premissa de que ao jornalismo cabe a construção da verdade sobre o real (a realidade) e que esta pode ser apreendida por meio de técnicas que transformam o real/verdadeiro em relatos (FRANCISCATO, 2005). Esta a razão pela qual, historicamente, o jornalismo tem legitimidade social por produzir para um público amplo, disperso e diferenciado, um conhecimento discursivo do mundo que se assenta num regime de verdade<sup>1</sup> o que garantiu que a instituição jornalismo se tornasse essencial para a sociedade. Verdade e legitimidade questionáveis e instáveis, porém, uma vez que a (s) verdade (s) construída (s) pelo jornalismo e o próprio jornalismo como atividade profissional são recorrentemente colocados na “berlinda”, sobretudo em momentos de crise institucional e política como a que se vivencia no Brasil, neste momento.

---

<sup>1</sup> Entende-se com Foucault (2007, p. 12) que “cada sociedade tem seu regime de verdade, sua ‘política geral’ de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias de distinguir enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sancionam uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro.”

Eis porque, no Brasil de 2016, em razão da crise política e do processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff<sup>2</sup>, como em outros momentos similares a este, as principais instituições profissionais, de ensino e de pesquisa vêm a público reivindicar ao jornalismo que se atenha à verdade dos fatos, guardando diferentes formas de dizê-lo. Nestes termos, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), em nota oficial, posiciona-se quanto à necessidade e a preocupação de a imprensa atuar de “forma equilibrada” (ANEXO A); um procedimento também da Associação Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo (SBPJor) que defende “um jornalismo que tenha como base os princípios éticos e deontológicos que o norteiam” (ANEXO B), Já no campo acadêmico, professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo apresentam um abaixo-assinado condenando o sensacionalismo da imprensa brasileira, “com versões parciais e tendenciosas sobre os fatos” (ANEXO C).

Por sua vez, Federação Nacional do Jornalista (FENAJ), em homenagem aos jornalistas pelo seu dia, reafirma a importância social do jornalista, este que, segundo a Federação, deve ser preparado técnica e cientificamente para o exercício da profissão, o que implica defender a formação acadêmica como condição essencial aos profissionais jornalistas os quais devem, essencialmente, produzir informação “qualificada, democrática e justa”, pois são e/ou (devem ser) “responsáveis pela apuração dos fatos e livre avaliação de informação de interesse público” (ANEXO D). Ainda sobre tais questões, nota-se que não são poucos os atores sociais, inclusive e principalmente os formadores de opinião na área de comunicação, como pesquisadores e afins que se posicionam sobre a necessidade de o jornalismo se pautar na verdade, conforme se demonstra no vídeo codificado na figura 1 no qual o professor da Universidade de São Paulo (USP), Laurindo Leal Filho, faz duras críticas à atuação da imprensa brasileira em relação às notícias sobre o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

---

<sup>2</sup> O processo de *impeachment* de Dilma Rousseff iniciou-se com a aceitação, em 2 e dezembro de 2015, pelo Presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, de denúncia por crime de responsabilidade oferecida pelo procurador de justiça aposentado Hélio Bicudo e pelos advogados Miguel Reale Júnior e Janaina Paschoal. As acusações versam sobre desrespeito à lei orçamentária e à lei de improbidade administrativa por parte da presidente, além de lançarem suspeitas de envolvimento da mesma em atos de corrupção na Petrobrás, que têm sido objeto de investigação pela Polícia Federal, no âmbito da Operação Lava Jato. Há, no entanto, juristas que contestam a denúncia dos três advogados, afirmando que as chamadas "pedaladas fiscais" não caracterizam improbidade administrativa e que não existe qualquer prova de envolvimento da presidente em crime doloso que possa justificar o *impeachment*. <  
[https://pt.wikipedia.org/wiki/Processo\\_de\\_impeachment\\_de\\_Dilma\\_Rousseff](https://pt.wikipedia.org/wiki/Processo_de_impeachment_de_Dilma_Rousseff)>.

Figura 1- QR Code do vídeo sobre a manipulação da mídia



Fonte: Manipulação... (2016)

Como se pode observar, a efervescência política coloca mais uma vez o jornalismo como protagonista e/ou antagonista do processo político brasileiro e, no epicentro do debate, a verdade e/ou as verdades por ele produzidas emerge (m) como questão a ser pesquisada, problematizada e revista o que torna o tema apropriado à investigação científica como a que se realiza nesta tese. Dessa maneira, com o título: *Modos de Dizer*<sup>3</sup> *do Jornalismo Impresso Brasileiro: Para Além dos Códigos, o Regime de Verdade nos Dispositivos Interacionais*<sup>4</sup> *da Notícia*, analisam-se os processos enunciativos que constituem os modos de dizer do jornalismo impresso brasileiro quando, pelo acionamento dos dispositivos interacionais, observou-se o regime de verdade que o jornal *a Folha de São Paulo* aciona na construção da cena enunciativa<sup>5</sup> das notícias que têm Fernando Henrique Cardoso (FHC) e Luiz Inácio Lula da Silva (Lula) como personagens, nas campanhas para presidente da República, nas quais estes foram vitoriosos, pela primeira vez, respectivamente, em 1994 e 2002. A opção por estudar as notícias centralizadas nestes dois personagens deve-se ao fato de que, há mais de

<sup>3</sup> Expressão utilizada por Milton Pinto (2004, p. 23), partindo das categorias da *Arte Retórica* de Aristóteles (1981), o autor credita a *modos de dizer* (em análise do discurso) não apenas à interpretação semântica dos conteúdos dos textos, mas, essencialmente, a “como e por que se diz, mostra e seduz”. Em resumo, em *modos de dizer* estão contidos “*modos de mostrar*”; “*modos de interagir*” e “*modos de seduzir*.”

<sup>4</sup> Utiliza-se o conceito de dispositivos interacionais de Braga (2015, p.136). De acordo com o autor, “Trata-se de matrizes socialmente elaboradas e em constante reelaboração – através do processo mesmo de interações tentativas – que geram, por aproximação sucessiva, modos e táticas na busca de uma efetividade comunicacional ampliada, desenvolvendo, na prática, objetivos e critérios indicadores de sucesso”. “Um dispositivo interacional é um modelo desenvolvido pela prática experimental (tentativa) que estabiliza articulações entre processos ‘de código’ e os espaços não codificados solicitadores da inferência dos participantes.”

<sup>5</sup> Uma cena enunciativa se caracteriza por constituir modos específicos de acesso à palavra, dadas as relações entre as figuras da enunciação e as formas linguísticas. A cena enunciativa é assim um espaço particularizado por uma deontologia específica de distribuição dos lugares de enunciação no acontecimento. Os lugares enunciativos são configurações específicas do agenciamento enunciativo para “aquele que fala” ou “aquele para quem” se fala. (GUIMARÃES, 2005, p. 23).

duas décadas, estes são os políticos de maior destaque na cena política brasileira e, conseqüentemente, na cena midiática.

Informa-se que este estudo foi realizado a partir de três matrizes de conhecimento: a comunicação/comunicação midiática, em específico, o jornalismo; os estudos sobre política, mais assertivamente aqueles que se detêm nas articulações entre a comunicação e a política no Brasil e os estudos da linguagem, na dimensão interlocutiva da linguagem, em concepção intrinsecalista da pragmática, em especial, a perspectiva conversional da pragmática (RODRIGUES, 1996), a linguística da enunciação (CULIOLI, 1990, 1999a, 1999b, 1996), a semântica linguística e a semântica do acontecimento (GUIMARÃES, 2005). Esta pesquisa situa-se, pois, nos espaços de interface entre a comunicação, em específico, o jornalismo; a linguística (utilizando-se conceitos e categorias da linguística da enunciação, da semântica linguística, especialmente, da semântica do acontecimento) e a ciência política, uma “exigência” do objeto de estudo desta tese, pois, das experimentações, do cotejamento das questões que tomaram corpo neste estudo, o processo de compartilhamento entre estas áreas de conhecimento foi se tornando cada vez mais necessário, até mesmo imprescindível à produção de conhecimento sobre o tema.

E é exatamente da experiência de compartilhamento da ciência política com a comunicação que se buscou resolução ao problema de pesquisa desta investigação. Isto porque, por entender o jornalismo uma *instituição política* e/ou um *ator político* cujo discurso constitui-se de uma rede complexa de relações econômicas, políticas, sociais, culturais, partilha-se da tese de que, no Brasil, a partir do último quartel do século XX, assistiu-se à institucionalização política dos meios de comunicação (LATTMAN-WELTMAN, 2004). O autor, retomando os acontecimentos que consolidaram o sistema político brasileiro contemporâneo, no qual a mídia/jornalismo exerce um papel estratégico, construiu *o modelo de variáveis conjunturais eleitorais*<sup>6</sup> (LATTMAN-WELTMAN, 2004; 2011), um modelo que, em suas palavras, objetiva dar conta “de variáveis que me pareceram essenciais para a compreensão do processo de disputa de nossas eleições presidenciais e, mais especificamente, do papel particular exercido nelas pelo conjunto dos nossos principais meios de comunicação de massa.” (LATTMAN-WELTMAN, 2011, p. 116).

---

<sup>6</sup> Lattman-Weltman explica que o modelo foi desenvolvido em diálogo com o modelo de Lewis-Beck & Rice (1984) e de Abramovitz (1988) quanto a variáveis da tradição empírica da ciência política americana, guardando-se as especificidades do nosso sistema político, tais como: desempenho econômico e popularidade dos governantes a que o autor acrescentou uma terceira variável: a taxa de desconto de ocupação prévia da presidência pelo partido no poder. (LATTMAN-WELTMAN, 2011, 117).

De acordo com Lattman-Weltman (2004; 2011), quatro variáveis tiveram influência determinante nas eleições para presidente da República no país, pelo menos nas eleições que ocorreram entre 1989 a 2010, período que corresponde a seis eleições, quando se elegeram Fernando Collor de Mello (1989); Fernando Henrique Cardoso (1994 e 1998); Luiz Inácio Lula da Silva (2002 e 2006) e Dilma Rousseff (2010). As variáveis aludidas são: a) *controle da economia/expectativas econômicas* (diz respeito às expectativas do eleitor sobre a economia do país e sobre um candidato que possa “garantir” esta variável em funcionamento); b) *candidatura oficial/popularidade do governo em exercício* (relativa à possibilidade ou não de o governo em exercício apresentar um candidato ou mesmo sua própria reeleição); c) *ocupação do centro* (refere-se ao posicionamento dos competidores no centro do espectro político-partidário-ideológico, ocupação ou efetiva disputa por esta posição); d) *timing da mídia* (relativo ao engajamento da mídia na disputa eleitoral e/ou posicionamento médio da mídia frente ao principal candidato da situação e/ou da oposição). Neste trabalho, resumidamente designam-se tais variáveis como: variável econômica; variável governo; variável político-ideológica e variável mídia.

Ainda a respeito das variáveis do modelo proposto por Lattman-Weltman (2004; 2011), conforme se verá mais detalhadamente no terceiro capítulo desta tese, o pesquisador confirma a influência das variáveis no resultado das eleições, considerando, porém, as especificidades de cada eleição e os diferentes pesos de tais variáveis nos pleitos. Em relação ao *timing da mídia* (variável mídia), o pesquisador identifica mudanças substanciais no papel dos meios de comunicação nos seis pleitos eleitorais. Em sua análise, ora os principais veículos de comunicação engajaram-se, deliberadamente, na disputa, ora a mídia, frente aos principais candidatos da situação e da oposição, posicionou-se “a favor de um ou de outro (ou em relativa neutralidade a ambos)” (LATTMAN-WELTMAN, 2011, p. 120). Em suma, o autor reafirma como mais intenso e decisivo o poder e a influência dos meios de comunicação, em determinados pleitos e, em outros, relativiza tal poder no que tange aos resultados das eleições presidenciais no período estudado. Conclusões que não negam, contudo, o entendimento do pesquisador quanto a ser a mídia estratégica para o campo político. Nesta pesquisa, verificou-se, porém, que as mudanças no posicionamento da mídia/jornalismo identificadas pelo autor, sobretudo quanto à “neutralidade” em relação aos candidatos em disputa, não tornam a mídia menos decisiva nos pleitos para presidente da República, tendo em vista que esta variável, ao potencializar as demais, também aí está sendo decisiva ao processo.

É imprescindível registrar que o modelo de Lattman-Weltman (2004; 2011), pela pertinência e adequação ao objeto de estudo desta pesquisa, tornou-se fundamental para a compreensão do contexto e/ou da conjuntura em que as notícias foram produzidas e veiculadas durante a campanha presidencial de 1994 e 2002. Todavia, observa-se que o processo comunicacional presente no modelo aparece como uma “variável dependente; como um epifenômeno; como recurso estratégico a serviço dos objetivos praxiológicos ou estratégicos da disciplina estabelecida”, ou seja, é “o comunicacional é aí observado de fora, como modulação de suas questões” (BRAGA, 2016, p. 132). Partindo-se, pois, destas constatações e, sobretudo, acolhendo a orientação de Braga (2016, p. 130), a questão que se impôs como problema, um desafio a ser enfrentado, consistiu no esforço de “desentranhar o comunicacional” (BRAGA, 2016, p. 130), considerando-se, com o autor, a necessidade de se observarem “os espaços de interface em que a comunicação se articula com perspectivas de outras disciplinas, acionando *o que há aí de comunicacional*” (grifo nosso). Desentranhar o comunicacional, porém, não significa considerar que a comunicação é um território à parte ou mesmo que se busque exclusividade de temas, objetos ou métodos. A proposta é “desenvolver perguntas e hipóteses *para além das que já são feitas* pelas demais CHS [Ciências Humanas e Sociais]” (BRAGA, 2011, p. 72, grifo do autor).

Desse modo, considerando a perspectiva bragueana, esta pesquisa, sem negar a consistência dos achados de Lattman-Weltman (2004; 2011), reposiciona a variável *timing da mídia*, assumindo-se, com esta decisão, uma perspectiva comunicacional, na qual e a partir da qual, identificam-se os dispositivos interacionais mais pertinentes ao objeto de estudo deste trabalho, tornando-se possível observar, na variável, mídia/jornalismo/notícias, “o sistema de relações que esses elementos organizam” [...] “as incidências institucionais, as mediações que o usuário traz para a interação, as expectativas sobre o usuário no momento da criação dos produtos”; os dispositivos que levam à “construção do leitor”; “aos modos de endereçamento”, “às promessas e contratos”; “aos processos de circulação mediática; e aí também aos contextos significativos de produção, de apropriação e da resposta social” (BRAGA, 2006, apud BRAGA, 2016, p. 137). Em outros termos, verificar como as demais variáveis apontadas por Lattman-Weltman (2004; 2011) presentificam-se e instituem-se na variável mídia.

Desse modo é que, na articulação de três campos de conhecimento distintos, deu-se prosseguimento àquilo que Braga (2015, p. 117) orienta quanto a “assumir que sabemos o que é comunicação” (2015, p. 117), já que “as apreensões do fenômeno comunicacional se mostram desenvolvidas por um século de aportes diversificados, vindos das diferentes CHS,

que percebem, em suas áreas e para seus objetivos, a existência de uma questão comunicacional” (BRAGA, 2015, p. 132), contudo, nestas ciências, embora a comunicação apareça apenas como uma variável interveniente a ser controlada mais do que ser conhecida, “as regras, as linguagens e as instituições, que caracterizam os processos sociais, são comunicacionalmente elaborados”, uma premissa assumida por esta pesquisa, o que implica ter o fenômeno comunicacional como epicentro deste trabalho.

Exatamente esta a perspectiva que orienta as opções teórico-metodológicas, os caminhos (e percalços, principalmente!), nas idas e vindas; no abandono de algumas estradas e no encontro de outras, cuja pavimentação ofereceu/oferece um caminhar, se não plenamente seguro, pelo menos apaziguado, como *Um Programa de Ação para o Conhecimento*<sup>7</sup> (BRAGA, 2016, p. 130-139), uma proposta que representou, no processo de construção desta tese, uma espécie de <<epifania>>, aguçando o olhar no movimento de agrupar, mas, principalmente tensionar, âmbitos ou áreas de conhecimentos no desentranhamento do comunicacional, pela reafirmação de que a interação é a categoria fundante dos fenômenos comunicacionais, sobretudo aqueles que ocorrem em dimensão social, como os processos midiáticos. Nesses termos, uma das postulações de Braga (2015, p. 134), é que a sociedade desenvolve, historicamente, “processos interacionais de alcance mais largo que o episódio singular – disponibiliza construções organizadoras, oferecendo diretivas a quaisquer participantes para interações em espaços mais ou menos reconhecidos”. A interação é, assim, o *locus* ou o contexto principal de estudo da comunicação, tendo em vista que, “se não há comunicação sem interação social, as interações são o lugar em que mais produtivamente podemos nos aproximar do seu conhecimento” (BRAGA, 2012b apud BRAGA, 2016, p.133). Advém destes postulados, a opção por estudar os processos midiáticos (jornalismo, especialmente), pela via dos seus dispositivos interacionais, responsáveis, de acordo com Braga (2016, p. 136), pelo ajuste possível entre os participantes nos processos interacionais/comunicacionais.

Partindo-se, pois, destes princípios, importa detalhar como se organizam tais ajustes e como se deu a apropriação destes para análise do objeto de estudo desta tese. Em primeiro lugar, é importante demarcar que todo episódio interacional aciona, “necessariamente,

---

<sup>7</sup> Partindo, pois, da proposta de desentranhamento do comunicacional das demais Ciências Humanas e Sociais, sem propor disputas de fronteiras entre a Comunicação e as CHS, Braga apresenta, sumariamente, “o programa tentativo” para produção do conhecimento comunicacional: a) Assumir que sabemos o que é comunicação; b) Estudar em contexto; c) Desentranhar características específicas do fenômeno comunicacional; d) Inversão programática – a comunicação como um “primeiro”; e) Desenvolver novas perguntas; f) Desenvolver hipóteses prospectivas ou heurísticas; g) tensionar internamente ângulos de dispersão.

códigos e processos inferenciais” (BRAGA, 2010; 2011, apud BRAGA, 2016, p. 135) o que implica o entendimento de que, embora os códigos (linguagens, gramáticas, lógicas institucionais, linguísticas, éticas, etc.) sejam importantes ao processo interacional, estes não são determinadores de tal processo, haja vista que o código é o “componente necessário que viabiliza o processo, mas a comunicação se desenvolve para além dos códigos” (BRAGA, 2016, p. 136), ou seja, há aspectos não codificados, não pré-compartilhados que só se concretizam em atribuição de sentido pelos processos inferenciais e indiciários<sup>8</sup>.

Em continuidade ao detalhamento das questões que constituem o cerne da proposta metodológica de Braga (2016), tem-se, em segundo lugar, que, se não há como garantir que a interação/comunicação se viabilize exclusivamente na dimensão dos códigos, necessitando, permanentemente, ajustes e interações entre os participantes do processo de comunicação, “isso não significa [...] que a cada episódio interacional os participantes sejam obrigados a inventar e a desenvolver processos *ad-hoc*, inteiramente específicos e originais, a serviço de seus objetivos interacionais”. (BRAGA, 2016, p. 136). A resolução deste impasse se dá pela via dos dispositivos interacionais, tendo em vista que tais dispositivos estabilizam as articulações entre os processos de codificação e os processos de inferências, responsáveis por viabilizar a interação entre os participantes do processo de comunicação. Assim é que, pelo estudo dos dispositivos interacionais das notícias sobre FHC e Lula na *Folha de São Paulo*, identifica-se/descreve-se o regime de verdade que a *Folha* aciona na construção das cenas enunciativas das notícias e que apontam para o problema que emergiu no processo, isto é, a análise dos dispositivos interacionais das notícias, realizadas pela articulação entre códigos e inferências, a partir das cenas enunciativas das notícias, possibilitou o reposicionamento da variável *timing da mídia*. Em outros termos, verificar como as demais variáveis apontadas por Lattman-Weltman (2004; 2011) presentificam-se e instituem-se na variável mídia.

Necessário se faz, porém, usando um termo de Braga (2016), apresentar “as tomadas prévias de decisão” na realização deste trabalho. Começando por apresentar as dimensões: teórica e empírica e metodológica, por meio dos quais se operacionalizou a apreensão/construção dos episódios comunicacionais/jornalísticos que se revelaram significativos e relevantes para a compreensão, em contexto, dos processos enunciativos

---

<sup>8</sup> Os processos indiciários e inferenciais são estratégias que os usuários da língua são levados a usar para que se realize a interação e a dialogia (RODRIGUES, 1996). Como método, são modelos explicativos nos quais e pelos quais indícios e inferências possibilitam ao pesquisador a aproximação “das ‘lógicas’ processuais básicas que fazem o objeto ‘funcionar’, tanto em sua organização interna (articulação entre as partes); como nas relações com contextos e outras situações com que este entra, relevantemente, em relação.” (BRAGA, 2008, p. 83,84).



constituintes dos modos de dizer do jornalismo impresso brasileiro, personificado no jornalismo de referência praticado pelo periódico a Folha de São Paulo.

No que tange à comunicação, a postulação de Braga (2016, 2015, 2013, 2010a, 2010b, 2008, 2006) – quanto a ser fenômeno comunicacional o cerne dos processos de constituição e/ou de transformação de códigos e instituições sociais – forneceu o norte a partir do qual se foi montando o arcabouço teórico deste trabalho. Entende-se com o pesquisador que a instância comunicacional é a condição do surgimento, da permanência e/ou da modificação e transformação de sistemas de interação humana, uma concepção que evidencia, principalmente, o caráter transformador da comunicação, responsável, inclusive e principalmente, pelo *devoir* que estabiliza e desestabiliza, continuamente, pessoas e instituições. Transformações que podem resultar em grandes ou pequenos processos comunicativos e se realizam, em todas as épocas e em todos os contextos, mas, nas sociedades modernas e contemporâneas, intensificam-se “pela dissolução de seus antigos modos de organização semântico-estrutural e redefinição de novas formas de circulação interna de sentido.” (YAMAMOTO, 2013, p. 103).

Nesse processo, a mídia, em específico, o que se enfoca, neste trabalho, o jornalismo participa de forma decisiva para o desenvolvimento destes episódios, sobretudo em períodos de campanha eleitoral, recorte que contextualiza, geográfica e temporalmente, o objeto desta investigação: as notícias do jornalismo brasileiro, em período de campanhas eleitorais para Presidência da República. Compreende-se, pois, que tais episódios comunicacionais/interacionais são/foram estratégicos e determinantes na disputa eleitoral no Brasil, constituindo-se o *locus* e/ou o contexto principal de estudo da comunicação, tendo em vista que, “se não há comunicação sem interação social, as interações são o lugar em que mais produtivamente podemos nos aproximar do seu conhecimento.” (BRAGA, 2016, p. 123). Um conhecimento que passa, sem dúvida, pela linguagem, uma vez que as comunicações ocorrem, em geral, na e pela linguagem, sobretudo a linguagem verbal que é normalmente considerada como essencial para a comunicação humana. Convém ressaltar, contudo, que nem todo processo de interação/comunicação passa pelo acionamento de códigos ou mesmo se restringe a estes códigos. É claro que as linguagens (estruturadas por diferentes códigos) são importantes ao processo interacional, contudo estes não são os únicos determinadores de tal processo. Acompanha-se Braga (2016, p. 136), no entendimento de que o código é o “componente necessário que viabiliza o processo, mas a comunicação se desenvolve para além dos códigos.”

Entendendo-se, pois, que os episódios comunicacionais são moldados por processos interacionais/sociais mais amplos, é que se optou por examinar tais processos em contexto. E “o contexto mais amplo e mais geral que podemos inscrever todo e qualquer processo interacional corresponde ao ambiente das instituições sociais” (BRAGA, 2010, p. 42), incluindo, principalmente, em razão do objeto que se analisa, as instituições jornalismo e linguagem. (CASTORIADIS, 1995; 2001). Neste trabalho, portanto, a concepção de ser o jornalismo e a linguagem instituições desdobra-se, metodologicamente, tendo em vista que o jornalismo e a linguagem são tomados aqui como esferas ou instâncias interdependentes, uma perspectiva que viabiliza estudar o jornalismo, identificando os processos de interação realizados por esta instituição, sobretudo em momentos de campanha eleitoral, quando se evidencia, mais fortemente, a institucionalização política da mídia/jornalismo (COOK, 2011).

Nessa perspectiva, “o ato jornalístico está associado histórica e, ontologicamente, ao processo de enunciação, enquanto processo que envolve as dimensões do dizível – um ‘fazer sair’, ‘fazer aparecer’ e a emergência do dito” (CULIOLI, 2010, p.24 apud FAUSTO NETO, 2012, p. 47,48). Daí a compreender a indissociabilidade das instituições jornalismo e linguagem, sobretudo por se entender o jornalismo como uma instituição que se constitui por meio de uma prática de comunicação que tem como função perceber e construir um conhecimento sobre a realidade social. (ALSINA, 2009; BERGER; LUCKMANN, 2009; HACKETT, 1993; TUCHMAN, 1993). Um conhecimento que é construído na e pela linguagem, segundo operações que lhe são singulares, em decorrência do domínio de técnicas e de conhecimentos que transformam o jornalista em *operador do dizível*. Assim considerando, para dar conta da dimensão da linguagem, especialmente em relação à escolha das táticas de leitura e de análise do objeto empírico desta pesquisa, utiliza-se o aporte teórico e metodológico da linguística da enunciação, a partir da Teoria das Operações Predicativas e Enunciativas ou a Teoria das Operações Enunciativas – a TOPE (CULIOLI, 1990, 1996, 1999a, 1999b), uma abordagem linguística que se organiza a partir dos traços linguísticos que os sujeitos deixam em seus enunciados, interessando-se pela modalidade, pelos tempos verbais, pelas pessoas linguísticas, etc., quando os sujeitos mobilizam a língua no processo de enunciação (MAINGUENEAU, 1996 apud NEVES, 2006, p. 44).

É, por conseguinte, na ancoragem nas formas e na observação destas, em enunciados, que se busca entender/descrever a enunciação das notícias, descrição a partir da qual se faz, em contíguo, o acionamento dos dispositivos interacionais. Convém esclarecer que optar pela enunciação como objeto, na teoria culioliana, é abordar a linguagem sob duas maneiras: a) como “objeto correspondendo a um *material verbal*, a um conjunto de formas [...] num

determinado arranjo e organização; b) como *atividade* relativa aos que a praticam e a manifestam (em produção, compreensão), e que corresponde a uma atividade fundamental do homem.” (PAILLARD; FRANCKEL; VOGÜE, 2013, p. 9). É, também e, principalmente, observar a significação entre o enunciado e os sujeitos, tendo em vista que, em todo enunciado, suposta está uma intenção de significação, passível, porém, de desvios e ambiguidades. Enfim, de estabilidades e instabilidades que constituem os movimentos da enunciação que se dão em rede ou em cadeia e estabilizam-se em enunciados.

Nesses processos, os sujeitos do dizer ou da enunciação são os vértices do circuito da produção e da recepção, daí a importância de se tentar compreender e descrever a enunciação no jornalismo brasileiro, pelo mapeamento das marcas linguísticas dos enunciados, verificando-se como tais marcas são utilizadas (ou modalizadas) pelos jornalistas na construção de dispositivos enunciativos que viabilizem instruções ao receptor (interlocutor) para que este refaça as operações do emissor-jornalista (interlocutor), criando, assim, universos de referência compartilhados. Nesses termos, a tática de leitura e análise viabilizada pela TOPE permitiu aprender, nos traços linguísticos, informações que, acionadas pelo processo de inferência, apontam para “incidências institucionais”; “construções do leitor”; “modos de endereçamentos”; enfim, “contextos significativos de produção”, de apropriação e de “resposta social.” (BRAGA, 2006 apud BRAGA, 2016, p. 137). Necessário se faz esclarecer, contudo, que, ao contrário de outras abordagens linguísticas, como as clivagens linguístico/cognitivo ou ainda linguístico/pragmático, que veem as formas como meios ou instrumentos empregados pelo sujeito falante, a TOPE não separa as formas dos sujeitos. “Trata-se não de sujeitos que utilizam formas, mas de formas que marcam e constroem sua presença, formas que traçam a atividade dos sujeitos (sob a ótica que essas formas lhes conferem).” (PAILLARD; FRANCKEL; VOGÜE, 2012, p. 9).

Nesta perspectiva, é que se dá, neste trabalho, o encontro da linguística da enunciação com a semântica linguística e a semântica do acontecimento, pela ótica de Guimarães (2005). Segundo o autor, a enunciação é um acontecimento de linguagem e, como tal, realiza-se pelo funcionamento da língua, na relação, historicamente constituída, do sujeito com a língua, o que implica considerar a enunciação como uma prática política. Vem daí a compreensão de que a análise do sentido da linguagem deve localizar-se no estudo da enunciação, do acontecimento do dizer, logo, saber o que significa uma forma linguística é compreender que seu funcionamento é parte da constituição do sentido do enunciado enquanto enunciado de um texto. Em outras palavras, uma forma linguística só tem sentido em enunciados e estes são constitutivos do sentido do texto. Para Guimarães, porém, o

movimento integrativo (BENVENISTE, 1996 apud GUIMARÃES, 2005), pelo qual o sentido de uma unidade linguística está condicionado ao modo como este elemento linguístico constitui uma unidade maior e mais ampla, ultrapassa a dimensão enunciado-texto para o acontecimento de linguagem (uma orientação que se segue nesta pesquisa), tendo em vista que, a partir da seleção das notícias, constituíram-se blocos de sentido, considerando-se a relação integrativa da linguagem, os quais foram construídos ultrapassando-se os limites do enunciado para o texto, “para o acontecimento que não é segmental. É uma relação de sentido.” (GUIMARÃES, 2005, p. 7).

É, pois, partindo do princípio de que a enunciação deve considerar a constituição histórica do sentido, numa relação integrativa não segmental, que se organizou o material de análise desta investigação em cenas enunciativas, construídas, segundo a perspectiva teórica de Guimarães (2005, p. 27), “por sobre a segmentalidade, ou seja, sobre as fronteiras dos enunciados”. Para tal, o aporte teórico da TOPE possibilitou ir ao encontro dos dados linguísticos, os quais foram reunidos em cenas enunciativas. Conforme se concebe neste trabalho, uma cena enunciativa constitui-se pelos modos específicos de acesso à palavra pelos sujeitos da enunciação, estes modos são decorrência das relações entre as figuras da enunciação e as formas linguísticas (GUIMARÃES, 2005). Nas cenas enunciativas, localiza-se o espaço e os lugares de enunciação e, por meio destes, identifica-se a posição do sujeito no acontecimento jornalístico. Portanto, a partir das cenas enunciativas, tornou-se possível acionar os dispositivos interacionais das notícias que compõem o corpus de análise da pesquisa, indo ao encontro da interação que o jornal realiza com o leitor; a posição do jornal sobre os estados de coisas/fatos narrados e, em consequência, os regimes (critérios) de verdade e de valor sobre os personagens: Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva.

Em síntese, esta pesquisa, considerando as concepções teórico-metodológicas que orientaram escolhas e viabilizaram tomar como objeto de análise os acontecimentos noticiosos, realiza ancoragem nos seguintes princípios: a) Nos processos interacionais que ocorrem na sociedade, a comunicação, em geral e, especificamente, a comunicação midiática, situa-se no cerne dos processos de transformação de códigos e instituições sociais, tornando-se inviável qualquer processo social sem o exercício da comunicação entre os partícipes deste processo (BRAGA, 2016, 2015, 2010, 2006); b) A instituição mídia e a instituição linguagem são indissociáveis no processo de interação e transformação social; “estudando as mídias, estamos observando instituições e linguagens comunicacionais em vias de constituição” (BRAGA, 2010, p. 43); c) O jornalismo (fenômeno comunicacional, um subsistema do

sistema midiático) é uma instituição política que ajusta, seleciona e direciona e, principalmente, constrói sentidos e percepções sobre a realidade, amparado pela lógica de um “regime de verdade”, formatado no tempo e na enunciação de um dizer “verdadeiro”; d) O acontecimento noticioso, como principal produto jornalístico, é construído por procedimentos de controle, de seleção e organização institucional, atravessados e tensionados pelas relações de poder que determinam a validade do que é produzido e publicizado pelos diferentes suportes tecnológicos; e) As notícias são, antes de tudo, um acontecimento de linguagem que ocorre pelas vias da enunciação, um espaço político “habitado por sujeitos divididos em seus direitos ao dizer e aos modos de dizer” [...]; “espaços constituídos pela equivocidade própria do acontecimento: da deontologia que organiza e distribui papéis, e do conflito, indissociado desta deontologia, que redivide os papéis sociais. O espaço de enunciação é um espaço político.” (GUIMARÃES, 2015, p.18); f) “O que se diz é incontornavelmente construído na linguagem” (GUIMARÃES, 2015, p. 7), contudo a linguagem não se reduz ao código (no sentido saussuriano), tampouco às regras estritamente linguísticas. Para além dos códigos, os sentidos são acionáveis pelos dispositivos interacionais (códigos + inferências).

Tais posicionamentos ensejaram a opção de analisar o objeto empírico desta pesquisa, utilizando-se a estratégia metodológica proposta por Braga (2008a) denominada de *Indiciária e Inferencial* articulada com os pressupostos da TOPE, na aplicação de três movimentos ou táticas de leitura: *extração*, *varredura* e *flechagem* (CULIOLI 1990, p. 182 apud GONÇALVES; CUMPRI, 2012) em fusão com a proposta teórico-metodológica de Moraes (2003) nos movimentos de: *desmontagem do texto ou unitarização*, *categorização* e *captação do novo emergente*. Da realização das táticas ou movimentos de leitura, chegou-se aos blocos de sentido dos acontecimentos noticiosos e à posterior construção das cenas enunciativas das notícias a partir das quais, pelo acionamento dos dispositivos interacionais, chegou-se aos processos de interação realizados pelo jornalismo bem como ao regime de verdade (parte constitutiva do processo de interação) nas notícias sobre FHC e Lula.

É importante reafirmar com Braga (2016, p. 134) que a comunicação é, antes de tudo, tentativa, “sempre prevista, buscada e ocorrente – mas se realiza em diferentes graus de efetividade ou sucesso”, tendo em vista dificuldades e mesmo impossibilidades quanto a definir padrões fechados de entendimento e/ou de operacionalização de estratégias de produção e recepção de sentidos. Sugerindo considerar, por imprescindível, no processo de comunicação, a imprevisibilidade quanto ao desempenho dos participantes. Advém desta postulação a proposta do pesquisador quanto à necessária inversão de teses em hipóteses heurísticas nos estudos sobre a interação/comunicação em sociedade. Para Braga (2010), uma

tese, em geral, aporta uma teoria mais fechada sobre determinado objeto, o que inclui a recorrência à construção de raciocínios lógicos, dedutivos e indutivos para validar seu valor. O autor, contudo, considera imprescindível ao processo de validação e/ou ampliação de uma tese, sobretudo no que se refere ao seu valor elucidativo, atender a outros requisitos, além do seu valor formal. Deve-se, recomenda o pesquisador, acionar a tese como uma hipótese heurística, ou seja, gerar “questões abrangentes, perguntas de pesquisa, modos de abordagem para tratar, com especificidades, fenômenos constatados e objetos singulares do mundo empírico, favorecendo o desprendimento de novas percepções e implicações, em vez de simplesmente fornecer uma explicação pronta para o mundo.” (BRAGA, 2010, p. 78).

Uma proposição que vem ao encontro da experiência com a construção desta pesquisa, sobretudo na apreensão do objeto empírico, uma vez que a coerência teórico-metodológica não enseja uma construção fechada sobre os fenômenos observados. Bem ao contrário disso, a experiência com o empírico resultou em navegações e ancoragens bem surpreendentes; por vezes, conflitantes; movimentos que possibilitaram desenvolver hipóteses heurísticas, principalmente porque se parte do princípio de que, embora a linguagem seja insuficiente para dar conta de todos os aspectos e/ou sentidos, nas incontáveis situações de comunicação, nesta pesquisa, são os códigos, especificamente os códigos verbais, que permitem a visada primeira sobre os episódios comunicacionais em estudo. De tal maneira que, quando, neste estudo, vislumbrou-se a possibilidade de “desentranhar o comunicacional” dos episódios que estudam a sociabilidade; entender, portanto, a lógica que se institui no contexto social, pela via do jornalismo, em contíguo, também se entende que não se pode restringir o fenômeno a um estudo com foco, exclusivo, na estruturação da linguagem verbal.

Não cabe, portanto, mais um estudo que se limite a descrever a estruturação dos códigos, restringindo-se, ao fim e ao cabo, aos aspectos meramente linguísticos do fenômeno e/ou que se detenha ao estudo da mídia como um polo de produção/emissão de mensagem. Assim, nas escavações, visando entender os processos enunciativos da notícia e, conseqüentemente, os modos de dizer de jornalismo, pela observação da produção noticiosa de um veículo considerado de referência e/ou de prestígio, como o *Jornal a Folha de São Paulo*, a perspectiva comunicacional de Braga (2016) sobre a comunicação, mas especificamente sobre a mídia, direcionou escolhas para o desenvolvimento desta pesquisa. Diz o autor: “mais do que as mídias são os processos interacionais midiáticos que alimentam uma forte variedade de alternativas de pesquisa e de produção de conhecimentos.” (BRAGA, 2016, p.129). Nesse sentido, também e principalmente, cumpre reposicionar e/ou equacionar a questão da linguagem.

Para o estudo da Comunicação, sem desconhecer a forte presença e o acionamento de elementos codificados em toda interação, e maiormente de para-códigos, devem ser enfatizados os processos mais sutis e menos controláveis, não codificados, que necessariamente se põem em marcha para integrar e completar toda e qualquer comunicação, por mais codificada que esta seja. Em síntese: os processos inferenciais.

[...]

Isso corresponde a afirmar que, no processo de produção e reconhecimento do sentido, os participantes de uma interação devem produzir hipóteses para, de modo inferencial, relacionar os enunciados com o que deve ser a intenção do falante e com a situação contextual em que os enunciados são feitos (BRAGA, 2010, p. 74, 75).

Assim, tomando-se os caminhos e atalhos acima descritos é que se informa que esta tese está dividida em seis capítulos, incluindo a introdução e as considerações finais. No segundo capítulo, *JORNALISMO, LINGUAGEM E INTERAÇÃO: O Regime de Verdade nos Dispositivos Interacionais da Notícia*, apresenta-se um levantamento dos principais apontamentos teóricos que deram forma ao objeto desta pesquisa: a comunicação/interação; o jornalismo e a linguagem, instituições inseridas num contexto social amplo: os processos interacionais, com ênfase na discussão sobre jornalismo, linguagem e verdade, evidenciando-se a indissociabilidade entre as instituições jornalismo e linguagem, sobretudo no que se refere à categoria ontológica verdade ou “regime de verdade” (FOUCAULT, 2007). No terceiro capítulo, *A MÍDIA NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS: Contextos e Variáveis*, destaca-se a a institucionalização dos meios de comunicação no Brasil, especialmente no contexto das eleições presidenciais , a partir da retomada da normalidade democrática no país, enfatizando-se as variáveis conjunturais eleitorais nas campanhas presidenciais de 1994 e 2002. No quarto capítulo, *O “ESTADO DA ARTE”: ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS*, apresenta-se o objeto empírico e os quadros teórico e metodológicos que dão sustentação à análise. O quinto capítulo: *EM CENA, OS MODOS DE DIZER DO JORNALISMO BRASILEIRO*, traz, em cenas enunciativas, a análise dos processos enunciativos da notícia do jornalismo impresso brasileiro.

Por fim, importa resgatar aqui que esta pesquisa nasceu da inquietação da professora/da pesquisadora, sobretudo quando da realização de estudos sobre os modos de dizer e de ser do jornalismo maranhense (ANDRADE, 2011), como requisito parcial, para aquisição do grau de mestre, pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Naquele momento, evidenciou-se o problema de pesquisa para o qual se buscam respostas possíveis. Em verdade, na ocasião do mestrado, o olhar e as concepções para os fenômenos da

linguagem e da comunicação/jornalismo deslocaram-se da perspectiva estruturalista e normativa para uma “aventura” em busca de outras formas de compreender e lidar com a linguagem e o jornalismo, dimensões indissociáveis nestes estudos. A questão que instigava/instiga tem a ver com o desafio de, ao mesmo tempo, lidar com uma paixão recente, que retira os “pés” do conforto do caminho já percorrido, sem descuidar do patrimônio teórico-metodológico e mesmo da vivência que se acumulou nessa caminhada até aqui.

Caminhada que nasceu *muito antes de*. No plano individual, a motivação para esse trabalho tem mais de 50 anos. É que meu fascínio pelas palavras nasceu “quando e sempre”. Sempre, ao escutá-las. Em princípio, inconscientemente, de forma quase mágica. Depois, mais “consciente”, quando percebi que o que me encantava no mundo não eram as imagens, as cores... Eram os sons das músicas e, fundamentalmente, a música das palavras. O quando diz respeito ao ambiente cultural que colocou a palavra no centro das minhas percepções na vida e pela vida. Explico-me: no Nordeste brasileiro, no Maranhão dos anos 60 do século passado, uma criança de família ágrafa (somente meu pai sabia ler, escrever e fazer as quatro operações, entre todos os adultos que compunham nossa numerosa família), tomou gosto pelas palavras em casa. Isso porque, em que pese a condição social, ou mesmo em função desta, minha família valorizava demais o ato de ler. Assim, quem soubesse ler tornava-se a estrela das noites iluminadas por lamparinas.

Liam-se cordéis, jornais e revistas (antigos) que eram adquiridos não sei como; cartas que chegavam com notícias dos parentes e alguns pouquíssimos livros de histórias. Como mágica, do papel saíam personagens e tramas, em histórias que faziam rir e chorar; sempre no cenário próprio para ouvi-las: a sala da minha casa que se calava; emudeciam os rumores e, então, apareciam as palavras, o texto, o sentido. Foi assim que compreendi o “mantra” de minha mãe: “Cuidado com as palavras; as palavras têm poder”, uma tese de fundo religioso, mas eminentemente linguística, uma dimensão que hoje recolho dos estudos, tentando entender como tal poder se manifesta em diferentes textos. Foi nesse contexto que aprendi a ler, cresci e vim para a cidade (São Luís). Foi quando (de novo) achei a única biblioteca pública da cidade. Com ela, os livros e a vontade de entender mais e mais as palavras. Por conta disso, busquei nos estudos formais o que me encantava: a linguagem/a comunicação. Do percurso, cá estou, ainda encantada com o poder da palavra, da palavra escrita, sobretudo, num momento em que se prega, inclusive, a morte da escrita. Ainda bem que não se prega a morte da palavra. Ainda não! Eis porque o escudo e as armas do poeta Gullar (2015) são armaduras na viagem em busca dos sentidos, da palavra na trama do dizer.



## 2 JORNALISMO, LINGUAGEM E INTERAÇÃO: O REGIME DE VERDADE NOS DISPOSITIVOS INTERACIONAIS DA NOTÍCIA

o poema  
 antes de escrito  
 antes de ser  
 é a possibilidade  
 do que não foi dito  
 do que está  
 por dizer  
 (GULLAR, 2015, p. 553)

Neste capítulo, realiza-se um levantamento dos principais apontamentos teóricos que deram forma ao objeto desta pesquisa: o jornalismo e a linguagem, instituições inseridas num contexto social amplo: os processos interacionais. Isto porque esta investigação baliza-se pelo princípio de que a comunicação (especificamente a comunicação midiática/o jornalismo) ocorre nos e pelos processos de interação social que constituem o social e é por ele constituída. Nessa lógica, entende-se a comunicação midiática, especialmente o jornalismo, como um fenômeno comunicacional, portanto, interacional, responsável pela construção de um conhecimento da realidade social pela transformação de códigos e instituições sociais entre os participantes do processo comunicacional/interacional midiático. Tomando-se, pois, estes princípios como norte, apresentam-se referenciais teóricos acerca da *sociedade como instituição primeira, enfatizando-se os processos de interação e comunicação que ocorrem, prioritariamente, pelo acionamento dos dispositivos interacionais; seguindo-se de uma discussão sobre o jornalismo, linguagem e verdade, evidenciando-se a indissociabilidade entre as instituições jornalismo e linguagem, sobretudo no que se refere à categoria ontológica verdade ou “regime de verdade”* (FOUCAULT, 2007). Em continuidade, apresenta-se uma discussão sobre a *identidade e legitimidade no/do jornalismo* na contemporaneidade, finalizando-se com a análise sobre *acontecimento jornalístico: narrativas e valores, a economia escriturística e modelos de linguagem e jornalismo; processos enunciativos da notícia: para além dos códigos, os dispositivos interacionais da notícia*, quando se faz uma explanação dos referenciais teóricos da linguagem que constituem as táticas de leitura do objeto empírico.

## 2.1 A SOCIEDADE COMO INSTITUIÇÃO PRIMEIRA: INTERAÇÃO E COMUNICAÇÃO

### 2.1.1 Interação e dispositivos interacionais

A sociação só começa a existir quando a coexistência isolada dos indivíduos adota formas determinadas de cooperação e de colaboração que caem sob o conceito geral de interação. A sociação é, assim, a forma realizada de diversas maneiras, na qual os indivíduos constituem uma unidade dentro qual realizam seus interesses. (SIMMEL, 1983, p. 60).

O excerto acima aponta para uma concepção de sociação e/ou sociabilidade que se faz “a partir das mínimas relações sociais e, ainda assim, de ações recíprocas e mútuas entre os indivíduos” (SIQUEIRA, 2001, p. 48). Vista desta forma, a sociedade não se constitui exclusivamente por determinações e normas exteriores aos indivíduos, nem das relações destes com a natureza. Ela é “construída por teias de relações sociais direcionadas umas às outras, portadoras de sentidos atribuídos e elas.” (SIQUEIRA, 2001, p. 48). Tomando-se, pois, esta abordagem, entende-se a sociedade (o contexto em que ocorre a comunicação, em geral e, em especial, a comunicação midiática/o jornalismo), pelo viés da sociologia interacionista, uma corrente teórica que explica a sociedade tendo a comunicação como o princípio fundador do tecido social. Siqueira (2001, p. 48) afirma que o conceito de interação social, como fenômeno social amplo, tem em seu “âmago a noção de comunicação na produção de significados sociais e na própria constituição da sociedade”. O pesquisador, partindo de teóricos da sociologia alemã, como Ferdinand Tönnies, Georg Simmel e Leopoldo Von Wiese, especifica a construção da realidade social como um processo interacional/comunicacional o que, ainda acompanhando Siqueira (2001), significa “poder lançar luzes sobre distintos fenômenos sociais que de outra forma assumem uma conformação mais determinista da realidade”. O autor completa, esclarecendo que:

As formas de interação sociais são conceitos que não podem ser encontrados na realidade empírica em seu estado puro. São formas abstratas que não se confundem com o concreto sensível porque são, acima de tudo, representações típico-ideais de uma realidade maior e mais complexa. Partido da distinção elaborada por Kant entre a realidade em si mesma (o número) e a sua representação (o fenômeno), funda-se um sociologia que concebe essas representações como apreensões que não conseguem esgotar o objeto em si mesmo. (SIQUEIRA, 2001, p. 49).

Siqueira (2001) assinala ainda, que comunicação e a interação social compartilham o mesmo estatuto ontológico, são, portanto, da mesma natureza, embora, às vezes, para efeito de estudo/análise, sejam arbitrariamente separadas. Reconhece o autor que tal se deve às inumeráveis maneiras de a comunicação/interação manifestar-se. No caso desta pesquisa, o interesse recai sobre a interação/comunicação midiática/jornalismo. Eis porque a proposta de Braga (2016, 2015, 2010, 2008, 2006) direciona, nesta pesquisa, as opções teórico-epistemológicas para tratar o fenômeno comunicacional, no enquadro da comunicação midiática, para observar, em específico, o jornalismo. É importante assinalar que o autor não restringe o fenômeno comunicacional à comunicação midiática. Na perspectiva de Braga (2016, p. 138), a comunicação, que “se realiza probabilisticamente, com graus variados de sucesso” torna-se possível/realizável porque a sociedade desenvolve processos interacionais nos quais e pelos quais seus participantes “organizam dispositivos variados que ‘modelam’ o funcionamento comunicacional que aí ocorre”.

Sobre dispositivos, Braga (2016, p. 135), ao observar a diversidade de episódios interacionais na sociedade, em razão da “variedade de participantes, de objetivos compartilhados ou polêmicos, de táticas acionadas”, questiona-se sobre como organizar o pensamento diante de dispersão e das infinitas possibilidades. E responde, constatando que sua experiência com a pesquisa empírica consolidou “a percepção de elementos básicos que parecem estar presentes em todo episódio interacional, aquém de seus enfoques e táticas específicas: as interações acionam necessariamente códigos e processos inferenciais.” (BRAGA, 2010c; 2011, apud BRAGA, 2016, p. 135). O autor acrescenta que, em geral, as pesquisas enfatizam os códigos (linguagens; gramáticas; regras; lógicas institucionais; culturais; políticas; econômicas; linguísticas; éticas; de mídia; etc.), todavia, embora os códigos sejam evidenciados ou mesmo sejam a dimensão mais vista no processo de comunicação, “aspectos não codificados e não compartilhados” estão presentes e são determinantes para a atribuição de sentidos no processo de comunicação. Assim, se os códigos por si mesmos não preenchem os espaços vazios entre as representações e os espaços da língua, os processos inferenciais (SPERBER; WILSON, 1997, apud BRAGA, 2016, p. 135) “se mostram a serviço dos códigos completando lacunas [...], propiciando ajustes de entendimento entre participantes” (BRAGA, 2016, p. 135), um processo que se viabiliza pelo acionamento dos dispositivos interacionais. No conceito de Braga (2016, p. 136):

Dispositivos interacionais são matrizes socialmente elaboradas em constante reelaboração – através do processo mesmo de interações tentativas – que

geram, por aproximação sucessiva, modos e táticas na busca de uma efetividade comunicacional ampliada, desenvolvendo, na prática, objetivos e critérios indicadores de sucesso. Um dispositivo interacional é um modelo desenvolvido pela prática experimental (tentativa) que estabiliza articulações entre processos ‘de código’ e os espaços não codificados solicitadores da inferência dos participantes.

Eis porque os dispositivos interacionais são estratégias que garantem a efetividade da interação, sobretudo pelo fato de que, predominantemente, os processos interacionais ocorrem por meio de atividades das linguagens, em práticas discursivas (MAINGUENEAU, 1993). Nessa perspectiva, os dispositivos têm a função de possibilitar aos participantes da interação o domínio das regras que os orientam, em relação a ações que desenvolvem; a espaços e a posições que estes ocupam na sociedade. Nessa direção, Bourdieu (2001) afirma a interação é resultante da interseção entre os diferentes campos sociais, sendo que:

O espaço de interação funciona como uma situação de mercado linguístico, que tem características conjunturais cujos princípios podemos destacar. Em primeiro lugar, é um espaço pré-construído: a composição social do grupo está antecipadamente determinada. Para compreender o que pode ser dito e sobretudo o que não pode ser dito no palco, é preciso conhecer as leis de formação do grupo dos locutores. (BOURDIEU, 2001, p.55).

Importa do pensamento a perspectiva da interação em situação de “mercado linguístico”, tendo em vista ser este o mercado fundamental para o acionamento dos dispositivos nos processos de interação. Assim, dada a importância da categoria dispositivo nesta pesquisa, considera-se importante resgatar as concepções que erigiram o termo “dispositivo” à condição de categoria teórica. Inicia-se com Agamben (2009) que faz uma “genealogia” do termo “dispositivos”, hipotetizando que “a palavra ‘dispositivo’ seja um termo técnico decisivo na estratégia do pensamento de Foucault.” (AGAMBEN, 2009, p. 27). O autor afirma que, apesar de não ter elaborado uma definição para o termo “dispositivo”, Foucault (apud AGAMBEN, 2009) trata do fenômeno, com frequência, sobretudo a partir do ano de 1977, quando o filósofo concede uma entrevista e trata do tema, nos seguintes termos:

Aquilo que procuro individualizar com este nome é, antes de tudo, um conjunto absolutamente heterogêneo que implica discursos, instituições, estruturas arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais e filantrópicas, em resumo: tanto o dito como o não dito, eis os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se estabelece entre esses elementos [...] Com o termo dispositivo, compreendo uma espécie – por assim dizer - de formação que num certo momento histórico teve como função essencial responder a uma urgência, O dispositivo tem, portanto, uma

função eminentemente estratégia [...] Disse que o dispositivo tem natureza essencialmente estratégica, que se trata, como consequência, e uma certa manipulação de relações de força, de uma intervenção racional e combinada das relações de força, seja para orientá-las em certa direção, seja para bloqueá-las ou para fixá-las e utilizá-las. O dispositivo está sempre inscrito em um jogo de poder e, ao mesmo tempo, sempre ligado aos limites do saber, que derivam desse e na mesma medida, condicionam-no. Assim o dispositivo e um conjunto de estratégias de relações de força que condicionam certos tipos de saber e por eles são condicionados (FOUCAULT, *Dits et écrits*, v.3, p.299-300, apud AGAMBEN, 2009, p. 28).

Desse modo é que Agamben (2009, p. 29) tomando com ponto de partida os sentidos dicionarizados do termo “dispositivos”, agrega-os às concepções de Foucault (apud AGAMBEN, 2009, p. 28) e resume-os, essencialmente, em três pontos: a) um sentido jurídico, equivalendo a parte de uma sentença (ou lei) que decide e dispõe; b) um significado tecnológico, podendo constituir as partes de uma máquina ou de um mecanismo e, por extensão, o próprio mecanismo; c) um significado militar, como conjunto de meios dispostos em conformidade a um plano. O autor reafirma que todas essas significações estão, de algum modo, presentes na concepção foucaultiana do termo dispositivo. Compreende-se, porém, com o autor, que o uso do termo transcorre, normalmente, de uma individualização dos significados (como o faz Braga (2016). Para Agamben (2009), porém, mesmo na fragmentação do emprego corrente ou na acepção tomada por Foucault (apud AGAMBEN, 2009, p.34) o termo dispositivo historicamente remete a “conjunto de práticas e mecanismos (linguísticos e não-linguísticos, jurídicos, técnicos e militares) que têm o objetivo de atender a uma urgência e de obter um efeito imediato” (AGAMBEN, 2009, p. 34). Para o autor, o que não se pode desconsiderar é a que estratégia de práxis ou de pensamento o termo ganha sua adaptabilidade.

Nessa direção, Agamben (2009) constata que os dispositivos de que fala Foucault (apud AGAMBEN, 2009, p. 34) estão de, algum modo, relacionados a uma herança teológica que os concebe como meios para administrar e governar o mundo das criaturas. Sendo assim, os dispositivos implicam, portanto, práxis, saberes, medidas e instituições com objetivos de orientar condutas; razão pela qual os dispositivos constituem processo de subjetivação, ou seja, processos que instituem o sujeito, a subjetividade. Desse modo, as escolas, as fábricas, as prisões, os manicômios, a confissão, as medidas jurídicas etc. constituem-se dispositivos, para Foucault (apud AGAMBEN, 2009, p. 34). A partir desse inventário Agamben (2009) amplia a já diversificada gama de sentidos sobre dispositivos em Foucault e diz:

Chamarei literalmente de dispositivo qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos de seres viventes (AGAMBEN, 2009, p. 40).

Agamben (2009) segue incluindo a categoria “dispositivos” noutros fenômenos que, ao mediar as relações entre os diferentes atores sociais, bem como a relação destes com o espaço social, reconfiguram sentidos produzindo, conseqüentemente, novas possibilidades existenciais ou identitárias o que implica o acionamento de dispositivos por parte dos sujeitos sociais de modo a que estes fenômenos tenham sentido social. O autor cita artefatos e processos que fazem emergir novos fenômenos (AGAMBEN, 2009): a caneta, a literatura, a filosofia, o cigarro, a navegação, os computadores, os telefones celulares e a linguagem. Sobre a última (a linguagem) ele afirma:

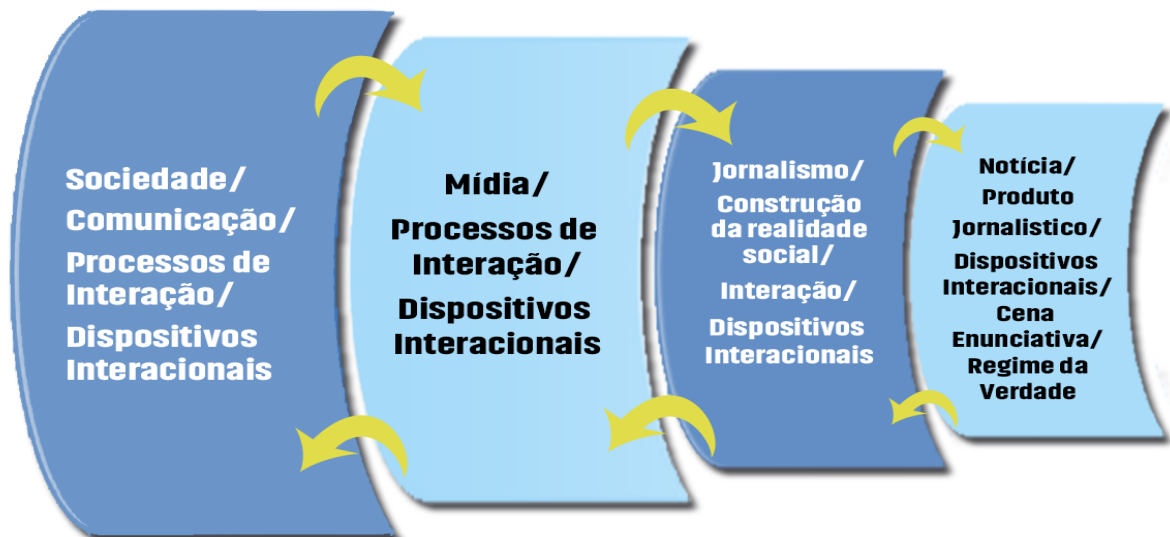
[...] é o mais antigo dos dispositivos, em que há milhares de anos um primata – provavelmente sem se dar conta das conseqüências que se seguiriam – teve a inconsciência de se deixar capturar. (AGAMBEN, 2009, p. 41).

As reflexões aqui elencadas favorecem afirmar que a concepção de dispositivo apenas como suporte técnico ou meio por onde discursos são enunciados não dá conta de explicar a complexidade dos sentidos que ali são produzidos. Daí que a concepção que orienta a realização deste trabalho toma o dispositivo, em essência, como o próprio episódio interacional em momento de sua realização (BRAGA, 2016, p. 137). Numa visão mais abrangente, Braga (2010, p. 49) afirma que os dispositivos funcionam, dentro do espaço institucional, como “contextos intermediários das instituições”. Para o autor, seriam os dispositivos “subsistemas”, fazem parte de um conjunto de normas que se articulam em situação de uso dos códigos e das normas, em “processos de ordenação social e as disposições de ‘linguagem’, funcionando como seu âmbito operador de interações”. O autor destaca a importância do operacional dos dispositivos nos processos de interação.

Os processos de constituição operacional devem ser, aí, mais visíveis – porque os dispositivos, por mais que “pertencam” a matrizes institucionais de maior abrangência e de mais longo prazo (v.g. política, vida privada, sistema industrial, escola, igrejas, vida profissional, família, etc.) são mais diversificados conforme circunstâncias e conjunturas; menos longamente estabelecidos; e mais flexíveis – neles se percebe, ao lado da imposição de normas e regularidades empíricas, os contextos imediatos mais frequentemente estudados são relacionáveis à ordem do dispositivo. (BRAGA, 2010, p. 49).

Braga (2010) segue explicando que, assim como na instituição escola, os dispositivos interacionais mais apreensíveis são “aulas”, “conferências”, “debates”, afetando a interação; será sempre o contexto que dará contornos às lógicas dos dispositivos nos processos interacionais/comunicacionais. Neste caso, o contexto mais amplo que o autor referenda como mais apropriado para observar, pelo acionamento dos dispositivos, a interação social são as instituições sociais. Outro contexto necessário e imprescindível à realização e à compreensão dos processos interacionais/comunicacionais são as linguagens. Em resumo, com base na teorização de Braga (2010), dá-se visualização ao processo de interação que conduz à produção da notícia.

Figura 2 – Processos interacionais da notícia



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

### 2.1.2 O jornalismo e a linguagem como instituições segundas

Como se vem apresentando neste trabalho, o episódio comunicacional concretiza-se no âmbito dos processos interacionais, pelo esforço dos participantes em acionar tais dispositivos, produzidos em circunstâncias históricas e contextos específicos. E o contexto é constituído, em larga escala, nas/pelas instituições sociais (aqui incluídas e, principalmente enfatizadas, as instituições jornalismo e linguagem). Busca-se, pois, neste tópico, apresentar recortes teóricos sobre o jornalismo e a linguagem, observando-se a relação intrínseca e complexa entre a instituição jornalismo e a instituição linguagem, em processos de interação social, com ênfase nos dispositivos interacionais e no regime de verdade, um referencial

teórico indispensável para análise do objeto empírico deste trabalho: o acontecimento noticioso.

Já de início, informa-se que a inspiração para a denominação deste tópico provém de Castoriadis (2004), autor cujas concepções teóricas são referência para a compreensão/descrição das lógicas que instituem o tecido social por meio da construção/eleição da categoria instituição (imaginária) da sociedade. O construto teórico do autor viabiliza pensar o jornalismo e a linguagem como instituições. O filósofo defende que a instituição primeira da sociedade é a própria sociedade que se cria/recria em significações sociais únicas, daí o caráter cultural que diferencia, por exemplo, a sociedade egípcia faraônica, da sociedade americana. À instituição primeira articulam-se as segundas. Estas (que o autor alerta não serem, de maneira alguma, secundárias) dividem-se em duas categorias: *transistóricas* – que estão presentes em todas as organizações societárias e são essenciais para a existência e a continuidade destas, como o indivíduo, a família e a linguagem, por exemplo – e as *instituições específicas* a determinadas sociedades que são, de igual modo, fundamentais à constituição, à conservação e/ou à transformação das significações imaginárias da sociedade. Entende-se que, entre as instituições segundas (específicas), inclui-se o jornalismo.

Há aquelas que são, no abstrato, em sua forma transistóricas. Tais como, por exemplo, a linguagem: cada língua é diferente, mas não há sociedade sem linguagem; o indivíduo: o tipo de indivíduo é, concretamente, diferente em cada sociedade, mas não há sociedade que não institua um tipo qualquer de indivíduo; ou a família: a organização e o ‘conteúdo’ específicos da família são, a cada caso, outros, mas não pode haver sociedade que não assegure a reprodução e a socialização da geração seguinte e a instituição que disso se encarrega é a família, qualquer que seja a sua forma [...]. Há instituições segundas que são específicas a determinadas sociedades e que nela desempenham um papel absolutamente central, no sentido de que aquilo que tem uma importância vital para a instituição da sociedade considerada, suas significações imaginárias sociais, é essencialmente carregado por estas instituições específicas [a exemplo da *polis*, ou da empresa capitalista]. (CASTORIADIS, 2004, v.6, p.169-170).

Nos termos de Castoriadis (1995), a instituição social é o conjunto de valores, normas, linguagens, instrumentos, procedimentos, métodos de fazer frente às coisas e de fazer coisas as quais possibilitam a criação de um mundo significado. A instituição social é, assim, constituída na e pela própria história. Recusando-se a entender a instituição sob as formas da mimese, repetição, determinação e funcionalidade, Castoriadis (1995) propõe a noção de *imaginário* para dar conta do que excede a racionalidade e a funcionalidade da instituição



social: o componente criativo-imaginativo. Em síntese, o imaginário da sociedade é o que dá orientação específica à funcionalidade e adere sistematicidade a cada conjunto institucional, é a componente que aporta sentido ao simbolismo inscrito no social.

O imaginário é o “significado-significante central” que “se dá como sentido indiscutível e indiscutido, suporte das articulações e das distinções do que importa e do que não importa, origem do aumento da existência dos objetos de investimento prático, afetivo e intelectual” (CASTORIADIS, 1995, p. 175), tanto individuais quanto coletivos. Na concepção do filósofo, destaca-se não a conservação, mas o potencial de transformação implicado nas instituições. Ele pensa uma força instituinte operando desde o interior do instituído. A *psique* humana entra em cena como operadora privilegiada da dinâmica institucional, o inconsciente e os mecanismos psíquicos ganham centralidade e o tratamento teórico da instituição se abre à transformação e à mudança. A concepção de *imaginário* permitirá construir a mediação entre *psique* individual e instituição social, afirmando a indeterminação como princípio dinâmico da mediação.

O social-histórico [...] é, por um lado, estruturas dadas, instituições e obras ‘materializadas’, sejam elas materiais ou não; e, por outro lado, o que estrutura, institui, materializa. Em uma palavra, é a união e a tensão da sociedade instituinte e da sociedade instituída, da história feita e da história se fazendo. (CASTORIADIS, 1995, p. 131).

Importa aqui, em concordância com Roiz (2009), apresentar um detalhe relevante sobre os conceitos “imaginário social”, de Castoriadis (1995) e “campo”, de Pierre Bourdieu (1990). Para o autor, há uma aproximação, embora implícita, entre os dois conceitos. As aproximações dão-se porque, segundo Roiz (2009, p. 109), tanto Castoriadis quanto Bourdieu, ao focarem suas análises no desenvolvimento das sociedades ocidentais capitalistas, avaliando questões como a democracia, a ciência, a política e a organização societária, criam conceitos que abrangem toda composição da sociedade e suas organizações. Necessário se faz ressaltar que aproximações não significam similaridades, tampouco é este o foco de discussão desta tese, contudo, embora seja a categoria instituição eleita para tratar da compreensão e da denominação de organizações complexas como a sociedade e seus diferentes entes, em determinados momentos deste trabalho, faz-se alusão à instituição comunicação como campo, a depender do autor que se tenha como referência naquele ponto para tratar da comunicação/jornalismo.

Compreender a gênese social de um campo, e apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo da linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, tornar necessário, subtrair ao absurdo do arbitrário e do não-motivado os atos dos produtores e as obras por eles produzidas e não, como geralmente se julga, reduzir ou destruir. (BOURDIEU, 1998, p. 69).

Nessa direção, com inspiração em Castoriadis, é que Braga (2010, p. 43) define instituição como um conjunto de regras, mais ou menos estáveis, socialmente compartilhadas, que dão vida e viabilizam os processos sociais/interações sociais. Para o autor, a definição engloba tanto as instituições “macro-sociais de longa existência histórica, que persistem através de variantes e reajustes históricos (família, religião, escola, Estado...) e as instituições intermediárias”, como as instituições “profissionais, educacionais, de convivência social, culturais, de entretenimento”, entre outras. Aí se localiza a instituição jornalismo, tendo em vista que:

As instituições, por suas regularidades (‘maneiras de fazer simbolizadas e sancionadas’), já expressam diretamente sentidos sociais. Embora as regras sociais possam ser expressas, não são regras porque sejam ditas e sim porque praticadas.

[...]

Não esquecemos, é claro, que as práticas não são mudas, e que as coisas ditas sobre elas também conformam a experiência. Mas as falas que tratam de expressar o instituído participam do processo de instauração, manutenção e/ou modificação igualmente em modos práticos. Estabelecem-se aí articulações concretas entre linguagens e instituições. (BRAGA, 2010, p. 43).

É importante destacar que as relações dinâmicas entre instituinte e instituído é que viabilizam as transformações no interior das instituições. Exatamente esse o entendimento de Castoriadis (1982, p. 168, apud BRAGA, 2010, p. 45). Para o autor, a gênese das instituições e, conseqüentemente, das sociedades, decorre da força do instituinte operando no interior do instituído, uma operação que é mediada pelo imaginário e pelo simbólico. Nessa perspectiva, “a gênese das instituições é também a gênese de sentido”, uma lógica intrínseca à instituição jornalismo, tendo em vista que o jornalismo, tanto como uma atividade profissional e/ou como campo de conhecimento e de pesquisa, tem reconhecimento público (RODRIGO ALSINA, 2009); (HACKETT, 1993); (TUCHMAN, 1993), exatamente na dimensão do simbólico, na construção de sentidos socialmente compartilhados, sobretudo com relação a sua atividade-fim: a construção de um conhecimento sobre a realidade social. (BERGER; LUCKMANN, 2009). Nos termos dos autores que se traz para amparar estas concepções de

jornalismo, a construção da realidade social pelo jornalismo realiza-se na vida social cotidiana, a partir da qual se dá a institucionalização das funções e dos papéis sociais.

Partindo-se, por conseguinte, dos pressupostos de que o jornalismo é uma instituição que produz um conhecimento sobre a realidade, entende-se ser esta instituição e/ou campo de natureza complexa que interage com o mundo social e político, uma perspectiva que insere o estudo do jornalismo no paradigma construcionista<sup>9</sup> De acordo com Traquina (2002, p. 128) a teoria interacionista defende que “as notícias são uma construção social onde a natureza da realidade é uma das condições, mas só uma, que ajuda a moldá-las”. O autor destaca aspectos importantes a serem considerados na construção do acontecimento noticioso, tais como: 1 – ‘a realidade’, os aspectos manifestos do acontecimento; 2 – os constrangimentos organizacionais, que incluem a propriedade dos meios, a questão econômica; 3- as narrativas que determinam o que o jornalista escreve; 4 – as rotinas que orientam e condicionam a atividade do jornalista; 5 – os valores notícia dos jornalistas; e 6 – as fontes de informação contatadas. Ainda na perspectiva construcionista Rodrigo Alsina (2009) explica que cabe aos jornalistas a tarefa de selecionar, hierarquicamente, os acontecimentos e os temas sociais dando-lhes sentido por meio de uma construção discursiva que legitima socialmente o jornalismo e atribui reconhecimento e legitimidade social à atividade.

Como afirma Franciscato (2005, p. 167), historicamente, o jornalismo como instituição “conquistou uma legitimidade social para produzir, para um público amplo, disperso e diferenciado, uma reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas”. Uma legitimidade social, ainda acompanhando o autor, que torna a instituição jornalística essencial para a sociedade, mas também instável, razão pela qual vem sendo questionada e reposicionada, sobretudo na contemporaneidade. Daí porque, em que pese a importância social do jornalismo, esta é também uma atividade/profissão vinculada a um conjunto de valores que se estabilizam e/ou desestabilizam-se nos espaços intra e extrainstituição, sobretudo por ser esta uma instituição política, mas não política no sentido constitucional do termo. Explica Cook (2011, p. 20) que, diferente dos poderes legislativo, executivo e judiciário, que são instituídos pela Constituição, “com regras precisas sobre como seus membros deveriam ser selecionados, seus mandatos, bem como seus poderes e responsabilidades [...] o mesmo simplesmente não vale para o

---

<sup>9</sup> Paradigma que emerge, na década de 1970, a partir de investigações sobre jornalismo, realizadas por teóricos das linhas estruturalista e interacionista. As conclusões do paradigma apontam para a tese de que a notícia constitui-se como um processo de construção da realidade social e que o jornalista não é um mero observador e/ou reproduzidor desta realidade. Ele tem papel ativo na construção da realidade via notícia. (BERGER; LUCKMAN, 2009; HALL et al, 1993; MOLOTCH; LESTER, 1974; TRAQUINA, 2002; TUCHMAN, 1993).

jornalismo”, acrescentando ainda o autor que, ao contrário dos três poderes constitucionais, que são financiados por verbas públicas, a mídia foi instituída e é controlada por corporações privadas o que faz dela (a mídia) algo diferente de um poder governamental. Mas Cook (2011) apresenta o viés que torna o jornalismo uma instituição política.

[...] o jornalismo compartilha mais com duas outras instituições políticas: os partidos políticos e o sistema de grupos de interesse. Em cada caso, essas instituições políticas estão simultaneamente dentro e fora do governo. De fato, no caso dos partidos políticos, eles surgiram tão cedo na jovem República que pode ser seguro dizer que, a despeito da retórica antipartidos dos fundadores, o processo podia simplesmente não ter funcionado sem esses intermediários essenciais num sistema marcado pela separação de poderes (COOK, 2011, p. 20).

Importa esclarecer que, embora os estudos de Cook (2011) baseiem-se na relação do jornalismo e da política norte-americana, são conclusões aplicáveis ao que se compreende neste trabalho como a institucionalização política do jornalismo. O teórico afirma que, apesar da separação conceitual e de atuação que separa o jornalismo do poder governamental, dando-lhe um atributo de independência, os meios noticiosos “são profundamente afetados pelo patrocínio, subsídios e proteção oficial e reconhecimento legal.” (COOK, 2011, p. 20). Continua o autor reafirmando que tanto os partidos políticos, os grupos de interesse, como o jornalismo, são institucionais, identificando diferenças relevantes entre estes, como, por exemplo, o fato de os partidos e os grupos de interesse serem formados e mantidos para a perseguição estratégica coletiva de objetivos políticos explícitos, já o jornalismo não é. “A política, o poder e o impacto do jornalismo bem podem ser implícitos e ocultos, até mesmo (ou especialmente) de seus próprios praticantes.” (COOK, 2011, p. 21). O autor destaca que:

O viés político mais permanente dos noticiários é claramente sua concentração nos eventos, ideias, preocupações, estratégias e na política de funcionários públicos poderosos. Essa gravitação na direção da oficialidade é o que faz com que o jornalismo não seja meramente político, mas governamental. A disponibilidade e a presença do jornalismo, tanto dentro das instituições quanto dentro do governo como um todo, leva os funcionários a pensar nele como um apoio potencial para atingir seus objetivos e assistir à conversão do jornalismo numa ‘instituição de governança’ (COOK, 2011, p. 21).

Se instituição política e/ou de governança, nos termos de Cook (2011), linhas tênues, porém fortemente definidoras das concepções e das práticas do jornalismo, o fato é que o jornalismo se institui e se faz reconhecer na sociedade pela realização de uma atividade

que se ampara na “lógica de um ‘regime de verdade’, formatado no tempo presente e na enunciação de um dizer dito ‘verdadeiro’ [...] procedimentos de controle, seleção e organização do discurso jornalístico [...] atravessados por relações de poder que determinam sua validade” (FRANZONI, 2013, p. 11). E o regime de verdade é, sem dúvida, central na compreensão de que o jornalismo legitima-se e justifica sua atuação pela adoção do que se denomina de racionalidade jornalística<sup>10</sup>.

### 2.1.3 Jornalismo, linguagem e verdade: a racionalidade jornalística em questão

Para tratar da racionalidade jornalística, mister se faz situar a discussão num âmbito mais complexo, tendo em vista que a categoria racionalidade comporta um feixe de outras categorias, tais como: verdade, real/realidade; objetividade bem como a posição do sujeito jornalista e suas formas de lidar com tais questões. Desse modo, a racionalização requerida (realizada ou não pelo jornalismo, conforme as *epistemes* que se tenham como horizonte de discussão) implica admitir um sujeito específico, uma concepção sobre o real/a realidade bem como um processo de objetivação dessa realidade cujo resultado se corporifica em textos (verbais ou não verbais) a que se denomina informação jornalística, em seus diferentes gêneros<sup>11</sup>, principalmente, destaca-se da racionalidade o que ‘legaliza’ e confere credibilidade e assegura manutenção do contrato<sup>12</sup> entre o jornalista e seus leitores: *a verdade*. No jornalismo, de acordo com Rodrigo Alsina (2009, p. 48), é necessário que se acredite na veracidade do que é dito, “que aconteceu de fato assim mesmo.” Reside nesta premissa a legitimidade da instituição jornalismo.

Importa ressaltar que se compreende a racionalidade jornalística nesse trabalho em três vertentes: a primeira diz respeito a concepções que se traduzem em técnicas legitimadas e reproduzidas nas escolas de jornalismo e nas redações dos jornais pelo uso de tecnologias discursivas (regras que se apreendem na estrutura das narrativas jornalísticas como o uso do

<sup>10</sup> Aparato, ao mesmo tempo, ideológico, contextual e instrumental, designado racionalidade jornalística; fazer institucionalizado e sistemático, pela adoção de rotinas, tomadas de decisões, seleção e apresentação dos fatos, a mobilização de fontes, uso de estratégias para lidar com fatos, fontes, valores, tempo e decisões de produção (TUCHMAN apud TRAQUINA, 1999, p.74; 88-89).

<sup>11</sup> Gênero jornalístico é a classe de unidades da comunicação massiva periódica que agrupa diferentes formas e respectivas espécies de transmissão e recuperação oportuna de informações da atualidade, por meio de suportes mecânicos ou eletrônicos (aqui referidos como mídia), potencialmente habilitados para atingir audiências anônimas, vastas e dispersas (MELO, ASSIS, 2013, p. 30).

<sup>12</sup> Para Verón (2004, p. 218), “todo suporte de imprensa contém seu dispositivo de enunciação: este último pode ser coerente ou incoerente, estável ou instável, adaptado a seus leitores ou mais ou menos inadaptados. No caso da imprensa escrita denominaremos esse dispositivo de enunciação de *contrato de leitura*.” [grifos do autor].

*lead*; o *afastamento* do narrador pelo uso da terceira pessoa; a apresentação de provas; o recurso da mobilização de vozes, entre outras. Recursos, enfim, que intentam apagar subjetividades e parcialidades, criando-se, por conseguinte, efeitos de realidade). Positivista e datada, esta concepção é herdeira do paradigma que conceitua o jornalismo como um reprodutor da realidade ou “espelho da realidade”. Essa teoria pressupõe que as notícias são como são porque a realidade assim as determina (TRAQUINA, 2002, p. 74).

Já a segunda vertente tem origem no paradigma que concebe o jornalismo como construtor da realidade social. Reverberado em diferentes teorias sobre a notícia, esse paradigma tem base nas teorias sociológicas construcionistas, já referidas neste capítulo, os quais concebem a realidade como uma construção social que comporta a relatividade das ações humanas e a emergência do significado dessas ações em processo de construção social e, em decorrência, a relatividade social, uma vez que todas as construções humanas, entre elas a realidade, resultam da atividade social, o que torna impossível a compreensão das sociedades fora do movimento dos seus criadores, a partir da relação entre a própria realidade e o conhecimento. Também construtivista, a terceira concepção não aposta, porém, na relatividade da ação humana como pressuposto de que o mundo existe pela criação da consciência, isto é, nada existiria fora da percepção humana. Partindo desse princípio, a racionalidade jornalística é compreendida, pois, como um conjunto de concepções e procedimentos profissionais que possibilitam ao jornalista realizar a mediação tanto da realidade física quanto da realidade social, tornando-as realidades midiáticas. Estas entendidas como:

Uma representação simbólica de uma outra realidade primária (física ou social). A condição de realidade secundária, advinda do seu papel de mediação, não pode ser anulada, o que significa, por exemplo, que o noticiário sobre um comício eleitoral jamais será o mesmo que o comício em si. Há um sujeito da realidade primária – nesse caso, o jornalista – que é elemento constituinte da segunda realidade. A realidade midiática, no entanto, não é constituída somente por este. (SPONHOLZ, 2009, p. 88).

Das vertentes que concebem o jornalismo como uma construção, esta última encaixa-se na forma como se entende a racionalidade jornalística, o que se verifica de significativo para a problematização que aqui se apresenta é que a racionalidade jornalística não se circunscreve apenas à dimensão textual. (Não se reduz ao texto, embora esteja contida no texto). De certo que há de se considerar um conjunto indissociável de determinantes da racionalidade referida, tais como as organizações ou as engrenagens produtivas e seus

modelos de negócio; os suportes tecnológicos que determinam os fluxos de mensagens; os mecanismos de interação com o público, entre outros. Mas, em específico, a intenção é discutir a racionalidade com ênfase no que regula o jornalismo e assegura sua existência: *a existência de uma ideia de verdade do real que pode ser apreendida por meio de técnicas que transformam o real/verdadeiro em relatos*. (FRANCISCATO, 2005). Convém informar que, em relação à verdade, optou-se, neste trabalho, pela perspectiva de Foucault. Para o autor,

A verdade não existe fora do poder ou sem poder (não é – não obstante um mito, de que seria necessário esclarecer a história e as funções – a recompensa dos espíritos livres, o filho das longas solidões, o privilégio daqueles que souberam se libertar). A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder. Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro (FOUCAULT, 1979, p. 12).

Partilhando, pois, da concepção de verdade de Foucault (1979), reafirma-se a premissa de que esta verdade ou esta concepção de verdade é do ‘mundo do jornalismo’, razão pela qual *o regime de verdade* é uma categoria que se busca apreender nas notícias que constituem o objeto empírico desta pesquisa, o que implica reafirmar a premissa de que o jornalismo é uma instituição que se sustenta amparado na lógica de um regime de verdade. Acompanhando Foucault (1979, p. 13), entende-se que a verdade é: 1 – centrada no discurso científico e nas instituições que o produzem; 2 – submetida ao poder econômico e ao poder político; 3 – é objeto de imensa difusão e consumo; 4 – é produzida e transmitida sob controle, “não exclusivo, mas dominante” de grandes aparelhos políticos e/ou econômicos, como universidades, exércitos, meios de comunicação; é, enfim, objeto de debate e de confronto político-ideológico. Partindo-se destes princípios é que se pode observar o regime de verdade no jornalismo a partir de três dimensões. A primeira diz respeito aos pressupostos teóricos sobre o campo/instituição, com foco na deontologia da profissão; a segunda trata do fazer jornalístico, materializado em textos noticiosos e a terceira detém-se sobre a apuração da notícia e sua importância para o alcance dos princípios que orientam a profissão.

Na primeira dimensão, a deontologia da profissão coloca a verdade como valor central no jornalismo. Nesse sentido, o jornalismo, como campo de pesquisa e formação intelectual e/ou como um campo de atuação profissional, tem reconhecimento público. Sua

atividade-fim – elaborar, interpretar e divulgar informações em formato de notícias e demais produtos noticiosos – é a face que se revela ao público com mais nitidez (aspectos empresariais como financiamento, circulação e consumo não têm um reconhecimento público tão acentuado quanto o processo de produção noticiosa). Esse reconhecimento social deve-se, em grande parte, ao conjunto de valores que normatizam a conduta dos jornalistas, regras que preservam direitos dos cidadãos e também a reputação do jornalismo (empresas e jornalistas). Nesse caso, os códigos deontológicos (CORNU, 1994) estabelecem valores e condutas que devem ser seguidos pelos jornalistas/empresas jornalísticas, tais como: verdade, independência, objetividade, credibilidade, entre outros. Entre todos estes valores, o compromisso com a verdade está no cerne da atuação profissional do jornalista. Ainda, de acordo com Cornu (1994, p. 395), “a verdade como dever fundamental” é um valor ético do jornalismo que “tem a ver tanto com a elaboração, o conteúdo e a forma das notícias, quanto ao aspecto técnico da informação e em seu aspecto pragmático com a ação das instituições e das pessoas.” Para o autor, o tratamento das fontes, o dever da retificação, o segredo redacional, a informação verdadeira, por fim, pressupõe a observação de um conjunto de critérios normativos. Corroborando Franzoni (2013, p. 99):

A verdade como um valor, que aparece tanto na Declaração de Munique como na da UNESCO, tem a noção de verdade como algo identificável, que ora deve ser buscada e ora deve ser respeitada. Logo a verdade é reconhecida como um conceito normativo e crítico da informação. A exigência de “verdade” nesses documentos não se aplica unicamente à ordem dos fatos, como exigência de exatidão, mas também à ordem do sentido, como exigência de justeza, e à ordem da narrativa, como exigência de veracidade.

Já na segunda dimensão: o regime de verdade nos textos noticiosos institui-se pela asserção de que a produção do texto jornalístico, notícias e reportagens e demais gêneros, são produzidas para causar um efeito de real<sup>13</sup> (transmitir a verdade tal qual ela existe no mundo físico e real) e a audiência está predisposta a acreditar no que lê ouve ou vê. Esse é o “contrato” prévio implícito no qual a comunicação jornalística se realiza e o qual lhe dá estabilidade. Nesse sentido é que o texto noticioso é a parte visível ou material de um processo complexo (BENETTI, 2007, p. 111) no qual, de acordo com Mota (2004 p. 122), os enunciados, predominantemente, constituem-se de relatos objetivos, escritos em textos descritivos, claros, ordenados e coerentes, seguindo os cânones da linguagem jornalística,

---

<sup>13</sup> Conceito trabalhado por Roland Barthes (2004, p. 181) como “o efeito de realidade”, o termo é similar a índice do real que Traquina (1993) considera como aquilo que o jornalismo produz em seu relato.



convencionalmente aceita pelos profissionais e pela comunidade de leitores, familiarizada e acostuada com tais convenções. É importante destacar que os manuais de redação jornalística, assim como os livros de técnica do jornalismo, ao defenderem as premissas referidas, acabam por identificar o jornalismo como uma prática que se regula pela *racionalidade* e a *objetividade* as quais se instituem no texto pela tentativa de se evitar, o máximo possível, os pontos de vista de quem escreve bem como qualquer indício de uma linguagem em que predomine a subjetividade do jornalista e/ou os interesses do veículo de comunicação, em detrimento do direito do cidadão de ser bem informado.

Assim sendo, ainda na trilha de Mota (2004), as máximas do jornalismo orientam o texto para que ele repasse aos destinatários apenas os conteúdos proposicionais (os explícitos, minimizando os implícitos, uma vez que não se podem eliminá-los). Eis porque, em princípio, as notícias não deveriam conter elementos que insinuem quaisquer implicaturas, além daqueles significados estritamente proposicionais, não deveriam sugerir nenhum “efeito de sentido” além dos conteúdos manifestos, deveriam reduzir o ato comunicativo ao simples repasse de informações concretas. Nessa lógica, acompanhando Mota (2004, p. 126), a informação a ser repassada pelas notícias deve: 1) ser tão informativa quanto necessária; 2) ser não mais do que necessária; 3) expressar apenas a verdade; 4) não mencionar o que não se puder comprovar; 5) evitar ambiguidades; 6) expressar-se de forma breve (não prolixa); 7) expressar-se de forma direta. Tudo isso porque, por este viés, cabe ao texto jornalístico, ao intercambiar informações com leitores, ouvintes e telespectadores, realizar uma comunicação radicalmente efetiva e econômica, linguisticamente falando. Esse é o propósito da notícia, dos textos noticiosos em geral, construir, por meio da linguagem, a realidade física ou social. Como explica Alsina (2009, p. 47), o jornalismo transforma alguns fatos da realidade em acontecimentos socialmente relevantes, sobretudo pelo acionamento de linguagem. Esse objetivo profissional, ao que tudo indica, parece ser compactuado pela comunidade de leitores, ouvintes e telespectadores dos noticiosos como válidos e verdadeiros. Reproduz-se, entre jornalistas e leitores, uma convenção em que emissores e destinatários dão por convencionalizado que “o jornalismo é o lugar natural da objetividade, e da verdade, o lugar do texto claro, conciso, direto, sem rodeios literários, sem implicaturas, sem alusões ou pressuposições, sem quaisquer insinuações.” (MOTA, 2004, p 127).

Na comunicação jornalística, há um pacto implícito entre interlocutores que produz uma estabilidade e torna possível uma comunicação eficiente. O objetivo do texto (verbal ou não verbal) da notícia ou reportagem é transmitir informações de forma efetiva e econômica (no sentido linguístico

desses termos). Esse desejo é compactuado pela comunidade de leitores (ouvintes ou telespectadores). Predomina uma intenção de objetividade (de busca de verdade) de ambas as partes (MOTA, 2004, p. 118).

Por fim, a terceira dimensão refere-se a procedimentos e convicções profissionais na notícia relacionados ao domínio de um saber e um domínio técnico, um preparo profissional específico que habilitaria os jornalistas a apurar, a garimpar a matéria-prima da atividade jornalística: a informação que se veicula como notícia. Segundo Pereira Junior (2006), seja qual for o suporte ou o veículo da notícia, seja qual for a mutação provocada pelas novas tecnologias, pelas contingências do mercado e/ou preferências do público, sempre haverá uma simbiose forma e conteúdo, isto porque o jornalismo é um campo de aplicação ética, mas é também uma disciplina de verificação instrumental. Só fará sentido na interseção entre o desempenho técnico (cujo terreno é o verificável) e o compromisso ético e humanístico (seu horizonte é a cidadania). Para o autor, a operação de sentidos (técnica) é também uma operação de valores (ética). Daí as qualidades éticas do trabalho serem, também, técnicas, *logo apurar mal, escrever mal, trabalhar mal é necessariamente ser antiético*.

Como se pode observar, a questão da verdade, incluída no conjunto de procedimentos que compõem o que se designa de uma racionalidade, nos moldes que se vem discutindo nesta pesquisa, é também objeto de debates e de negação, sobretudo porque está associada aos pressupostos do paradigma funcionalista/estruturalista<sup>14</sup>, vinculado ao positivismo racionalista do final dos anos 60, do século XX, que vêm sendo questionados e/ou desestabilizados, constantemente, no campo do jornalismo, tendo em vista o reconhecimento (teórico e prático) da impossibilidade de o jornalismo reproduzir fielmente a realidade, como a metáfora do espelho. É, porém, inegável que o jornalismo tem um papel relevante na construção da realidade social (BERGER; LUCKMAN, 2009), como também se pode assegurar que a verdade continua a ser a categoria mais requerida quando se questiona o jornalismo, conforme tem ocorrido nos últimos tempos no Brasil (uma referência que se faz na introdução deste trabalho). Nesse sentido, a manutenção de valores como exatidão, equilíbrio, diversidade de perspectiva, entre outros, correlatos à verdade como categoria essencial na prática jornalística, asseguram a credibilidade e a legitimidade da profissão.

---

<sup>14</sup> Derivado de estrutura (structura em latim, do verbo struere), o termo foi consagrado no final do século XIX por Durkheim (Les Règles de la méthode sociologique, 1895). Tornou-se, porém, conhecido como método e programa fundador da Linguística Moderna. Fundamentado na Linguística e na Antropologia, pretendeu fornecer uma base rigorosamente científica para a teoria e a prática das ciências humanas. (DOSSE, 1993, p. 15-16).

Lopes (2013) sintetiza a questão da racionalidade requerida ao jornalismo/jornalista por todo corpo social. Para a autora, é inegável que há um sujeito com competência teórico-prática para lidar com a realidade, de modo a transportá-la, construí-la, reproduzi-la (a depender da concepção que se tenha dessa realidade), resultando, a partir dessas ações, os produtos jornalísticos, estes que se diferenciam dos demais textos produzidos na sociedade por terem especificidades que lhes garantem um diferencial em relação a outras construções de conhecimento que circulam na sociedade.

O jornalista possui um poder de fala que, de algum modo, lhe foi outorgado. O discurso que ele faz circular nos meios de comunicação e na sociedade está autorizado a ocupar o lugar que tem; e, mais que isso, é esperado dos jornalistas que eles produzam esse mesmo discurso [...] Nesse sentido, entender quem são os jornalistas também ajuda a compreender o que eles fazem, como eles fazem e que significado esse fazer possui para a sociedade em que vivemos. ( LOPES, 2016, p. 18).

E o que fazem os jornalistas sustenta-se na crença de que estes dominam um conhecimento, dominam uma *expertise*, nos termos que se vem postulando nesta investigação, que se sustenta numa racionalidade que o habilita a lidar com a verdade e com a realidade, na perspectiva de construção desta. Conforme Benedeti (2009, p.115), a adoção de um aparato ideológico, contextual e instrumental assegura a qualidade, a validade e a capacidade de as narrativas jornalísticas sintetizarem os saberes que distinguem os jornalistas como mediadores competentes, no que concerne a: 1) *saber o que mediar* (os acontecimentos e questões atuais de interesse público, além do próprio debate público; 2) *como mediar* (com informações verdadeiras produzidas com transparência, independência, equilíbrio e pluralidade); e 3) *para quem mediar* (para o interesse público). Saberes que pressupõem, ainda pensando com Benedeti (2009, p. 116), três dimensões da mediação jornalística: *o conhecimento, a linguagem e o consenso*. Ressalva-se, porém, que é, na dimensão da linguagem, das narrativas jornalísticas, que se corporificam ou se materializam as demais dimensões. Partindo-se desse princípio, concebe-se a narrativa jornalística como um *locus* privilegiado (não o único, sem dúvida) de identificação das diferentes formas de mediação realizadas pelo jornalismo, na construção da realidade social a que tem acesso a maioria das pessoas.

Sobre a realidade, Popper (1984, apud SPONHOLZ, 2009, p. 86) identifica a existência de três tipos de mundos /realidades: *a física, a social subjetiva e a social objetiva*. A primeira, realidade física (o mundo 1) se constitui dos objetos físicos; a realidade social subjetiva (o mundo 2) é formada por estados de consciência, disposição para agir e a realidade

social objetiva (o mundo 3) é resultado das ações humanas. A tese do autor é que a *realidade física* e a *social objetiva* não precisam do sujeito para existirem. Isto porque o conhecimento objetivo, o produto, toma independência do sujeito que conhece e se difere do conhecimento subjetivo que se restringe ao processo de produção. Para o filósofo, o conhecimento social objetivo ou (o mundo 3) transcende ao seu criador, ganha autonomia, vida própria.

Na trilha de Popper (1984, apud SPONHOLZ, 2009), é que se entende a objetivação da realidade realizada pelo jornalismo. A opção pelo aporte teórico desse filósofo não descarta outras contribuições importantes para se entender a relação entre a realidade e o jornalismo, entretanto, a partir da concepção de mundos do filósofo, pode-se afirmar que o jornalismo lida com dois “tipos de realidade: a realidade sobre a qual se noticia (realidade física e social) e a que o jornalismo produz (realidade midiática)” (SPONHOLZ, 2009, p. 86). Em síntese, “enquanto a realidade a ser mediada possui um *status* ontológico e epistemológico objetivo (realidade física) ou somente epistemológico objetivo (realidade social), a realidade midiática possui ambos ao mesmo tempo” (SPONHOLZ, 2009, p. 88).

É exatamente na produção da realidade midiática que entra em jogo a questão da objetividade e, por decorrência desta, a assunção da existência de uma racionalidade própria ao jornalismo. Nesses termos, Sponholz (2009, p. 149) afirma ser impossível ao jornalista construir a realidade midiática sem objetividade, apoiando-se em Bentle (1988a, p.13 apud SPONHOLZ, 2009, p.149), ela defende ser a objetividade jornalística “a percepção da realidade guiada por normas e regras profissionais”, possibilitando ao jornalista construir a realidade midiática. E é, por meio da adoção de métodos de objetivação da realidade, que se institui uma lógica de produção no jornalismo que se designa de racionalidade. Das postulações teóricas aqui apontadas, subjacente está o reconhecimento de que, para se fazer jornalismo, necessária se faz a adoção de procedimentos que possibilitem ao jornalista reportar o fato, recuperando procedimentos da racionalidade como método e os princípios deontológicos construídos na história da profissão. Confirma-se com Guerra (apud BENEDETI, 2009, p. 48) que a verdade produzida pelo jornalista em seus relatos “está na sua competência de expor um fato recortado pela *trama de faticidade*<sup>15</sup>, e reconstruir as relações que o configuram nessa trama a partir de interpretações fornecidas pelo mundo”.

---

<sup>15</sup> Conceito desenvolvido nos anos 70 do século XX pela socióloga americana Gaye Tuchman. Para a autora todas as etapas e rotina da produção da notícia parecem encontrar-se vinculadas a um princípio complexo de organização. Em grande parte, esse princípio poderia ser apreendido e descrito a partir do conceito de teia de faticidade. (MOURA, 2006).

Convém advertir, no entanto, que, quando se aceita a existência de uma racionalidade própria ao jornalismo, não se está revigorando a racionalidade de viés positivista que postula ser possível “higienizar” e/ou “neutralizar” e/ou “imparcializar” a notícia, de modo a eliminar a dimensão política do fazer jornalístico. Bem ao contrário disso, o que se observa é que a racionalidade jornalística não elimina o fato de ser o jornalismo uma instituição política, uma instituição que transita entre permanecer como tal ou tornar-se uma “instituição de governança” (COOK, 2011, p. 21). Razão pela qual a racionalidade é, contínua e reiteradamente, posta em questão. É imprescindível também reforçar, com Benedeti (2009, p. 116), que o jornalismo é, antes de tudo, uma atividade que se demarca por conflitos intrínsecos à sua natureza constituída, por ser, ao mesmo tempo: uma atividade de interesse público (serviço), que se desenvolve na lógica privada (negócio); relaciona-se socialmente com cidadãos (interesse público) e consumidores (interesse de mercado, audiência).

Em síntese, o jornalismo “produz relatos linguísticos e almeja a transparência; lida com a aparência do mundo e busca a verdade; trabalha sob pressão temporal e tem pretensão de exatidão; opera no senso comum e expõe o dissenso.” (BENEDETI, 2009, p.116). Acrescenta-se que o jornalismo é também e, principalmente, o espaço de conflito e confronto, cujas práticas podem estabilizar ou desestabilizar concepções e princípios, gerando crises e superações. Em que pese, porém, o nível de complexidade, sobretudo pelas diversas dimensões que compõem o fenômeno, é inegável que é, principalmente, na dimensão da linguagem que se corporificam tais conflitos e confrontos /que transitam, entre lógicas, na maioria das vezes, inconciliáveis, como adotar estratégias que garantam ao sujeito produtor do jornalismo um diferencial entre a *subjetividade constitutiva* (inevitável), da *subjetividade facultativa* (intencional) (BENTLE, 1998, p. 219 apud SPONHOLZ, 2009, p.178). Um cenário que traz à tona, tanto no mundo acadêmico ou no campo profissional, como na sociedade em geral, o tema recorrente: a *objetividade*, um método ou uma episteme que viabilizaria/garantiria ao jornalista a construção de um conhecimento “verdadeiro” sobre a realidade. Categoria fundante para as práticas profissionais dos jornalistas, a objetividade é também “marcada pela ambiguidade e crescente desvalorização científica e relativização e, ao mesmo tempo, continua mitificada em vários segmentos” (HOHLFELDT, 2001, p. 13).

Claro está que a categoria objetividade não se restringe ao jornalismo. Esta é uma questão que subjaz a um processo bem mais amplo que demarcou, não apenas a ciência como os demais campos sociais, acentuando-se sua importância na constituição do pensamento moderno. De acordo com Streckfuss (1990, p. 973 apud SPONHOLZ, 2009, p. 61), a “objetividade significava originalmente encontrar a verdade, através do método

científico, o que exigiria um procedimento rigoroso.” Contudo, a objetividade dos fatos, como se legitimou no campo da comunicação, deve-se, sobretudo, ao desenvolvimento e às transformações científicas e tecnológicas ocorridas, na segunda metade do século XIX, nos Estados Unidos, um período que também coincide com a formação de uma sociedade de massa daquele país.

Neste período, surge a mentalidade de que a realidade precisa ser observada para que se possa conhecê-la. A nova mentalidade marcou não só a medicina como também a arte e o jornalismo. Dois conceitos passam a dominar neste momento: *realidade e fato* (grifo nosso).

[...]

Do ponto de vista da história das ideias, as descobertas e invenções científicas como, por exemplo, a teoria celular (1838), a teoria da evolução de Charles Darwin (1859), e a invenção do telefone (1876) trouxeram consigo uma nova maneira de ver, conhecer e entender o mundo. Tais descobertas e invenções transformaram o cotidiano das pessoas em vários aspectos (cf. Errico, 1977) (SPONHOLZ, 2009, p. 58)

Especialmente a respeito da objetividade jornalística, Liriam Sponholz apresenta, a partir de Bentle (1988a, p.13, apud SPONHOLZ, 2009, p. 16, 17), uma diferenciação entre *objetividade jornalística*, *objetividade textual* e *credibilidade*. Para a autora, a correlação entre a realidade midiática e a realidade social constitui a *objetividade em jornalismo*. Para dar conta dessa correlação, ainda acompanhando a autora, os jornalistas seguem (ou devem seguir) regras e normas para evitar a percepção falsa da realidade. Nessa lógica, a *objetividade jornalística* assim se realiza. Já a *objetividade textual* se constitui a partir da relação entre objetividade e texto, quando a realidade é codificada, ou seja, transforma-se em diferentes textos. À percepção do receptor sobre a relação entre a realidade social e a realidade midiática denomina-se *credibilidade*. Interessa discutir, neste trabalho, com maior ênfase, a *objetividade textual*, uma vez que é, no texto e por meio dele, que se pretendem identificar as modalizações linguístico-textuais responsáveis pela objetivação da realidade em forma de texto nas narrativas noticiosas do jornalismo brasileiro, verificando-se, principalmente, o regime de verdade presente nos dispositivos interacionais da notícia.

É importante situar que falar de objetividade, um dos valores fundantes do jornalismo (um dos pilares que sustentam a noção/existência da racionalidade jornalística) é, antes de tudo, reconhecer que os parâmetros que definem as concepções teóricas e as práticas que institucionalizaram o jornalismo são datados, sobretudo com relação aos princípios que consolidaram pensar o jornalismo numa perspectiva da possibilidade de apreensão objetiva dos fatos e da conseqüente construção dos produtos jornalísticos, por meio de relatos, de igual

modo, objetivos, pela adoção de rotinas, técnicas e estratégias discursivas que assegurariam ao produto jornalístico, de acordo com Benedeti (2009), veracidade, comunicabilidade, pluralidade, socioreferencialidade, inteligibilidade e transmissibilidade, atributos que, minimamente, representariam um diferencial de qualidade ao texto jornalístico. Qualidades que explicam por que o jornalismo institucionalizou-se como um dos principais campos de mediação da experiência moderna do mundo.

Nesse contexto, a emergência da comunicação/jornalismo decorre, por conseguinte, do projeto de transparência e visibilidade da esfera pública, da constituição de um sujeito *esclarecido, emancipado e autônomo* que reivindica a si a legitimidade das maneiras de *ser, fazer e de dizer*, uma vez que a viragem dos tempos modernos configurou-se como uma ruptura completa com qualquer instância transcendente de legitimação própria das sociedades tradicionais.

Assim, na modernidade, dá-se um longo processo de transformação do jornalismo que inicia com o *publicismo* dos primeiros jornais do século XVII, com a finalidade de difusão dos ideais de duas classes em disputa: a burguesia e a aristocracia, passando pelo *jornalismo sensacionalista e de educação*, do século XIX, quando os jornais começavam a depender dos seus leitores e dos seus anunciantes. Segundo Nilson Lages (2009), o jornalismo educativo decorreu do fato de que os novos componentes da sociedade industrial demandavam compreensão das relações sociais, por isso, “o jornal ensinava às pessoas o que ver, o que ler, como se vestir, como se portar – e mais: exibia, com numa vitrina, os bons e, para escândalo geral, os maus hábitos dos ricos e dos poderosos” (p. 15). Por sua vez, o jornalismo sensacionalista tinha como objetivo atingir o maior número possível de leitores, envolvendo-os, emocionando-os. Já o *jornalismo industrial* surge e prospera nos Estados Unidos no final do século XIX e início do século XX.

O paradigma, imposto pela realidade da época, foram as ciências exatas. Estabeleceu-se que a informação jornalística deveria reproduzir os dados obtidos com as fontes; que os testemunhos de um fato deveriam ser confrontados uns com os outros para que se obtivesse a versão mais próxima possível da realidade (a lei das três fontes: se três pessoas que não se conhecem nem trocaram impressões contam a mesma versão de um fato que presenciaram, essa versão pode ser tomada por verdadeira); que a relação com as fontes deveria basear-se na troca de informações; e que seria necessário, nos casos controversos, ouvir porta-vozes dos diferentes interesses em jogo (LAGE, 2009, p.18).

Em que pesem os questionamentos sobre o jornalismo na atualidade cujas práticas obedecem ainda aos cânones do jornalismo industrial, sobretudo quanto aos pressupostos positivistas que colocam em questão a objetividade e a busca de verdade, o que se comprova com este estudo é que, relativizados e/ou questionados, concorda-se com Franzoni (2013, p. 58), ao constatar que o debate ainda não foi superado. Para a autora,

O que se percebe é que noções correlatas como as que sugerem valores de independência, de exatidão e de diversidade de perspectiva substituem ou convivem como forma de justificar as anteriores. Assim, esses valores, atrelados à legitimidade e à credibilidade do jornalismo, acabam por balizar as normas e os códigos deontológicos e, conseqüentemente, reafirmam e influenciam a postura profissional dos jornalistas.

#### 2.1.3.1 Concepções de linguagem em aproximação teórica com o objeto da pesquisa

Conforme se vem discutindo neste trabalho, o jornalismo e a linguagem, instituições segundas (CATORIADIS, 1995), são instâncias interdependentes no processo de construção do acontecimento noticioso, de tal modo que se analisa o jornalismo, em sua racionalidade e, de maneira mais efetiva, em seu regime de verdade na e pela linguagem. Em que pese, contudo, a indissociabilidade entre as duas esferas, no item anterior, ao problematizar racionalidade e regime de verdade, deu-se ênfase ao jornalismo, sem negligenciar a linguagem, de certo. De igual modo, neste tópico, coloca-se em evidência a linguagem, sempre em aproximação com o jornalismo, especialmente a notícia, entendendo-se, essencialmente, esta como um construto de linguagens. Neste caso, pela via da linguagem, especificamente a linguagem verbal, como se faz neste trabalho, observa-se o tipo de interação realizada pelo jornalismo na construção do acontecimento noticioso. Considerando-se, pois, o quadro acima, inicia-se este item, apresentando as opções teóricas, na área da linguagem, que dão sustentação a este trabalho, aporte teórico que possibilita realizar uma aproximação com o objeto empírico desta investigação. Para tal, principia-se com o reconhecimento de que o sentido de um enunciado não se dá *a priori*. Isto porque para um enunciado fazer sentido aos usuários de uma língua ou mesmo de linguagens não verbais, há de haver determinações de pessoas, lugares, momentos, razões, elementos que inserem o enunciado numa situação interlocutiva e/ou a uma enunciação. Sintetiza-se com Rodrigues (1996, p. 28).



Determinar a significação de um enunciado equivale a definir o seu valor semântico, ser capaz de aprender aquilo para que remete a sua expressão, em função da língua comum aos interlocutores. Mas compreender o seu sentido, isto é, as razões da sua enunciação exige capacidade de o enquadrar numa situação interlocutiva concreta e singular. É esta capacidade que torna o discurso relevante, razoável ou simplesmente plausível. É a relevância, a razoabilidade ou a plausibilidade de um enunciado que confere sentido a esse enunciado.

São estas concepções que filiam esta pesquisa aos estudos da pragmática, um domínio ou uma vertente dos estudos da linguagem que considera as relações de referência que a linguagem estabelece com o mundo extralinguístico, os sujeitos, os contextos e as maneiras como ocorrem tais relações. Rodrigues (1996) explica, todavia, que, apesar de a maioria os pesquisadores da pragmática reconhecer a relação da linguagem com a situação enunciativa, nem todos atribuem a esta relação o mesmo lugar, a mesma natureza e a mesma importância. Há, dessa maneira, diferentes formas de definir as dimensões da pragmática. Genericamente, Rodrigues (1996, 2001) localiza os estudos sobre a pragmática da linguagem em torno de duas posições extremas: *a concepção extrinsecalista da pragmática e concepção intrinsecalista da pragmática* (RODRIGUES, 1996). O autor ressalta, porém, haver posições intermediárias entre as duas vertentes apontadas acima e, ainda, sobreposições de aspectos que pertencem às duas dimensões, em determinados teóricos e/ou paradigmas. Assim, por não ser o propósito deste trabalho fazer um levantamento exaustivo destas questões, parte-se das duas posições elencadas acima para, a partir destas, indicar o caminho que se escolheu.

Para a concepção extrinsecalista, a situação enunciativa é exterior à constituição do sentido, não intervindo no fator semântico dos enunciados, logo a dimensão pragmática da linguagem “interferiria apenas na determinação da realidade a que as expressões, já constituídas previamente de valores semânticos pelo código da língua, se referem” (RODRIGUES, 1996, p.29). Esta perspectiva é defendida por pesquisadores “que têm uma visão imanentista da significação e que seguem quer a tradição linguística de inspiração saussuriana quer a linguística generativa proposta por Noam Chomsky (CHOMSKY, 1975; RODRIGUES, 2001, p. 32; SAUSSURE, 1978).

A pragmática não diria, portanto, respeito à teoria da linguagem, mas às condições externas, de natureza histórica, psicológica, sociológica e ideológica do discurso, isto é, aos usos individuais que os falantes fazem da linguagem. Assim, por exemplo, segundo esta perspectiva, a significação da palavra *mesa* seria independente da situação enunciativa dos actos de linguagem em que pode ocorrer; a pragmática teria, portanto, como objecto, não a questão da significação de mesa, mas a determinação dos objectos

materiais a que os interlocutores se referem quando a empregam assim como das condições psicológicas, sociais, culturais, históricas e ideológicas associadas à sua utilização (RODRIGUES, 1996, p. 29).

Já a concepção intrinsecalista afirma a inseparabilidade entre a constituição da significação e a dimensão pragmática da linguagem, acentuando a íntima relação entre significação dos signos e os atos discursivos através dos quais os falantes se relacionam com o mundo. Para esta perspectiva, entre a pragmática, por um lado, a semântica e a sintática, por outro, não há fronteira nítida, mas uma relativa sobreposição, acabando inclusive alguns autores por considerar que os seus domínios se recobrem, total ou parcialmente. Assim, a significação da palavra não seria constituída *a priori* por um código transcendente, mas resulta precisamente dos usos a que se presta e, por conseguinte, do conjunto dos contextos enunciativos em que a palavra é suscetível de entrar ou em que se pode integrar. Em que pese esta diferenciação entre pragmatistas, Rodrigues alerta:

A distinção [...] procede, no entanto, de uma classificação ideal. Nem sempre os autores defendem radicalmente uma ou outra perspectiva, coexistindo antes uma grande variedade de posições intermédias, acabando até mesmo um autor por defender, muitas vezes, posições diferentes em momentos distintos da sua reflexão e do seu trabalho de investigação. (RODRIGUES, 1996, p. 30).

Como se observa, a opção por uma determinada abordagem de linguagem é uma tarefa complexa e de difícil sistematização, a começar por entender que os estudos da linguagem (teorias, paradigmas e abordagens) são suficientemente amplas, intercambiáveis e tangenciais, uma condição do campo das ciências da linguagem que implica uma série de termos e definições que dificultam e mesmo inviabilizam uma síntese que dê conta da totalidade dos estudos sobre a linguagem. Assim, a Linguística, a Semântica, a Pragmática, a Análise do discurso, a Narratologia, a Retórica (e todas as variações que estas ciências da linguagem comportam) ora tangenciam-se, ora se completam, ora se excluem. Entretanto, para os objetivos deste trabalho, a opção pela pragmática intrinsecalista, na especificidade vertente conversional (RODRIGUES, 1996), vem ao encontro das concepções e princípios que norteiam esta pesquisa. Reafirmando-se que para a pragmática intrinsecalista/conversional, as condições e determinações contextuais (existenciais, sociais, psicológicos, históricos, bem como as regras lógicas, semânticas, sintáticas e os processos hermenêuticos intervêm na constituição da significação das expressões linguísticas que

integram o discurso), interferindo no processo de enunciação e na produção de sentido. Destaca-se, principalmente, desta dimensão:

O estudo dos processos inferenciais, tais como as implicações e as pressuposições, que os falantes são levados a realizar, no decurso dos processos de interlocução, para compreenderem o sentido que os enunciados dão a entender constitui o objecto da *perspectiva conversional*. Só os autores que defendem a tendência intrinsecalista seguem esta perspectiva, referindo-se [...] ao interaccionismo simbólico e utilizando muitas vezes os quadros da etnometodologia (RODRIGUES, 1996, p. 32).

Ao quadro mais geral que aportam as concepções teóricas desta pesquisa apresentadas acima, associam-se os postulados e as instruções de método de análise da linguística da enunciação (CULIOLI, 1990, 1996, 1999a, 1999b), a semântica linguística, especificamente, a semântica do acontecimento (GUIMARÃES, 2005). Estas, ao mesmo tempo em que fornecem um referencial teórico ao trabalho, constituem-se tática de leitura do *corpus* selecionado. Ressalva-se, por oportuno, que, embora se tenha optado pelas essas vertentes aqui explicitadas, é certo que, nesta investigação, lida-se com conclusões e procedimentos, postulações, encaminhamentos e nomenclaturas de outras abordagens, para além das eleitas neste caminhar. Em vários momentos deste trabalho, por exemplo, lida-se com a notícia tanto como um acontecimento de linguagem (de linguagem midiática), como uma narrativa pelo via da narratologia, como discurso, bebendo na análise do discurso, sobretudo com designações afeitas a este campo de pesquisa, entre outras (inconscientes/inevitáveis, necessárias e até propositais) “infidelidades” às vertentes escolhidas.

Em continuidade, traz-se à cena a questão da linguagem/língua e a produção dos enunciados em determinadas situações de comunicação ou de enunciação que ocorrem em instituições e/ou campos sociais específicos, como é o caso do jornalismo, cabendo ao jornalista produzir enunciados em textos informativos. E ele o faz, a partir de circunstâncias enunciativas, ligadas a: um tempo, um lugar específico e uma instituição e/ou campo profissional/cultural. Tais circunstâncias, por sua vez, envolvem o lugar social, os poderes (hierárquicos, heterárquicos, relacionais) dos participantes de enunciação; a finalidade da enunciação, os temas e os gêneros pertinentes ao campo. Tudo isso implica conceber a linguagem jornalística, como as demais, com a capacidade de representar/construir a realidade e, ao mesmo tempo, realizar a interação/mediação/circulação dessa realidade, uma realidade corporificado em enunciados/textos.

Considerando-se, pois, o quadro acima descrito, postula-se que, partindo do enunciado, do código, mas indo além dele, chega-se à enunciação, quando, por inferências, torna-se possível identificar os dispositivos interacionais e, nestes, o regime de verdade das notícias. Daí que a linguística da enunciação, na vertente construída por Antoine Culioli (1990, 1999a, 1999b), especificamente, a Teoria das Operações Predicativas e Enunciativas (a TOPE) apresenta-se como a dimensão linguística adequada para identificar e selecionar elementos, na estrutura textual, que viabilizem a operacionalização do enunciado à enunciação, possibilitando, assim, inferências nos dispositivos interacionais que apontem para os modos de dizer/regimes de verdade nas notícias.

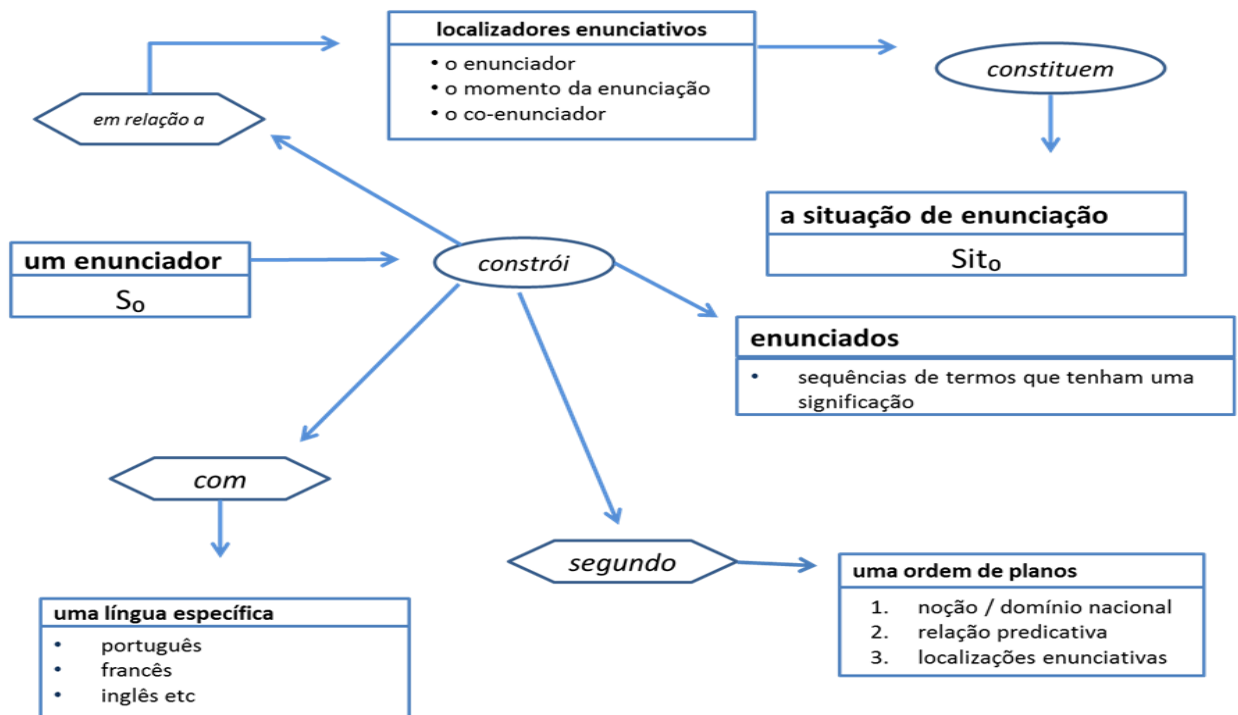
Isto posto, é imprescindível informar que a apropriação da TOPE, neste trabalho, deu-se com a contribuição de Milton Pinto (1994), em especial, por meio da obra *As Marcas Linguísticas da Enunciação: Esboço de uma Gramática Enunciativa do Português*, tendo em vista que o autor construiu uma Teoria das Operações Enunciativas e Predicativas do Português. A obra constitui referência aos pesquisadores que optam pelos estudos da linguagem verbal, em Língua Portuguesa, no Brasil, especialmente os estudos e pesquisas da língua pelo viés da produção de enunciados por locutores na situação real de comunicação. O trabalho é uma descrição caracterizada pelo autor como sintética e abrangente ao mesmo tempo. Em suas palavras, “não me interessa ver a árvore tão de perto que perca de vista a floresta” (PINTO, 1994, p.12). Tomando esse cuidado, Pinto (1994) alicerça o seu trabalho na TOPE, de Antoine Culioli (1990, 1999a, 1999b).

Sobre Culioli, Maingueneau (1996 apud NEVES, ano, 2006, p. 39) esclarece que ele (Culioli) faz parte de um grupo de pesquisadores europeus que desenvolvem, desde os anos 50 do século passado, uma linguística da enunciação, ou linguística enunciativa, uma corrente teórica que tem por fundamento a crítica à linguística da língua e o conseqüente abandono desta, passando a abordar os fatos da fala. Dito de outro modo, as linguísticas enunciativas (aqui o plural dando conta das multiplicidades de olhares contidos nessa vertente da linguística) são abordagens que, partindo da linguística estruturalista de F. Saussure (1995), passam estudar a enunciação como um processo transfrástico. Sobre a viragem ocorrida nos estudos e pesquisas das linguísticas, Paveau e Sarfati (2006, p. 174) explicam que o estruturalismo da língua desenvolve-se e aprofunda-se até os anos 70 do século passado, momento em que emergem trabalhos que se concentram na enunciação. Ressaltam os autores, porém, que tal abordagem não é radicalmente oposta à linguística da língua, “uma vez que ela se fundamenta em uma parte de suas origens; Bally, Benveniste e Culioli, por exemplo, são gramáticos formados no campo estruturalista”.

Na abordagem a que se faz referência, a estrutura não deixa de ser o ponto de partida, contudo o enfoque muda, uma vez que a linguística da enunciação se organiza a partir dos traços linguísticos que os sujeitos falantes deixam em seus enunciados. “Essa linguística da enunciação se interessa pela modalidade, pelos tempos verbais, pelas pessoas linguísticas, etc., mostrando como o sujeito falante mobiliza com proficiência o sistema da língua quando profere uma enunciação” (MAINGUENEAU, 1996 apud NEVES, 2006, p. 44). Antoine Culioli sistematiza essa abordagem na França. Considerando-se, portanto, a abordagem da linguística culioliana, optou-se pela TOPE como a metalinguagem, uma vez que a TOPE pressupõe a enunciação como um percurso (circulação) no qual um sujeito enunciador realiza operações, numa situação de enunciação e, por meio de ajustamentos/acoplamentos, busca significar e construir sentidos. Nesse processo, emissor e receptor assumem dois papéis: o emissor é também seu próprio receptor e o receptor é um emissor em potencial, tornando-se os dois (emissor e receptor) sujeitos co-enunciadores.

Por sua vez, o enunciado realiza ou concretiza a operação de enunciação por meio de arranjos das formas (lexemas, orações, expressões, timbre, acento e entonação), que são marcas das operações subjacentes à atividade de linguagem que resultam em mensagem/discurso. O enunciado, portanto, é o elemento mais observável aos olhos do analista, pois ele é possuidor das propriedades que levam o pesquisador aos caminhos, tanto da descoberta da significação, quanto dos processos (operações e mecanismos) que produzem o próprio significado. Em suma, na perspectiva culioliana, o enunciado é resultado de um encadeamento de operações, conforme figura abaixo:

Figura 3 - Representação gráfica das operações fundamentais.



Fonte: Bouscaren, Moulin & Odin (1996, p. 14), adaptado por Campos (apud NEVES, 2006, p. 51).

Na figura 3, em leitura de Neves (2006, p. 51), um enunciador (S<sub>0</sub>) constrói enunciados (sequências de termos que tenham uma significação), com uma língua específica. Essa construção segue uma ordem de planos que inclui a noção (domínio nocional), a relação predicativa e as localizações enunciativas. Os enunciados são construídos em relação a localizadores enunciativos (enunciador, momento da enunciação e co-enunciador), constituindo a situação de enunciação (Sit<sub>0</sub>). Assim, é na ancoragem nas formas e na observação destas, em enunciados, que se realizam os movimentos primeiros, em busca indícios, estes que, concomitantemente com inferências, concretizam o processo de enunciação das notícias, a partir da qual e, em contíguo, dá-se o acionamento dos dispositivos interacionais. Convém esclarecer que optar pela enunciação como objeto, na teoria culioliana, é abordar a linguagem sob duas maneiras: a) como “objeto correspondendo a um *material verbal*, a um conjunto de formas [...] num determinado arranjo e organização; b) como *atividade* relativa aos que a praticam e a manifestam (em produção, compreensão), e que corresponde a uma atividade fundamental do homem.” (PAILLARD; FRANCKEL; VOGÛE, 2013, p. 9).

É, também e, principalmente, observar a significação entre o enunciado e os sujeitos, tendo em vista que, em todo enunciado, suposta está uma intenção de significação, passível, porém, de desvios e ambiguidades. Enfim, de estabilidades e instabilidades que constituem os movimentos da enunciação, os quais ocorrem em rede ou em cadeia e estabilizam-se em enunciados. Nesses processos, os sujeitos do dizer ou da enunciação são os vértices do circuito da produção e da recepção, daí a importância de se tentar compreender e descrever a enunciação no jornalismo brasileiro, pelo mapeamento das marcas linguísticas dos enunciados, verificando-se como tais marcas são utilizadas (ou modalizadas) pelos jornalistas na construção de dispositivos enunciativos que viabilizam instruções ao receptor (interlocutor) para que este refaça as operações do emissor-jornalista (interlocutor), criando, assim, universos de referência compartilhados. Necessário se faz esclarecer, contudo, que, ao contrário de outras abordagens linguísticas, como as clivagens linguístico/cognitivo ou mesmo certas vertentes linguístico/pragmáticas, que veem as formas como meios ou instrumentos empregados pelo sujeito falante, a TOPE não separa as formas dos sujeitos. “Trata-se não de sujeitos que utilizam formas, mas de formas que marcam e constroem sua presença, formas que traçam a atividade dos sujeitos (sob a ótica que essas formas lhes conferem).” (PAILLARD; FRANCKEL; VOGÜE, 2012, p. 9).

As observações que alimentam a formalização são enunciados ou fenômenos que, recolhidos na proliferação da língua, não necessariamente se impõem de imediato, e cuja pertinência, na busca por coerência, demanda um esforço de abstração e um rigor de raciocínio ainda mais intenso por estarem ancorados em fatos de língua precisos e inéditos [...] Com efeito, observa-se aqui uma espécie de “cartão de visitas” próprio a esse movimento teórico, que consiste em trazer à tona dados originais geralmente ignorados ou deixados de lado como secundários ou sem interesse (PAILLARD; FRANCKEL; VOGÜE, 2012, p. 9,10).

E o entendimento de que as formas marcam e constroem a presença dos sujeitos e traçam sua atividade na enunciação conduz esta pesquisa a realizar o encadeamento da linguística da enunciação com a semântica linguística e a semântica do acontecimento, pela ótica de Guimarães (2005). O autor afirma que a enunciação é um acontecimento de linguagem que ocorre quando sujeitos (historicamente constituídos) põem em funcionamento a língua. Nesse sentido, os lugares enunciativos são configurações específicas do agenciamento enunciativo para aquele que fala ou aquele para quem se fala. Estes, entretanto, não são pessoas, mas uma configuração do agenciamento enunciativo. São lugares

constituídos pelos dizeres e não pessoas donas do seu dizer. Na proposta de Guimarães (2005), o acontecimento de linguagem constitui-se de quatro elementos decisivos: a língua; o sujeito; a temporalidade e o real.

Dessa maneira, na teorização de Guimarães (2005), se para a filosofia e a lógica, o real na linguagem tem relação com as coisas, com a referência – inequivocamente com aquilo a que o nome se refere –, para a semântica linguística, o real “não é o contexto, a situação, tal como pensada na pragmática” [...]. “Trata-se de uma materialidade histórica do real”, o que implica também o entendimento de que o sujeito que enuncia não é meramente um ser físico, como também o contexto e/ou a situação não é, exclusivamente, o mundo físico. “Enuncia-se enquanto ser afetado pelo simbólico e num mundo vivido através do simbólico”. (GUIMARÃES, 2005, p.11). Da mesma forma que o acontecimento não é um fato no tempo (não é um fato novo distinto de qualquer outro ocorrido no tempo), o acontecimento temporaliza, tem sua própria ordem, ele não está num presente de um antes e de um depois no tempo. Posiciona-se Guimarães (2005, p. 12):

Antes de falar como se dá a temporalidade do acontecimento, gostaria de recusar aqui a posição benvenistiana, segundo a qual o tempo da enunciação se constitui pelo locutor ao enunciar. Ou seja, o presente do acontecimento não é, para mim, como quer Benveniste, o tempo no qual o locutor diz eu e enuncia, a partir do qual se organizam um passado (um antes) e um futuro (um depois), constituindo-se assim, a partir do Eu, uma linha de sucessividade. O que quero dizer é que não é o sujeito que temporaliza, é o acontecimento. O sujeito não é assim a origem do tempo e da linguagem. O sujeito é tomado na temporalidade do acontecimento.

Seguindo-se esta lógica é que se pode afirmar que, no acontecimento noticioso, a prevalência do tempo presente, que se denomina presente histórico, é uma demonstração da pertinência da tese de Guimarães (2005), no que tange ao tratamento do tempo na notícia, pois, como explica o autor, a temporalidade do acontecimento da enunciação traz sempre uma disparidade temporal entre o tempo do acontecimento e a representação da temporalidade pelo Locutor (no caso o jornalista). Esta disparidade significa a inacessibilidade do jornalista àquilo que enuncia. (O jornalista em geral não está onde a enunciação significa sua unidade - tempo do jornalista). Seguindo Guimarães (2005), no acontecimento de linguagem, há um presente que abre em si uma latência de futuro (uma futuridade), sem a qual não há nada de projeção, de interpretável e um depois incontornável e próprio do dizer. “Todo acontecimento de linguagem projeta em si mesmo um futuro.” (GUIMARÃES, 2005, p. 12). Presente e futuro funcionam, assim, por um passado que os faz significar, um passado que é



rememoração de enunciações. O Locutor (neste lugar, coloca-se o jornalista), portanto, “está dividido no acontecimento porque falar, enunciar, pelo funcionamento da língua, no acontecimento, é falar enquanto sujeito”. E, enquanto sujeito, considerando a temporalidade, o sujeito-jornalista fala de uma região do interdiscurso, de memória de sentidos.

Ainda acompanhando Guimarães (2005, p.14), ser sujeito do dizer é assumir uma posição política. Considera o autor que a política fundamenta as relações sociais, nas quais tem importância central a linguagem. Dessa maneira, o acontecimento de linguagem, que ocorre quando o sujeito, tomado pela temporalidade do acontecimento, faz uso da língua em processos enunciativos (marcados pelo conflito e pelas contradições) é inerente à disputa pelos lugares e pelas posições do sujeito nos espaços de enunciação. Por tudo isso é que o autor defende a tese de que “o espaço da enunciação é um espaço político.” (GUIMARÃES, 2005, p. 19). Desse modo, considerar o acontecimento de linguagem como um acontecimento político é evidenciar a relação entre língua e falante, aqui entendida como um espaço regulado e de disputas pela palavra e pelas línguas, enquanto espaço político. Nesse contexto, o falante, para Guimarães (2005), não é uma figura empírica, mas uma figura política constituída pelos espaços de enunciação e, nesta medida, ela deve ser incluída entre as figuras da enunciação.

Os espaços de enunciação são espaços de funcionamento de línguas, que dividem, redividem, se misturam, desfazem, transformam por uma disputa incessante. São espaços “habitados” por falantes, ou seja, por sujeitos divididos por seus direitos ao dizer e aos modos de dizer. (GUIMARÃES, 2005, p. 18).

É importante notar que considerar o jornalismo como uma instituição política (conforme se faz neste trabalho) encontra convergência com a tese de Guimarães (2005) sobre ser o espaço de enunciação, eminentemente, um espaço político e, por consequência, entender a enunciação como uma prática política e não individual ou subjetiva, na qual se configuram os lugares de agenciamento para “aquele que fala” e “aquele para quem se fala”. São pessoas (sujeitos) constituídos pelos dizeres e não pessoas donas de seu dizer que disputam tais espaços e constituem cenas enunciativas. Nesse sentido, cenas são especificações locais nos espaços de enunciação. Em consonância com os postulados da TOPE, são formas que marcam e traçam as atividades dos sujeitos.

Defende-se, por conseguinte, que além das formas que se dão a ver em enunciados, as formas demarcam, principalmente, os espaços que colocam em jogo os lugares da enunciação, espaços ocupados por sujeitos em seus direitos ao dizer e aos modos de dizer.

Estes espaços, segundo Guimarães (2005) são particularizados por cenas enunciativas. (GUIMARÃES, 2005). No dizer do autor,

A cena enunciativa é [...] um espaço particularizado por uma deontologia específica de distribuição dos lugares de enunciação no acontecimento. Os lugares enunciativos são configurações específicas do agenciamento enunciativo para “aquele que fala” e “aquele para quem se fala”. Na cena enunciativa “aquele que fala” ou “aquele para quem se fala” não são pessoas, mas uma configuração do agenciamento enunciativo. São lugares constituídos pelos dizeres e não pessoas donas de seu dizer. Assim estudá-las é necessariamente considerar o próprio modo de constituição destes lugares pelo funcionamento da língua. (GUIMARÃES, 2005, p. 23).

E o modo de constituição dos lugares em cenas enunciativas decorre do fato de que, ao assumir a palavra, o sujeito do dizer assume o lugar do Locutor (L) como fonte do dizer, um lugar afetado pelo social. Guimarães (2007; 2005, p. 23-31) explica que as cenas enunciativas são especificações dos lugares e da divisão dos sujeitos. Desse modo, predicado por um lugar social, o Locutor L torna-se locutor-x. Isto porque a variável x representa seu lugar social (presidente, governador, candidato, etc.) Nessa lógica, só há L, se houver um locutor-x. Mas é importante destacar que, na cena enunciativa, além dos locutores predicados por um lugar social, há lugares de dizer que se apresentam com o apagamento do lugar social, tais como: *o enunciador individual* sem agenciamento social, uma enunciação que se dá independente da história. Outro lugar de dizer que se apresenta pelo apagamento do lugar social é *o enunciador-genérico* (o que se diz é dito como aquilo que todos dizem), independente da história e ainda *o enunciador universal*, quando a enunciação representa o Locutor como fora da história e submetido ao regime do verdadeiro e do falso. Em síntese,

A cena enunciativa coloca em jogo, de um lado, lugares sociais do locutor, papéis enunciativos como locutor-presidente, locutor-jornalista, locutor-professor, locutor-índio, locutor-consumidor, etc. O locutor não se apresenta senão enquanto predicado por um lugar social distribuído por uma deontologia do dizer. De que lugares sociais é possível dizer o que se diz e deste modo?

[...]

Por outro lado, a cena enunciativa coloca em jogo, também, *lugares de dizer* que estamos chamando aqui de enunciadores. E estes se apresentam sempre como a representação da inexistência dos lugares sociais de locutor. E embora sempre se apresentem como independentes da história ou fora da história, são lugares próprios da história. (GUIMARÃES, 2005, p. 26, grifo do autor).

Interessa neste trabalho verificar os modos de dizer do enunciador universal, o jornalista, tendo em vista que, ainda acompanhando Guimarães (2005, p. 31), o enunciador universal, pelo apagamento do locutor x, fala de um lugar de interdiscurso (da posição de um sujeito legitimado para dizer a verdade sobre os fatos e os fenômenos que ocorrem na sociedade) e, assim procedendo, ‘apaga’ do seu discurso “as dissimetrias do dizer (os conflitos próprios do lugar social do locutor-x).” (GUIMARÃES, 2005, p. 30).

Dando seguimento a este tópico, após apresentar as concepções de linguagem que sustentam teoricamente esta pesquisa e fornecem instrumental teórico à análise empírica deste trabalho, é forçoso reconhecer que, mesmo quando se encontram paradigmas e/ou abordagens adequados que aos objetivos e epistemologias que respondam adequadamente ao problema de pesquisa e às escolhas metodológicas, ainda assim, tais paradigmas e/ou teorias estão ainda longe de dar conta de um fenômeno tão complexo quanto a linguagem. Não é sem razão que, desde o momento em que a linguagem e as línguas tornaram-se objeto de estudo, já se instituíram modelos e paradigmas de vertentes diversas e de epistemologias, quase sempre, inconciliáveis. Confirma-se com Rodrigues (2001, p.11) que “cada época tem equacionado de diversas maneiras a questão da linguagem, em função de suas preocupações dominantes, com consequente descoberta de sua natureza e de sua função”. Sistematizando o tema, o autor elenca três concepções que têm dominado o horizonte das interrogações sobre a linguagem, desde o século XIX: *a referencial*; *a simbólica* e *a interlocutiva* (RODRIGUES, 2001, p.11-18).

De acordo com Rodrigues (2001), a dimensão referencial da linguagem é uma concepção que brota das correntes positivistas e neopositivistas modernas, formuladas a partir de 1923. A linguagem, para essa corrente, reproduz o mundo, portanto, “as palavras são como etiquetas que colocamos àquilo a que nos referimos” (p.11). Já para a dimensão simbólica, além da função referencial ou designadora do mundo, a linguagem presta-se igualmente à expressão das relações que o homem estabelece com o mundo, mas a realidade não está dada ao homem, depende da constituição de formas simbólicas. A descoberta da autonomia da função significante da linguagem em relação à sua função designadora ou referencial é indissociável da ruptura para com a concepção mítica da linguagem e é, por conseguinte, contemporânea do surgimento da racionalidade moderna. Eis as condições de nascimento da linguística estruturalista.

Enquanto a racionalidade mítica se alimenta da confusão entre as palavras e o mundo, não existindo assim uma clara autonomia das palavras em relação

às coisas que elas designam, para a racionalidade moderna a linguagem apresenta uma espessura e autonomia próprias, na medida em que é autônoma em relação ao mundo que designamos quando falamos. Para o pensamento mítico, nomear as coisas é de algum modo atingi-las em sua própria essência. É, portanto, da crítica desta indistinção entre a palavra e o mundo que a racionalidade moderna emerge e se alimenta. (RODRIGUES, 2001, p. 13).

Em relação à terceira dimensão (a interlocutiva), Rodrigues (2001) afirma que, ao contrário das outras dimensões, que situam a linguagem num nível abstrato e não fornecem modelos que deem conta da sua relação com a sua efetiva realização por parte dos falantes, a dimensão interlocutiva compreende a linguagem, antes de tudo, como uma prática social. É importante destacar que o autor não descarta as verdades das dimensões anteriores, apenas registra o fato de as duas primeiras não observarem, em seus postulados, “a multiplicidade de linguagens, de interlocutores e de mundos a que os falantes se referem” (RODRIGUES, 2011, p.18). Importa contextualizar que a dimensão simbólica da linguagem está no cerne do movimento estruturalista/funcionalista. É importante assinalar que o método estruturalista, vinculado ao positivismo racionalista do século XIX, adota uma visão do texto como uma estrutura fixa, abolindo os fatores como o sujeito e a história na compreensão dos significados. Nessa perspectiva, caberia ao sujeito um domínio dos códigos a competência para emitir e receber textos, estes que seriam instrumentos a serviço das intenções dos falantes. Tal concepção é criticada por Barthes, quando assim se posiciona:

Diz-se que, por força de ascese, alguns budistas conseguem ver toda uma paisagem numa fava. Foi exatamente isso o que quiseram os primeiros analistas da narrativa: ver todas as narrativas do mundo (tantas há e houve) numa única estrutura: vamos, pensavam eles, extrair de cada conto um modelo, em seguida faremos com esses modelos uma grande estrutura narrativa, que reverteremos (para verificação) sobre qualquer narrativa: tarefa exaustiva e [...] e finalmente indesejável, pois com isso o texto perde sua diferença (BARTHES apud NASCIMENTO, 2008, p. 110).

Depreende-se do excerto o reconhecimento de Roland Barthes quanto à impossibilidade de o método estruturalista dar conta das particularidades dos discursos, como a identificação daquilo que neles (nos discursos) permanece irreduzível à generalização. A posição de Barthes, revisando suas próprias concepções do início do estruturalismo, conforme Nascimento (apud SIGNORINI, 2008, p. 109, 110), decorre das posições epistemológicas de pesquisadores como Jacques Derrida, no final dos anos 60 do século passado, que puseram em questão o cientificismo da abordagem estruturalista, ainda vinculada ao positivismo

racionalista do século XIX. Estes autores, designados como *pós-estruturalistas*<sup>16</sup> rejeitaram a concepção de que há uma estrutura textual que dê conta de conter o sujeito e a história, que seja capaz de domar os sentidos. Nascimento (2008, p.116) explica os fatores que contribuíram para que o paradigma estruturalista fosse superado: a introdução de categorias como o *dialogismo*<sup>17</sup> de Mikhail Bakhtin e a *intertextualidade*<sup>18</sup>, um dos vetores do dialogismo, construído por Júlia Kristeva. Tais categorias modificaram a concepção de texto.

Desse modo, em vez de existir como entidade em si mesma, detentora de uma estrutura universal, o texto funciona em rede, tendo em vista que o leitor (aqui entendido como sujeito) articula a massa dos escritos preexistentes, o que implica adotar uma nova noção de signo, de texto e de escritura. Destaca-se que a compreensão de rede tem sido estendida, no campo da comunicação e afins, para além das fronteiras do puramente linguístico, mas sem deixar de ser comunicativo e com impactos nos estudos no campo da comunicação/jornalismo, como defende Jacques Wainberg:

A história da comunicação humana tem sido a história das redes. As tecnologias de transporte e comunicação, das mais precárias às mais sofisticadas e contemporâneas, buscaram sempre o mesmo efeito: a superação dos obstáculos geográficos e do tempo.

[...]

A expansão da internet a partir dos anos 90 popularizou sobremaneira estes novos termos, e a Rede como imagem do mundo converteu-se ao status paradigmático. A bem da verdade, há que se assinalar que o novo conceito, como ideia e metáfora, não foi nem original nem novo. Ele tem sido

<sup>16</sup> O termo pós-estruturalismo surgiu no final da década de 60 em solo americano para designar um conjunto de pensadores como Jacques Derrida, Gilles Deleuze, Michel Foucault, Roland Barthes, Jean François Lyotard, Júlia Kristeva, dentre outros. Pensadores que tomaram distância de um movimento que tivera seu auge em torno de 1966, “o estruturalismo.” (NASCIMENTO, apud SIGNORINI, p. 109).

<sup>17</sup> “Conceito emprestado, pela Análise do Discurso, ao Círculo de Bakhtin e que se refere às relações que todo enunciado mantém com os enunciados produzidos anteriormente, bem como com os enunciados futuros que poderão os destinatários produzirem. Mas o termo é ‘carregado de uma pluralidade de sentidos muitas vezes embaraçantes’, não somente – conforme afirma Torodov (1981: 95) – nos escritos do Círculo de Bakhtin, mas, igualmente, devido às diferentes maneiras como ele foi compreendido e retrabalhado por outros pesquisadores [...]. Para Bakhtin/Volochinov, com efeito, ‘o diálogo – a troca de palavras – é a forma mais natural da linguagem. Mais ainda: os enunciados longamente desenvolvidos, ainda que eles emanem de um locutor único – por exemplo, o discurso de um orador, o curso de um professor, o monólogo de um ator, as reflexões em voz alta de um homem só – são monológicos somente em sua forma exterior, mas, em sua estrutura interna, semântica e estilística, eles são, com efeito, essencialmente dialógicos.’ (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 160-161 VOLOCHINOV, 2008;).

<sup>18</sup> “A noção de *intertextualidade* foi introduzida por Kristeva (1969) para o estudo da literatura; com isso, chamava atenção para o fato de que a *produtividade* da escritura literária redistribui, dissemina... textos anteriores em um texto; seria preciso, pois, pensar o texto como *intertexto*. Concepção ampliada por Barthes: ‘Todo texto é um intertexto; outros textos estão presentes nele, em níveis variáveis, sob as formas mais ou menos reconhecíveis [...] O intertexto é um campo geral de fórmulas anônimas, cuja origem raramente é recuperável, de citações inconscientes ou automáticas, feitas sem aspas’ (1973).” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 288-289).

utilizado há longo tempo para expressar a ansiedade humana por superação das barreiras à interação (WAINBERG, 2001, p.195-197).

Importa do pensamento do autor a inspiração para discutir uma categoria do seu trabalho designada *semiótica da materialidade*, apropriada em nosso trabalho como *semântica da materialidade*, por entender que, definitivamente, o suporte material dá conta de uma dimensão que ultrapassa o universo linguístico, mas que se reconfigura por meio deste. Como se observa, um fenômeno com níveis de complexidade que não suporta mais uma compreensão da linguagem articulada, pura e simplesmente, na rotina da produção, sugerindo pensar numa nova dimensão da linguagem a que Rodrigues (2001, p. 17) denomina de interlocutiva que foi se instituindo no campo de estudos sobre a linguagem, associada ao que se denomina de movimento pós-estruturalista.

A ideia, a partir desses movimentos que visam à superação do estruturalismo positivista, é que não há *texto em si*; não há, por conseguinte, uma narratividade geral com possibilidade de significação controlada. Há, isto sim, um jogo de remissões sem interrupção dos fluxos de referência e das inscrições, o que remete a entender o enunciado como fruto da enunciação. Nascimento (2008, p. 112), ao problematizar (e lamentar) o fato de o texto ter deixado de ser um problema em si para se tornar uma ferramenta operacional, tendo em vista os caminhos percorridos pela linguística estruturalista, afirma que o termo *texto* significa, não mais apenas enunciados linguísticos estruturados, segundo determinadas regras e dotados de coesão. Segundo o autor, o termo *texto* aponta para:

[...] justamente aquilo que, partindo do linguístico, vai além dele. Suspeito até que, partindo do linguístico não seja um sintagma consequente para o que de fato desde sempre mobilizou o desejo de pesquisa. É possível que para certa teoria do texto, como se configurou historicamente, o problema fosse não mais partir do verbal, mas recorrendo a outras categorias de pensamento, desmobilizar o que o verbal tem de mais hegemônico em nossa cultura, como limite mesmo de um estágio cultural, uma certa episteme – para recorrer a um velho-novo termo de Michel Foucault. (NASCIMENTO, apud SIGNORINI, 2008, p. 112).

Na mesma lógica, segue Foucault (1999a), para quem os discursos ultrapassam os recursos linguísticos (letras, palavras e frases) e expressam bem mais do que os pensamentos. O autor afirma, porém, que o discurso só existe na dimensão do real e que é no campo dos enunciados que toda realidade se manifesta. Enunciados que se apreendem na transversalidade de frases, proposições e atos de linguagem. Dessa forma, ele é um acontecimento que não pode ser esgotado inteiramente, nem pela língua, nem pelo sentido. É

constituído por palavras e por signos. Entretanto, interessa sua condição mesma de enunciado, e não seus aspectos puramente linguísticos. O enunciado é, assim, a real unidade da comunicação discursiva. O discurso, desse modo, só pode existir, de fato, na forma de enunciações concretas de determinados falantes, sujeitos do discurso. Posição que tem origem em Bakhtin. Para o autor,

Todo enunciado é um elo na cadeia da comunicação discursiva. É a posição ativa do falante nesse ou naquele campo do objeto e do sentido. Por isso cada enunciado se caracteriza, antes de tudo, por um determinado conteúdo semântico-objetual. A escolha dos meios linguísticos e dos gêneros de discurso é determinada, antes de tudo, pelas tarefas (pela ideia) do sujeito do discurso (ou o autor) centradas no objeto e no sentido. É o primeiro momento do enunciado que determina as suas peculiaridades (BAKHTIN, 2006, p. 289).

É imperativo esclarecer, porém, que não dar à estrutura ou ao código o valor requerido pelas teorias clássicas da linguagem, herdeiras das concepções de que a linguagem representa (reproduz) a realidade e o pensamento, uma vez que se parte da premissa de que a realidade não é um objeto dado a ser, totalmente, reconhecido e interpretado pelos usuários da língua ou das linguagens, não significa conceber o oposto, como propõem as correntes pós-modernistas, antirrealistas de origem nietzschiana e os pós-marxistas, segundo as quais a linguagem nunca reflete nada<sup>19</sup>. Adota-se, por conseguinte, a posição de Cardoso (2003, p. 119) quando afirma que o “*real* é um conjunto de práticas que oferecem a razão (não a causa) para o que se diz e que constituem o seu referencial.” Essas práticas são transformadas interpretativamente. A autora reforça, nesta perspectiva, que o referencial. A autora afirma que a situação material é o referencial do discurso, e não o significado dele.

[...] pode ser tomado como a situação socioeconômica total, e interesses que essa contém são significados de muitas maneiras diferentes pelos discursos. A linguagem então trabalha sobre a situação “real” de maneiras transformadoras. Falar, desse modo, em trabalho transformador, implica que algo preexiste a esse processo, algum referencial, o que equivale a dizer que os interesses materiais existem anterior e independentemente de interesses político-ideológicos. (CARDOSO, 2003, p. 119).

---

<sup>19</sup> O pós-moderno, segundo Lyotard (1998), caracteriza-se pela incredulidade perante o metadiscurso filosófico-metafísico, com suas pretensões atemporais e universalizantes. Para Nietzsche, a realidade é o caos inefável. Os pós-marxistas, por sua vez, chegam a dizer que o *real* é apenas uma relação construída particularmente para fins específicos. Não há, então, porque se falar em referentes quando se considera a inexistência de uma relação causal entre o discurso e a realidade. (CARDOSO, 2003, p. 116-117).

Visto desse modo, na representação, o representado nunca é uma realidade bruta, mas uma realidade moldada pela prática da própria representação. As práticas discursivas moldam, transformam as práticas não discursivas e a si próprias. São significações que, em cadeia ou em rede, estabilizam-se e (desestabilizam-se), a partir de uma estrutura, ou seja, de um material verbal que constitui formas linguísticas, em arranjos e/ou enunciados, um fenômeno que se está denominando, com base em Wainberg, (2001), de semântica da materialidade.

Nascimento (2008, p. 121) alerta, porém, (sobretudo aos pesquisadores da área) para o fato de que os vínculos entre as palavras, os conceitos e as coisas, a verdade e a referência não são absolutos e puramente garantidos por uma metacontextualidade ou metadiscursividade. Para o autor, por mais estabilizado, complexo e sobredeterminado que seja, há um “contexto apenas relativamente firme, sem firmeza nem fechamentos absolutos, sem pura e simples identidade em si”. No contexto há, pois, “jogo, diferença e abertura que vêm embaralhar ou complicar perigosamente os limites entre o dentro e o fora”. Dessa forma, nenhum contexto é saturável, tendo em vista “a impossibilidade de que este possa deter o conjunto potencial das significações passíveis de se manifestarem” (DERRIDA apud NASCIMENTO, 2008, p. 128). O texto, nesta concepção, não é jamais esgotável, pois sempre se contará com a imprevisibilidade das derivas de leitura. “Aliás, as interpretações que se dão como verdadeiros acontecimentos dependem dessa imponderabilidade da leitura, que articula determinadas marcas textuais a fatores que estão circulando num determinado contexto.” (NASCIMENTO, 2008, p. 128).

#### **2.1.4 Identidade e legitimidade do/no jornalismo contemporâneo**

Inicia-se este tópico com uma constatação que se tornou lugar comum na contemporaneidade: os debates, as discussões e, conseqüentemente, a produção de conhecimento que dão conta da tese de que o jornalismo da atualidade perdeu o monopólio da informação e da opinião, em virtude, principalmente, mas não exclusivamente, da emergência da internet e do conseqüente desenvolvimento de uma cultura digital, problematizando-se, por conseguinte, o futuro da indústria da informação e seus efeitos, sobretudo nos processos de produção da informação jornalística, um fato que gera incertezas e especulações quanto ao papel e ao futuro dessa atividade, nas sociedades contemporâneas, tanto no que se refere à produção de conhecimento e à formação técnico-científica, quanto à atividade profissional e empresarial, com conseqüências em todos os segmentos relacionados a este campo



midiático<sup>20</sup> instituição, principalmente em relação aos meios de informação tradicionais que não detêm mais o domínio da cadeia de valor informativo, sobretudo em razão da emergência da internet e do conseqüente desenvolvimento de uma cultura digital cuja lógica modifica, também e principalmente, os modelos de negócio do jornalismo.

Considerando-se o cenário acima, largamente debatido e problematizado na sociedade, tem-se que desestabilizados estão, além dos modelos de negócio, o perfil e a atuação do profissional jornalista e, principalmente, os processos de produção, veiculação e consumo dos produtos noticiosos, com reflexos nos campos de formação profissional e de produção do conhecimento.

Um contexto que leva à reflexão sobre a identidade e a conseqüente legitimidade do jornalismo na sociedade contemporânea, compreendendo-se identidade, na perspectiva de Lopes (2013, p. 21), como algo mutável, em contínuo fluxo. A autora, porém, não compartilha da tese de que a instabilidade do/no jornalismo, que se anuncia neste início de século, seja sinônimo de crise de identidade do campo. Para ela, o caráter de contínuo fluxo pelos quais a identidade vai sendo construída e reconstruída, ao longo do tempo, em diferentes e complexas relações contextuais, não se deve confundir com crise de identidade. Em discordância de Lopes, advoga-se que o fato de ser a identidade historicamente constituída, o que supõe um devir (com teses, antíteses e sínteses que se alteram no tempo, de certo), não isenta uma instituição de viver crises, registrando-se, por isso mesmo, momentos de estabilidades e de instabilidades. Aliás, a existência de crises é que evidencia fortemente dialético o fenômeno identidade.

#### 2.1.4.1 Dos centros às margens: o jornalismo nosso de cada dia

Um relatório elaborado pelo *Tow Center for Digital Journalism da Columbia Journalism School*, lançado em 2012 e publicado pela *Revista de Jornalismo ESPM* (ANDERSON; BEL; SHIRKY, 2013) apresenta o atual estágio do jornalismo norte-americano (as condições técnicas, materiais, os métodos empregados na apuração e divulgação das notícias, as instituições e os jornalistas) e conclui que os métodos empregados

---

<sup>20</sup> Expressão utilizada para designar a autonomização da experiência do domínio midiático, na modernidade tardia. O processo de construção de um campo autônomo de mediação característica da modernidade tardia desenrolou-se, sobretudo, a partir do fim da Segunda Guerra Mundial e consumou-se efetivamente a partir de meados dos anos 80. Contribuíram decisivamente para a constituição do campo os media, não só a natureza logo-técnica do desenvolvimento tecnológico mais recente, com a invenção dos dispositivos da informação, mas também as transformações políticas, sociais e culturais que ocorreram ao longo das últimas décadas. (RODRIGUES, 2000, p. 22 ).

pelo jornalismo, até o final do século XX, já não se aplicam ao jornalismo da contemporaneidade. A tese do *Tow Center* é que não há mais uma indústria do jornalismo, tendo em vista que, na produção da notícia, as crenças e comportamentos que se sustentaram pela lógica industrial não se seguram mais, e ainda não se tem clareza do que os substituirá.

Antigamente, havia uma. Era uma indústria que se mantinha em pé por coisas que em geral mantêm um setor em pé: a similitude de métodos entre um grupo relativamente pequeno e uniforme de empresas e a incapacidade de alguém de fora desse grupo de criar um produto competitivo. Essas condições não se cumprem mais (ANDERSON; BEL; SHIRKY, 2013, p. 32).

Ainda, de acordo com o relatório, nas últimas décadas, mudanças estruturais profundas ocorreram com o jornalismo, de tal modo que produtores de notícias, anunciantes, novos atores e, sobretudo, a audiência ou aquilo que se convencionou categorizar como audiência, (em que pese a necessária e urgente revisão desse termo<sup>21</sup>) desfrutam hoje de uma liberdade inédita para se comunicar, de forma restrita ou ampla, sem as velhas limitações dos modelos de radiodifusão e da imprensa escrita. “Nos últimos 15 anos houve uma explosão de técnicas e ferramentas. E, mais ainda, de premissas e expectativas. *Tudo isso lançou por terra a velha ordem*” (grifo nosso). (ANDERSON; BEL; SHIRKY, 2013, p. 32).

Conforme o relatório, instituiu-se uma *nova ordem*: o jornalismo *pós-industrial*, termo originalmente empregado em 2001, pelo jornalista Doc Searls, para sugerir um “jornalismo que já não é organizado segundo as regras da proximidade do maquinário de produção”. (ANDERSON; BEL; SHIRKY, 2013, p. 38). Nessa perspectiva, o *jornalismo pós-industrial* é uma designação para um fenômeno de transformação da atividade jornalística nas últimas décadas, sobretudo pela necessária reestruturação de todo aspecto organizacional da notícia. Mudanças que afetam tanto a rotina diária como a autoimagem de todos os envolvidos na produção e distribuição de notícias, uma lógica que modifica completamente as concepções e as práticas instituídas pelo jornalismo há mais de três séculos. Por razões

---

<sup>21</sup> Quando o mundo da comunicação estava claramente dividido em meios (impressos, radiodifusão) e comunicação (telégrafo, telefone), o conceito de audiência era igualmente claro: significava a massa de indivíduos que recebia conteúdo produzido e distribuído por meios. Filmes, música, livros – tudo isso tinha audiências claras. [...] um dos efeitos mais desnordeantes da internet foi combinar modelos de meios de comunicação num único canal. Quando alguém no Twitter compartilha uma matéria com um grupinho de amigos, a impressão é a do velho papo informal na sala do cafezinho. Quando essa mesma pessoa divide o mesmo artigo com outras duas mil pessoas, a impressão é a de que está agindo como um meio de difusão, ainda que nos dois casos as ferramentas de ação tenham sido as mesmas. Além disso, cada destinatário desses pode fazer o conteúdo circular ainda mais. A posição privilegiada da fonte original do conteúdo diminui drasticamente. (ANDERSON; BEL; SHIRKY, 2013, p. 39).

didáticas, designar-se-á o jornalismo contemporâneo (genericamente) também de jornalismo pós-industrial.

Importa ressaltar que, embora o relatório supramencionado se atenha ao jornalismo norte-americano, considera-se que suas conclusões podem servir como reflexão e/ou problematização aos demais países que constituem as sociedades capitalistas, em razão da universalidade do fenômeno, bem como do processo de globalização ocorrido a partir dos anos 80 do século XX. Nesse sentido, o dossiê do *Tow Center* alerta para o fato de que não há como preservar ou restaurar o jornalismo no formato praticado nos últimos 50 anos e que a única maneira de garantir a sobrevivência do jornalismo no mundo contemporâneo é explorar as novas possibilidades de apuração, interpretação e distribuição de informações, explorar novos métodos de trabalho viabilizados, sobretudo, pelas mídias digitais. Aqui no Brasil, Meditsch (2012, p.19, 20) também alerta para o fato de o jornalismo, como instituição, estar atravessando um período de instabilidades e de incertezas. O pesquisador, porém, ressalva que o problema tem sido mal interpretado. Na sua percepção, a crise não reside no fato de emissores e receptores terem se tornado potenciais produtores da informação. Ela (a crise) reside muito mais na concorrência da recepção do que na descentralização do produto.

Há, sem dúvida, uma crise importante no financiamento da atividade, uma vez que, aí sim, a mutação tecnológica representa um impacto real, tanto em termos de audiência – cada vez mais fragmentada e desatenta pela multiplicidade de oferta de conteúdo – quanto em termos de faturamento, pois as verbas de publicidade já não se concentram nos meios jornalísticos como antes. Mas essa crise afeta principalmente as empresas tradicionais, que precisam reinventar seus modelos de negócio em novos arranjos produtivos. Mas a crise das empresas jornalísticas tradicionais pode representar uma oportunidade única tanto para o surgimento de concorrentes com visão empreendedora, [...] como para a emergência e consolidação do jornalismo alternativo, independente da lógica comercial. (MEDITSCH, 2012, p. 20,21).

Como se observa, Meditsch (2012, p. 20, 21) desloca a reflexão para outros componentes do processo, como as oportunidades que podem emergir desse novo momento, um viés pouco observado por aqueles que se debruçam a analisar o atual estágio do jornalismo no Brasil. O pesquisador aponta ainda uma problemática a mais: o envelhecimento do público que consome jornais (impressos ou em outros suportes) – os consumidores de notícia estão na faixa etária que varia entre os 40 e 60 anos – o que exige renovação do/no jornalismo. Reflete o professor que o jornalismo tem sido “soberbo” e “conservador” e que, mesmo os que se dedicam a entender e criticar o jornalismo têm uma compreensão deformada

do fenômeno e, por isso mesmo, não conseguem experimentar novas formas de fazer o jornalismo. “Um jornalismo que tem que reencontrar as pessoas a cujas necessidades pretende atender”.

No mesmo sentido do relatório *Tow Center*, uma pesquisa realizada pela Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo (ECA/USP) (FÍGARO, 2013) identifica que as transformações ocorridas nos meios de comunicação, ocasionadas, sobretudo, pelas novas tecnologias e pela cultura digital, impactaram profundamente os processos de produção do jornalismo e, em consequência, o perfil do jornalista. De acordo como o estudo, as tecnologias da informação e da comunicação comprimiram o tempo e o espaço e foram assimilados nos processos de produção, de modo a reduzir o tempo para reflexão, apuração e pesquisa no trabalho jornalístico. Por sua vez, o espaço de trabalho encolheu e, ao mesmo tempo, diversificou-se, transformando as grandes redações em células de produção que podem ser instaladas em qualquer lugar com a internet e o computador.

A pesquisa, principalmente, buscou compreender o impacto das transformações no jornalista e as concepções deste sobre o seu trabalho e sobre o jornalismo. Categorias como *precarização do trabalho dos jornalistas* (flexibilidade dos vínculos empregatícios, alta rotatividade no emprego, instabilidade profissional e financeira, perfil profissional deslocado dos valores coletivos – poucos são sindicalizados, por exemplo); *diferenças e até conflitos entre as gerações de jornalistas* (a pesquisa identifica um perfil de jornalistas mais individualistas, entre os mais jovens); *formação profissional* (a maioria possui curso superior – apenas cinco por cento não têm graduação e, em média, sessenta e cinco por cento têm curso de especialização em nível de pós-graduação); *produção de conteúdo* (a análise e interpretação das informações, embora de fácil acesso, ficou mais complexa, exigindo maturidade intelectual, compromisso com a ética jornalística e com os fundamentos da produção do discurso jornalístico); *consumo cultural* (a maioria tem acesso aos veículos tradicionais, acesso à internet, meio pelo qual ficam sabendo das notícias mais importantes, fazem compra, trabalham e pesquisam e, um dado importante: o que os jornalistas mais seguem, nas mídias sociais, são os meios de informação tradicionais, em busca de informação ligada ao trabalho).

Ainda sobre a pesquisa da ECA/USP, o estudo demonstra que, na atuação dos profissionais jornalistas no mercado, acentua-se a exigência de habilidades e competências em diversas plataformas, além da noção de marketing e administração. Em razão de analisar o jornalismo pelo viés do produtor da informação (o jornalista), a pesquisa não contempla a vertente do produto (a notícia e demais gêneros), contudo, na discussão sobre conteúdos e

formas dos produtos jornalísticos, o estudo revela que a formação da maioria dos jornalistas (538 jornalistas compõem o universo pesquisado, em quatro grupos amostrais) é débil, no que diz respeito à capacidade de interrelacionar fatos, dados e acontecimentos de maneira contextualizada política, social e historicamente, o que implica pensar que esta condição esteja posta nos textos produzidos pelos profissionais da informação.

Tal constatação não surpreende. Estudos da área de comunicação/jornalismo identificaram, recentemente, como há trinta anos, “a inexistência de um corpo de conhecimentos específicos, amadurecido filosófica e cientificamente [...] o pré-requisito de reconhecimento de qualquer profissão.” (MEDITSCH, 2012, p. 147). Acrescenta-se que a fragilidade no campo teórico resulta em fragilidade no exercício profissional, tanto que, no Brasil, a decisão do Supremo Tribunal Federal que derrubou a exigência do diploma específico para acesso à profissão, em 2009, deveu-se a razões várias, bem se sabe, mas também ao fato de que não se tem ainda consensuado e reconhecido socialmente um campo que justifique um fechamento de mercado de trabalho, conforme atesta Lopes (2013).

Assim, num contexto em que velhas problemáticas somam-se a novas incertezas, oriundas, não apenas, mas, principalmente, da cultura digital, o resultado da soma não tem exatidão, de certo, mas desperta a tentativa de se compreender o fenômeno, tentando fugir dos maniqueísmos e dos estereótipos tão afeitos à área. Tentativas como a realizada pelos jornalistas americanos Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004, p. 21-23) que reuniram 3 mil pessoas, em 21 discussões públicas, com o testemunho de mais de trezentos jornalistas e, em parceria com pesquisadores, fizeram mais de cem horas de entrevistas com objetivo de compreender o que, essencialmente, caracteriza, na atualidade, ser jornalista. Eles expõem suas preocupações: “depois de fazermos uma síntese do que apreendemos, ficou claro que certas ideias familiares ou até úteis, a isenção e o equilíbrio incluídos, são muito vagas para serem consideradas como elementos essenciais da profissão.” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 21-22).

Já o jornalista e professor Bucci (2012 p. 26) aborda outro tipo de preocupação do campo, a formação profissional, assinalando que os cursos de jornalismo precisam saber definir o ofício que pretendem ensinar. “Para nós, professores (eu sou um desses), definir, em termos objetivos, o que vem a ser a profissão que ensinamos tem sido uma ambição mais inviável do que a de um filósofo disposto a explicar o que é filosofia” (p. 26).

Sobre a formação profissional, Fígaro (2013, p.10), coordenadora da pesquisa da ECA/USP, afirma que se tornou mais complexo o trabalho do jornalista, exigindo do profissional um conjunto de saberes amplos que vão da gestão de si próprio e suas

habilidades, à gestão das normas, dos relacionamentos, das linguagens, etc. Observa-se que as mudanças no mundo do trabalho, bem identificadas pela pesquisa brasileira, convergem para a constatação de que, de fato, uma nova ordem vem se impondo ao campo do jornalismo, incluindo-se, inclusive, tensão e conflitos entre as diferentes gerações de jornalistas. Acerca da tensão geracional e a mudança na cadeia de valor da indústria da comunicação, Costa (2012) atribui ao conflito entre analógicos e digitais a causa da crise que as mudanças tecnológicas provocaram no mundo da comunicação.

A tensão entre analógicos e digitais se resume na incerteza de como o jornalismo irá sobreviver para continuar a relatar os fatos de forma independente, fiscalizar os poderes e regar o diálogo crítico. [...] Desde Gutemberg até a emergência da internet comercial – lá se vão exatos 555 anos – a indústria da informação era totalmente responsável pela cadeia de valor do seu empreendimento. Dominava 100% do seu modelo de negócio. A partir de 1995, quando a internet se tornou negócio com as facilidades de *world wide web*, a indústria da comunicação foi colocada à prova. (COSTA, 2012, p. 13).

De acordo com Costa, em mais de cinco séculos, a indústria da informação distribuiu conteúdos de forma unilateral, “despejou informação e opinião nos leitores, nos ouvintes e nos telespectadores.” Situação que se modifica completamente, quando “o leitor, o ouvinte, os telespectadores agora têm totais condições, sem nenhuma *expertise* ou poderio financeiro, de produzir informação e opinião.” (COSTA, 2012, p. 14). Defende o autor que, no mundo digital, embora não se invalide o papel dos jornalistas, estes deixaram de ser os atores principais, tornando-se coadjuvantes do complexo mundo da informação e da comunicação. Meditsch (2012, p.22) postula exatamente o contrário da tese de Costa (2012). Para o autor, “pensar que emissor e receptor se encontram num mesmo patamar, e que o jornalismo perdeu sua utilidade por conta disso, é uma atitude equivocada e ingênua”. Ele argumenta que:

Há de fato novas possibilidades de publicação que são abertas a quase todos, mas o alcance destas publicações depende de muitos fatores. Os portais da grande mídia comercial e da mídia comunitária não possuem o mesmo público. As pessoas comuns podem querer dizer muitas coisas que as afligem, mas estão ocupadas nas suas vidas, não têm tempo nem meios para fazer uma reportagem investigativa e nem acesso a um ministro para fazer uma entrevista. Também não têm o treinamento teórico e técnico necessário para garimpar informações, selecioná-las, testá-las, avalizá-las e apresentá-las ao público em tempo ágil e de maneira atrativa como o faz bem o jornalismo. (MEDITSCH, 2012, p. 22).

A tese de Meditsch (2012) vem ao encontro da postulação que se vem apresentando nesta pesquisa, uma vez que se entende ser *o jornalismo uma atividade teórico-prática que se constitui por uma racionalidade específica, que o justifica o legitima enquanto campo de atuação profissional e de ensino e pesquisa*. Tal concepção contribuiu e contribui para legitimar o campo e reafirmar a identidade dos jornalistas como “agentes sociais autorizados e desejados para falar para e pela sociedade.” (LOPES, 2013, p. 204) e, mesmo reconhecendo que a identidade da profissão e, por decorrência, do campo, *não é, nunca foi, nem será uma posição pacificada ou consensuada*, o jornalismo se sustenta socialmente por recorrer “aos princípios deontológicos [...] da profissão, entre eles exatidão, descrição correta dos fatos, informações com origem conhecida, retificação de erros, confirmação de dados, inclusão de informações essenciais, fidelidade a textos e documentos.” (BENEDETI, 2009, p. 48). O que se constata da discussão teórica que se vem realizando nesta pesquisa é que, apesar da existência de crises, questionamentos, incertezas, persiste a tese de que o jornalismo se orienta por uma racionalidade que determina o fazer jornalístico e que esta se constitui pela adoção de estratégias, de rituais bem como a tomada decisões típicas da produção jornalística, aquilo que se denomina de racionalidade e que se institui por meio de uma “*teia ou trama de faticidade*”, a partir da qual e pela qual os elementos da notícia têm validade como tal, sobretudo pelo valor de verdade que aporta.

#### 2.1.4.2 Da modernidade à pós-modernidade: a morte e a morte do jornalismo

A fruição para iniciar este tópico proveio da maravilhosa provocação do escritor brasileiro Jorge Amado (1998), na novela *A morte e a morte de Quincas Berro D'Água*, uma narrativa que conta as incontáveis mortes de Joaquim Soares da Cunha, o Quincas. Morte natural, morte simbólica, morte preferida... Morte, por fim, como sintoma de escolhas entre a ordem instituída e a liberdade ou outras ordens. Simbolicamente, a liberdade vence. Quincas morre mais de uma vez, mas vive na liberdade de escolha, transforma-se! Do conflito, o recomeço, a reinvenção.

Tem sido assim com o jornalismo. Nesse sentido, José Marques de Melo (2006) registra que, a despeito de a atividade ter recuperado, nas últimas décadas, o prestígio desfrutado nos áureos tempos do capitalismo industrial, conforme atesta Neveu (apud MELO, 2006 p. 9), analistas, como Nobre-Correia (apud MELO, 2006, p. 9), “endossam o couro dos que vaticinam a *morte do jornalismo*.” Defende-se que uma tendência ou sintoma não exclui a outra. De fato, o jornalismo já morreu e renasceu inúmeras vezes, desde o seu aparecimento.

De forma mais radical, agora, com a cultura digital, como alerta Santaella (2007, p 94), “as inovações e as mudanças no universo digital são exponenciais”. “Estamos no olho do furacão e as convergências tecnológicas estão apenas começando”. Eis a razão por que se fala de morte, como antítese e vida, como síntese.

Nesse cenário, convém resgatar a história dos nascimentos e das mortes do jornalismo, partindo-se do contexto (macro) referência para pensar este campo, que é a sociedade moderna, cujas bases conceituais foram construídas a partir de valores como razão, verdade, transparência, confiança no progresso e no conseqüente aperfeiçoamento do homem e dos direitos humanos. Incluso o direito à informação. Nessa perspectiva, categorias como poder e dominação, principalmente o poder econômico e o político, o controle dos meios, da linguagem e das técnicas de decodificação de mensagens são tomadas como constituintes do campo. Como pano de fundo, os marcos regulatórios do pensamento moderno: *o saber*, a *ciência*, a *tecnologia* e valores mais abstratos como *democracia*, *liberdade*, *igualdade*, entre outros.

É, pois, a partir desse contexto, que o jornalismo institucionalizou-se como um dos principais campos de mediação da experiência moderna do mundo. Dessa maneira, a emergência da comunicação/jornalismo deve-se ao projeto de transparência e visibilidade da esfera pública, da constituição de um sujeito *esclarecido*, *emancipado* e *autônomo* que reivindica a si a legitimidade das maneiras de *ser*, *fazer* e de *dizer*, uma vez que a viragem dos tempos modernos configurou-se como uma ruptura completa com qualquer instância transcendente de legitimação. Por esta razão, a legitimidade do *ser*, do *fazer* e do *dizer* está relacionada ao desenvolvimento da racionalidade (do conhecimento) em duas grandes modalidades de manifestação da experiência: a *expressiva* (o dizer) e a *pragmática* (o fazer). De acordo com Rodrigues (1994, p. 174):

As regras que os fundamentam dependem doravante da capacidade argumentativa de uma pluralidade de instâncias, para o efeito, constituídas em campos sociais com relativa autonomia, tanto na definição dos fundamentos da legitimidade e das materialidades simbólicas da sua expressão, como na criação das normas de adequação destas materialidades ao dizer e ao fazer comuns.

Como se pode observar, na lógica de uma sociedade que legitima seus membros pelo conhecimento, o jornalismo entroniza-se, ao ocupar um espaço como instância de produção de saber e a institucionalização da atividade, no circuito produção, circulação e consumo dos produtos jornalísticos, constituindo-se, conforme Bourdieu (1998), num campo



cultural/social. Destaca-se, por oportuno, que a compreensão de que o jornalismo constitui um campo de conhecimento ou campo cultural remete à noção de poder simbólico. De acordo com Bourdieu (1998, p. 72), um poder “capaz de fazer coisas com palavras”. Isso, para Fairclough (2001, p. 91), implica uma ação de sentido que o discurso deflagra no espaço social, produzido em relações concretas e a partir de regras constituídas em formações sociais específicas. Essas relações envolvem instituições, processos sociais e econômicos, “padrões de comportamento, sistemas de normas técnicas, tipos de classificação, modos de caracterização específicos e disputas de poder e saber.” (BOURDIEU, 1998, p. 27).

Nesses termos é que Marcondes Filho (2002) situa o jornalismo no projeto da modernidade, caracterizando-o em quatro fases: *o jornalismo da “iluminação”*, de 1789 à metade do século XIX; *o jornalismo como grande empresa capitalista*, da segunda metade do século XIX; *o jornalismo dos monopólios*, do século XX e *o jornalismo da era tecnológica*. O primeiro jornalismo, essencialmente político-literário, sem fins econômicos, refletiu um momento de euforia com os valores modernos. No segundo, a imprensa torna-se um negócio e as tecnologias começam a transformar os processos de produção da notícia – mercadoria – que concorre com a publicidade para o sucesso das empresas de comunicação. Já o terceiro jornalismo delimita-se pelas transformações científicas e tecnológicas e o desencanto com os ideais da modernidade. Também começa a competir com novas formas de comunicação, como a publicidade e as relações públicas, em processo de desintegração e de enfraquecimento.

O jornalismo é a síntese do espírito moderno: a razão (a ‘verdade’, a transparência) impondo-se diante da tradição obscurantista, o questionamento de todas as autoridades, a crítica da política e a confiança irrestrita no progresso, no aperfeiçoamento irrestrito da espécie. Mas, por incorporar tão energicamente este espírito, ele se viu órfão quando balançaram os alicerces da modernidade (falência do discurso humanista depois de Auschwitz e Hiroshima) e desorientado quando esta (o ‘progresso do homem’) começou a perder terreno diante da sedução midiática irracional e mágica (TV) e da hegemonia das técnicas no fim do século. (MARCONDES FILHO, 2002, p. 9).

No tempo presente, que se convencionou chamar de pós-modernidade, ainda de acordo com Marcondes Filho (2002), o quarto jornalismo constitui-se pela diminuição das fronteiras entre jornalismo, entretenimento e outras formas de expressão, pela inflação de material produzido para a imprensa pelos diversos campos sociais e pelo contínuo e veloz aprimoramento das tecnologias da informação. Como consequência, verifica-se a progressiva substituição dos jornalistas pelos sistemas de comunicação tecnológicos, alterando “o papel

histórico do jornalista como um ‘contador de histórias’ (repórter) mas também como um ‘explicador do mundo’ (analista/comentarista)” (MARCONDES FILHO, 2002, p. 30). O que se percebe de mais significativo, no inventário sobre o jornalismo, é que, em diferentes momentos histórico-culturais, esta e outras atividades sociais, como construtos de contextos econômico-sociais, dependem de variáveis como espaço, tempo, economia, poder/estado; sobretudo, o domínio das tecnologias. A variável tecnologia é, assim, elemento central para definições das concepções e das práticas de um campo cujas lógicas se veem em constante desestabilização. Instabilidades que inquietam jornalistas e estudiosos de todo o mundo, como bem atestam as produções e os debates sobre a descaracterização ou as transformações do jornalismo ou aquilo que se está designando de crise.

A reflexão de Marcondes Filho (2002) demonstra a relação intrínseca entre o jornalismo e o desenvolvimento da sociedade moderna, sobretudo na dimensão de seu desenvolvimento tecnológico. Desse modo, defende-se que alguns jornalismo já *morreram*, enquanto outros *germinaram*, em decorrência de determinantes de ordens várias, que vão, desde fundamentos político-econômicos e ideológicos, próprios da dinâmica do capitalismo, a conflitos, guerras, regulamentação e/ou desregulamentação do capital; entusiasmos e decepções com os rumos da humanidade e, principalmente, às transformações operadas pelas tecnologias. É importante destacar que a tecnologia tem sido a categoria preferencial de alguns teóricos para descrever a sociabilidade, sobretudo no que se refere ao papel dos meios de comunicação e das tecnologias que lhes são inerentes.

Postman (1992), por exemplo, designa de *tecnopólio* o fenômeno de transformação da estrutura dos nossos pensamentos, das nossas experiências pessoais e culturais que as tecnologias provocam. O pensador afirma que as tecnologias “alteram a natureza da comunidade: a arena na qual os pensamentos se desenvolvem” (p.29). Reunindo pensadores como Karl Marx e Marshall McLuhan (teóricos de filiações ideológicas aparentemente inconciliáveis), o autor apresenta a tese de que, além do determinismo econômico, segundo o qual as condições materiais determinam as condições imateriais da existência, as tecnologias criam as maneiras com as quais as pessoas percebem a realidade e que estas percepções são a chave para compreender diversas formas de vida social e mental. Por livre associação, ousa-se dizer que o postulado “*o motor da história é a luta de classe*” tem um correspondente entre os tecnófilos: “*o motor da história é a tecnologia*”. Desse “time” de pensadores faz parte Wainberg (2011), o autor compreende que, no Brasil, a identidade nacional foi em grande parte construída pelos fenômenos tecnológicos comunicacionais do mesmo modo que os fenômenos sociais, políticos e culturais. Afirma o autor que é ela, a tecnologia informacional,

“que se capacita [...] a criar, conforme Renato Ortiz, ‘estados emocionais’ [...], um imaginário verde-amarelo que unirá virtualmente as regiões desse arquipélago transformando-o, enfim, num continente também cultural.” (WAINBERG, 2001, p. 10,11).

Um tema, bem se sabe, que gera calorosos debates e produções científicas por vezes bem antagônicas, contudo, quer seja no âmbito dos tecnófilos ou dos tecnófobos, mister se faz reconhecer que, dentre as tecnologias, nada foi/tem sido tão impactante para a comunicação (o jornalismo em específico) do que o desenvolvimento do processo digital. O poder transformador dos *bits*<sup>22</sup> só tem similaridade com o aparecimento da escrita. Esta que, de tão *transgressora*, sobrevive e vai se moldando aos diferentes dispositivos de comunicação (do analógico ao digital). Pondera-se que as transformações provocadas pela tecnologia não são um fenômeno restrito à modernidade, contudo foi na modernidade que se imprimiu às máquinas uma esperança de que a espécie humana “poderia ter uma forma de vida mais imediata, plástica e criativa, poderia surgir uma sociabilidade mais livre, autônoma e solidária.” (RÜDIGER, 2004, p. 64). O autor, porém, problematiza, criticamente, esta visão.

Pensar a tecnologia como uma forma de potencialização material da imaginação, a cibercultura como articulação de um imaginário tecnológico, da dialética entre mito e razão, entre utopia e racionalidade, sem perder o espírito crítico a respeito de suas respectivas fantasias (do racionalismo e da mitologia) e sem abdicar de uma análise concreta de seu respectivo contexto social-histórico: eis, segundo nos parece, a tarefa central que, vindo bem, coloca-se com o tempo à reflexão crítica sobre o alcance, o sentido e as tendências da nova cultura tecnológica. (RÜDIGER, 2004 p. 145).

Também seguindo uma linha crítica quanto ao potencial do desenvolvimento tecnológico nas sociedades contemporâneas, Pereira Júnior (2006, p. 60) refuta a apologia às tecnologias e ao progresso das sociedades capitalistas, tendo em vista que, para o autor, a humanidade acreditou no progresso capitalista, mas esse não eliminou a barbárie, nem a guerra; acreditou no socialismo, mas a experiência não se revelou libertária; recorreu ao freudianismo, mas descobriu que a consciência dos sintomas não leva à cura; apostou na ciência, mas constatou que o conhecimento pode destruir o mundo. Enfim, acreditou em muitos “ismos” de explicações ou ilusões totalizantes, que se revelaram insuficientes para explicar e, quem sabe, resolver os principais dilemas das sociedades capitalistas.

---

<sup>22</sup> “Via digitalização, quaisquer fontes de informação podem ser homogeneizadas em cadeias sequenciais de 0 e 1. Essas cadeias são chamadas de *bits*. Um *bit* não tem cor, tamanho ou peso e é capaz de viajar à velocidade da luz.” (SANTELLA, 2008, p. 49, apud SIGNORINI, 2008).

Nesse contexto e, em decorrência de determinantes de ordens várias, que vão, desde fundamentos político-econômicos e ideológicos, próprios da dinâmica do capitalismo, a conflitos, guerras, regulamentação e/ou desregulamentação do capital; entusiasmos e decepções com os rumos da humanidade e, principalmente, às transformações operadas pelas tecnologias, é que se identifica o jornalismo pós-industrial também como uma consequência da crise de paradigmas que caracterizam a pós-modernidade. Em específico, relaciona-se o momento atual do jornalismo à crise que então se vislumbrava, no começo do século XX, quando “a ciência já reconhecia que o aparato de observação (ou o próprio observador) altera aquilo que é observado [...] minando o ideário de objetividade que a evolução empresarial da imprensa reflete e alimenta.” (PEREIRA JUNIOR, 2006 p.59).

É, portanto, a partir do recorte da chamada crise dos paradigmas, que adveio do processo histórico de desencantamento dos ideais da modernidade, que se acolhe a proposição de que está em curso um jornalismo pós-industrial, como sintoma de morte e morte de que já se falou antes. Redimensiona-se, porém, a tese do documento do *Tow Center* de que as mudanças no jornalismo devem-se, prioritariamente, ao advento da cultura digital. É certo que a cultura digital evidenciou/evidencia fenômenos que já vinham sendo problematizados, mas a cibercultura não responde, sozinha, pela crise de identidade por que passa o jornalismo em razão dos questionamentos quanto à validade e à legitimidade social dessa instituição, sobretudo quando se compreende que:

O jornalismo é uma atividade de mediação de conhecimento fundamentada em compromissos éticos, socialmente institucionalizados, e realizada por meio de uma linguagem específica que reconstrói, com base em significações compartilhadas pela sociedade, os recortes da realidade atual e historicamente construída. (BENEDETI, 2009, p.116).

Nesse quadro, em que se contextualiza o jornalismo como uma atividade em crise de identidade, retoma-se o relatório *Tow Center for Digital Journalism da Columbia Journalism School*, quando este vaticina que “a velha ordem foi lançada por terra” (leia-se o jornalismo industrial). Conforme se vem problematizando, neste tópico, a queda ou a crise do jornalismo deve-se a razões complexas que precedem o advento da cultura digital. Entende-se que ela (a crise) localiza-se no contexto da modernidade em crise, fenômeno que “deixou evidente a insuficiência das certezas absolutas sobre o mundo e das gramáticas racionalizantes, que sustentaram a base instrumental do jornalismo.” (PEREIRA JUNIOR, 2006, p.60). Aqui se evidencia uma lacuna do trabalho realizado pelo *Tow Center for Digital Journalism da Columbia Journalism School* que é comum, nos estudos sobre a comunicação e nos mais

variados centros de produção de saber: o fetiche (SANTAELLA, 2007, p. 76) das mídias em detrimento dos estudos sobre as formas de linguagens, tendo em vista que, ainda pensando com Santaella (2007, p.77), “as mídias são simplesmente meios, isto é, suportes materiais, canais fixos, nos quais as linguagens se corporificam e pelos quais transitam”.

## **2.1.5 Acontecimento noticioso, narrativas e valores: a economia escriturística e os modelos de linguagem no jornalismo**

### 2.1.5.1 Acontecimento noticioso, narrativas e valores

Carvalho (2010) afirma que o acontecimento noticioso, como objeto, em sua materialidade de investigação, é “desafiador [...], constituindo-se um corpus analítico que pode ser cotejado em outras dimensões do jornalismo em suas interações com o conjunto social ao qual se destina e do qual é parte ativa” (CARVALHO, 2010, p. 341, 342). Para o autor,

Entender o acontecimento e suas formas de apreensão pelo jornalismo tem implicado verificar, por exemplo, como são realizadas as operações de escolha do que será transformado em notícia, a partir de uma série de eventos sociais e naturais ocorridos cotidianamente. São também objeto de investigação as relações entre os modos como o acontecimento aparece em determinada notícia e as fontes ouvidas relativamente a ele, preocupação que tem como objetivo o esclarecimento sobre as complexas operações de matização envolvidas nas dinâmicas jornalísticas em suas interfaces com o conjunto social, além de uma série de outras questões, dentre as quais as mais importantes são as correlações entre o acontecimento e seu enquadramento nos processos de construção das narrativas jornalísticas. (CARVALHO, 2010, p. 347).

Pela assertiva acima, entende-se que Carvalho (2010) encaminha, o estudo sobre o acontecimento noticioso pela via da narratologia e pela noção de enquadramento. O autor defende que a perspectiva que ele sugere deve-se ao fato de que o sentido do acontecimento como notícia decorre “de sua transformação em narrativa e que essa, por sua vez, aciona elementos de inteligibilidade que podem ser entendidos a partir da noção de enquadramento.” A recomendação/opção do autor vem ao encontro da proposta de análise das notícias que constituem o objeto empírico desta investigação, tendo em vista que se realiza o enquadramento dos temas em cenas enunciativas (GUIMARÃES, 2005), utilizando-se, para tal, do instrumental teórico-metodológico da linguística da enunciação articulada à linguística

do acontecimento (conforme se apresenta no quarto capítulo). As diferenças de enquadramento, porém, se pela perspectiva linguística ou se por outros parâmetros como os critérios de noticiabilidade e/ou enquadramentos por conteúdos específicos como política/poder, religião, economia, entre outros, não implica exclusão de um aspecto em detrimento de outro. São enquadramentos, assim se entende nesta pesquisa.

Por outro lado, em convergência com o autor e, partindo-se da premissa de que toda notícia é uma narrativa, retoma-se neste tópico, o papel mediador do jornalismo, observando-se as narrativas jornalísticas e seus valores, especialmente o valor verdade, com foco numa discussão da linguagem e da representação/mediação, pelo ângulo da economia escriturística, concebendo-se a existência dos modelos de linguagem correlatos às concepções e práticas do jornalismo. Inicia-se, retomando um dos princípios centrais deste trabalho: a presunção/constatação de que a instituição mídia tem a capacidade de instaurar, conformar, definir e redefinir, ao mesmo tempo, discursos sobre e para sociedade, criando e recriando práticas sociais discursivas, por meio de narrativas nas quais e pelas quais se tecem os saberes acerca do mundo. Acompanhando Resende (2007, p. 82) “Se há alguma mediação possível, em se tratando do campo dos media, ela acontece na e pela narrativa.” Posição igualmente defendida por Charaudeau (2009, p.131):

Não há captura da realidade empírica que não passe pelo filtro de um ponto de vista particular, o qual constrói um objeto particular que é dado como um fragmento do real. Sempre que tentamos dar conta da realidade empírica, estamos às voltas com um real construído, e não com a própria realidade. Defender a ideia de que existe uma realidade ontológica oculta e que, para desvendá-la, é necessário fazer explodir falsas aparências, seria reviver um positivismo de má qualidade.

A esse respeito, Kant (apud SODRÉ, 2009, p. 28) afirma que “os fatos são objetos para conceitos cuja realidade objetiva pode ser provada (seja mediante pura razão, seja pela experiência)”. Comporta, assim, uma atribuição de sentido, conclama do sujeito uma interpretação, o que significa tornar-se acontecimento que se disponha como objeto para a consciência. Visto dessa forma, o verdadeiro (o real) será uma combinação que se estabelece entre uma representação e o fato. “Verdadeiro será, portanto, o enunciado que concorde (entenda-se: que seja capaz de figurar lógica e linguisticamente alguma coisa) com a realidade.”

Desse modo, a representação social do fato, em especial a informação jornalística concretizada em notícia, é o acontecimento que se materializa em narrativas as quais, por sua

vez, traduzem o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo em relatos, proporcionando a compreensão dos fenômenos do mundo físico ou do mundo cultural, uma vez que, colocadas em relação umas com as outras, em uma determinada ordem ou perspectiva lógica e cronológica, as coisas do mundo físico ou cultural organizam o (s) mundo (s), tornando inteligíveis e significativos os eventos que, conforme Ricouer (1994, p.87), constituem o mundo configurado.

Na proposta hermenêutica da narrativa de Paul Ricouer (1994, p. 88), a significação social da experiência passa por uma forma de inteligibilidade narrativizada. O autor parte dos três momentos da mimese aristotélica, denominando-os de *mimese I*, *mimese II* e *mimese III*. Na I, tem-se a prefiguração do campo prático, (o mundo prefigurado); na II, dá-se a configuração textual ou a mediação, (o mundo configurado) e na III, a refiguração pela recepção da obra, (o mundo refigurado).

É construindo a relação entre os três modos miméticos que constitui a mediação entre tempo e narrativa. É essa própria mediação que passa pelas três fases da mimese. Ou, em outros termos, para resolver o problema da relação entre tempo e narrativa, devo estabelecer o papel mediador da tessitura da intriga entre um estágio da experiência própria que a precede e um estágio que a sucede. (RICOUER, 1994, p.87).

A intriga a que se refere o autor é tecida na própria narrativa, ou, em suas palavras, uma síntese do heterogêneo porque transforma os acontecimentos ou incidentes em uma história. Assim, a tessitura da intriga é um conceito complexo que supõe a capacidade de identificar a ação por seus traços estruturais (do mundo prefigurado); elaborar uma significação articulada da ação (semântica da ação) e identificar mediações simbólicas da ação, em forma de texto. Complementa-se com Ricouer (1994, p. 87), para quem “o próprio sentido da operação de configuração constitutiva da tessitura da intriga resulta de sua posição intermediária entre as duas operações que denomino de *mimese I* e *mimese III* e que constituem o montante e a jusante de *mimese II*.” Deduz-se, pois, que a narrativa extrai sua inteligibilidade da capacidade de mediação, por seu poder de configuração, um processo de produção textual que é resultado da mediação entre a prefiguração do campo prático e a refiguração que se dá ou se completa quando o texto é recepcionado.

Ricouer (1994) concebe o ato de narrar, a partir de duas ordens complementares: a ordem paradigmática (domínio da inteligência prática e da trama conceitual), em que se pode apreender o contexto, (os atos) e a ordem sintagmática (disposição dos fatos, encadeamento das frases, na ação total constitutiva da história), em que se operacionalizam as estratégias

discursivas (as falas). O autor explicita a distinção, familiar em semiótica, entre ordem paradigmática e ordem sintagmática:

Enquanto pertencentes à ordem paradigmática, todos os termos relativos à ação são sincrônicos no sentido de que as relações de intersignificação que existem entre fins, meios, agentes, circunstâncias e o resto são perfeitamente reversíveis. Em compensação, a ordem sintagmática do discurso implica o caráter irredutivelmente diacrônico de qualquer história narrada. (RICOUER, 1994, p. 90).

Ainda na trilha de Ricouer (1994, p. 91), para compreender uma narrativa é necessário dominar as regras que governam sua ordem sintagmática. Nesse sentido, a narrativa se efetiva pela narratividade, “qualidade de descrever algo enunciando uma sucessão de estados de transformação.” (MOTTA apud LAGO; BENETTI, 2007, p.143). O discurso narrativo é, pois, organizado pela enunciação dos estados de transformação os quais produzem significações, dão sentido às coisas e aos atos. A enunciação é, portanto, “a instância de mediação que produz o discurso, ou seja, que realiza a passagem das estruturas semióticas narrativas às estruturas discursivas.” (GREIMAS; COURTÉS apud BARROS, 1988, p. 3).

Entende-se ser exatamente essa passagem referida acima que Fausto Neto (2013, p. 47) reposiciona com a categoria *circulação*. O autor, a partir de Verón (2008, p. 108 apud FAUSTO NETO, 2013, p. 47, 48), apresenta a circulação como sendo uma atividade da linguagem que põe em relação produção e recepção “não como entidades abstratas, e sim como portadores de lógicas e gramáticas a partir das quais são enunciadas operações de produções de sentido”. Circulação que envolve, também, aquilo que Charaudeau (2009, p. 104) denomina de *dispositivos de encenação midiáticos* os quais viabilizam o *contrato*, entre a instância produtora e a instância receptora no jornalismo. Nesses termos, o contrato midiático constitui-se de um duplo processo: de *transformação* do acontecimento bruto (o mundo a descrever) pela instância midiática em acontecimento midiático (o mundo construído discursivamente; no caso, a informação jornalística, em seus variados gêneros) e o processo de *transação* – o movimento que a instância midiática realiza em função da instância receptora da mensagem. Em resumo, o contrato determina as condições de enunciação e orienta as operações que devem ser efetuadas.

Nessa lógica, ainda acompanhando Charaudeau (2009) diferentes situações de comunicação resultam em diferentes contratos e, a cada contrato, associa-se “um dispositivo particular que constitui as condições materiais *ad hoc* para realização do contrato, em relação



com outros componentes e com um quadro de restrições” (CHARAUDEAU, 2009, p. 104). O dispositivo é, pois, parte integrante do contrato. É o material que toma corpo e se manifesta de maneira codificada. Assim, o dispositivo dá forma à articulação entre os movimentos de *transformação* e *transação*; materializa-se em textos veiculados por diferentes suportes responsáveis pelo transporte da mensagem (papel, áudio, vídeo, etc.) à instância de recepção na qual ocorre a interpretação.

Desse modo, conforme Charaudeau (2009, p.105), “da mesma forma que uma peça de teatro não faria muito sentido sem seu dispositivo cênico”, o contrato não ocorreria sem um dispositivo. Perspectivas que se vêm discutindo neste trabalho e que amparam as escolhas realizadas nesta pesquisa. É, pois, buscando ‘desvendar’ as lógicas que se estabilizam nos dispositivos que se pode capturar aquilo que Mota (2012, p. 23) denomina de “uma contínua e invisível troca de poderes”, referindo-se à narrativa jornalística. O autor afirma que esta “resulta um produto plurivocal (termo de Ricouer) onde se manifestam vozes e interesses contraditórios que se sobrepõem no texto.” E vai além,

Para conseguir maior visibilidade e fazer prevalecer seus pontos de vista, os atores sociais envolvidos desenvolvem um jogo de concessões e vantagens, e utilizam diferentes estratégias de ação: ninguém entra na relação comunicativa jornalística de maneira ingênua [...]. Cada ator tenta fazer prevalecer seus interesses, avança ou retrocede, dependendo de seu capital político e de sua correlação de forças. Um jogo interdependente onde cada um exerce sua força na *disputa pelo poder dizer e fazer crer, de “construir o dado pela enunciação”* (Foucault, 2010), *construir uma verdade* continuamente negociada, onde cada versão nunca anula completamente as versões adversárias, mantendo-se uma incessante luta pelo poder simbólico e político. (MOTA, 2012, p. 23, grifo nosso).

Toda disputa pelo “poder da verdade”, a que se refere Mota (2012), comprova-se nas narrativas noticiosas analisadas nesta pesquisa em torno dos dois personagens Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva. Em 2002, por exemplo, a análise apresenta um Lula enquadrado ao discurso neoliberal, assumindo ser este o discurso que o levaria à Presidência da República, as narrativas noticiosas constroem um personagem com discursos ambíguos, um Lula que reafirma aos empresários a aceitação das regras do jogo neoliberal e, concomitantemente, critica o artífice do plano econômico (FHC). Plano cujas bases dão sustentação à sua campanha, numa construção enunciativa/discursiva que revela um poder simbólico e político tanto do jornalismo quanto dos personagens reportados os quais, por meio das notícias, consolidam posições e legitimam “uma verdade [...] certa versão como verdadeira, tornando-a real e natural.” (MOTA, 2012, p. 18).

Desse modo, o contexto identificado por Mota (2012) que coloca a mídia no epicentro da “operação que produz uma ‘atmosfera’ cultural que contamina o ambiente onde veículos e jornalistas operam” tem similaridade com a reflexão de Hall (1997, p.13), ao afirmar que “os processos econômicos e sociais, por dependerem do significado e terem consequências em nossa maneira de viver, em razão daquilo que somos – nossas identidades – e dada *a forma como vivemos*, também têm que ser compreendidos como práticas culturais, como práticas discursivas”. O autor assegura que toda prática social depende e tem relação com o significado e que a cultura é uma das condições constitutivas para a existência dessa prática. A cultura é, portanto, uma prática discursiva, porque social. Parte-se das premissas de Hall (1997, p. 13) para reafirmar, como o faz Resende (2010, p. 14), a tese de que a narrativa é o lugar em que se revelam legitimações, valores, representações e faltas. Dados preponderantes, de acordo com o autor, para compreensão e leitura do mundo. Acrescenta-se, também, para a construção e reconstrução destes mundos.

Nessa perspectiva, as narrativas midiáticas representam “importantes elementos a serem investigados [...], porque conferem legitimidade e redividem, socialmente, o espaço ao qual elas pertencem” (RESENDE, 2010, p. 15), razão pela qual a análise ou os estudos sobre as narrativas (narrativas jornalísticas, especificamente) possibilitam compreender a dinâmica que se estabelece entre o jornalismo e a sociedade. A partir dessa matriz conceitual, as narrativas são gêneros textuais que traduzem o conhecimento do mundo em relatos que atribuem nexos e sentidos aos acontecimentos. Para o autor, analisar as narrativas jornalísticas é essencial para a compreensão do caráter dinâmico da sociedade. Tais concepções vão ao encontro dos pressupostos da TOPE, sobretudo porque as narrativas, nos termos que se vêm discutindo neste trabalho, são o suporte sintático-semântico das estruturas discursivas. Compreende-se, de certo, que é da articulação entre narrativa e discurso e as condições de recepção deste que advêm os valores e/ou verdades. Segundo Barros (1998), duas concepções complementares devem ser levadas em conta para a análise da narrativa e a consequente revelação dos seus valores:

A narratividade como uma ação transformadora do sujeito que “age no e sobre o mundo” em busca de certos valores e narratividade como uma sucessão de estabelecimentos e rupturas de contratos entre um destinador e um destinatário, de que decorrem a comunicação e os conflitos entre os sujeitos e a circulação de objetos-valor. Em outros termos, as estruturas narrativas simulam a história da busca de valores. Da busca de sentido. (BARROS, 1988, p. 28).

Assim, de valores e sentidos, em síntese, de regimes de verdade (como se tem tratado a questão nesta tese) constituem-se as narrativas, considerando-se, sempre, a indissociabilidade entre atos e falas, uma vez que, conforme Charaudeau (2009, p. 131), o acontecimento não significa em si. Ele só significa como acontecimento em um discurso. Compreende-se, portanto, que, subjacentes ao processo de produção, distribuição, circulação e consumo de produtos jornalísticos, bem como ao modo como as narrativas dão visibilidade e voz aos sujeitos sociais, estão valores e/ou verdades, estes que são continuamente desestabilizados por determinantes de ordens várias, tais como: estabilidade econômica, emergência de novos agentes sociais na cena política, disputas por núcleos de poder, com direito a rupturas e novos arranjos, novos padrões de consumo, novas tecnologias, emergências de redes sociais e convergências das linguagens midiáticas, novas produções de conhecimento sobre o campo, entre outros desestabilizadores e construtores de novos valores o que torna complexa a tarefa de identificá-los, mas também um desafio instigante.

Sobre valores, Heller (1970, p. 4) afirma que “o decurso da história é o processo de construção de valores ou da degenerescência e ocaso desse ou daquele valor”. Para a autora, o valor é uma categoria ontológico-social capaz de explicar os movimentos sociais, portanto, históricos. Heller (1970) conceitua valor como tudo da natureza do homem e que contribui, direta ou indiretamente, para explicação desse ser. Ressalta a autora, contudo, que a substância da sociedade, ou seja, a história é uma construção coletiva, não pode ser o indivíduo humano, já que esse – embora a individualidade seja a totalidade de suas relações sociais – não pode jamais conter a infinitude extensiva das relações sociais. Infere-se do pensamento de Heller (1970, p. 5) que é a objetividade, construído das relações sociais, que gera os valores socialmente compartilhados. Para a autora, em determinado ponto, estruturas que foram essenciais submergem nas profundidades, para aí continuarem uma vida inessencial, do ponto de vista social e global; outras se elevam, passando da inessencialidade à significatividade. Postulados que possibilitam compreender o jornalismo como esfera ou uma estrutura (para usar o termo recorrente na obra de Heller) em que submergem e emergem paradigmas que refletem os valores desse campo de conhecimento e de atuação profissional, valores, socialmente compartilhados, que intentam dar conta, em determinados contextos, de responder a indagações quanto à lógica do fazer jornalístico, sobretudo na constituição/construção do seu principal produto: a notícia em sua face mais visível o texto noticioso.

Um exemplo que inspira pensar em valores que imergem e emergem vem de Lage (2012). O pesquisador apresenta um inventário das mudanças contextuais que foram

determinantes na constituição de diferentes estruturações textuais, no jornalismo, embora ressalte que “os acervos linguísticos mudam lentamente.” (p.38). Nesse sentido, Lage inicia sua análise pelo período conhecido como *publicismo*, que marca o início do jornalismo. Durante esse período, a linguagem dos jornais, conforme o autor, sofreu duas influências contextuais passíveis de apreensão nas formas de relatos dos fatos. De um lado, influenciado pelo empirismo, o texto (ainda não havia a noção de notícia) era construído a partir dos fatos para a interpretação, dando conta dos movimentos comerciais, partidas e chegadas de navios, por exemplo. De outro, como o público leitor se ampliou, as histórias emocionantes e sentimentais eram escritas à maneira dos discursos retóricos, com um tratamento textual, em que primeiro se teoriza para depois exemplificar com os fatos. Estruturas textuais que visavam atender às necessidades de uma classe, a burguesia, na luta contra o domínio aristocrático na Europa.

Surgiram variações estilísticas. Conforme a moda, os textos deslocavam-se ora para o conto alegórico (muito comum em períodos de tensão política ou para abordar temas sensíveis, como a indolência, corrupção e alienação atribuídas aos aristocratas), ora para um humor mais popular e panfletário, que lembra, às vezes, Rabelais. Mas o estilo mais frequente era o parlamentar e jurídico, dirigido a formadores de opinião em sociedades em que a leitura era uma prática ainda não difundida. (LAGE, 2012, p. 41).

Lage (2012, p. 42) continua o inventário com o *jornalismo educador* e o *sensacionalista*, do século XIX. Diz ele que “aparentemente conflitantes, na verdade são duas faces de adaptação de uma mesma contingência histórica.” Segundo o autor, as razões histórico-contextuais da época (liquidação do feudalismo, emergência da industrialização, a necessidade de adaptação das pessoas à nova realidade, entre outras) foram determinantes para a produção de dois tipos de textos: *as notícias emocionantes* e *a literatura industrial*. As duas formas textuais praticamente se misturavam: “realidade distorcida e verdadeiras rapsódias de momentos excitantes alinhados em novelas e as histórias edificantes de ascensão individual, de educação pública, de exaltação de novidades técnicas, entre outras dimensões da lógica industrial.” (LAGE, 2012, p. 43).

Foi exatamente no contexto do jornalismo sensacionalista-educador que, ainda acompanhando Lage (2012), evidenciou-se o papel do jornalista como portador de uma forma de conhecimento indispensável às sociedades modernas. E, em decorrência, o surgimento da notícia e da reportagem. Nasce, desse período, a pesquisa sobre as formas de tornar o texto acessível às pessoas comuns, já que a modalidade escrita da língua tinha tradição elitista. Foi

preciso ajustar o texto à fala corrente, considerando “dois fatores contraditórios: de um lado, a alta comunicabilidade do texto coloquial; de outro, seu caráter restritivo, familiar, tribal ou comunitário.” (LAGE, 2012, p. 44).

Já no estágio do jornalismo industrial e tradutor de linguagens do século XX, continuando com Lage (2012), a questão central é que, neste tipo de sociedade, a informação torna-se insumo necessário à orientação, à prosperidade, à manutenção de papéis sociais e até mesmo à sobrevivência das pessoas. O desenvolvimento dos transportes e dos meios de comunicação combina-se com a rapidez dos processos políticos, econômicos e tecnológicos para inviabilizar a tradicional transmissão, exclusiva, de conhecimento pelo sistema escolar. Ao mesmo tempo, as circunstâncias políticas e econômicas mudam rapidamente, tornando-se impossível acompanhá-las sem apoio de um fluxo contínuo de relatos e testemunhos, daí que a linguagem do jornalismo transformou-se novamente para dar conta dessas necessidades socioculturais.

Em síntese, na história do jornalismo, a linguagem sofreu, conforme se depreende do estudo de Lage (2012), transformações e adaptações na formalização dos textos. Mudanças que decorreram de diferentes determinantes sociais e que são inerentes ao surgimento e à consolidação da sociedade moderna. Acrescenta-se que as concepções de linguagem em geral, inclusa a linguagem jornalística, modificaram-se bastante, ao longo do século XX e início do século XXI. Postula-se, com inspiração em Lage (2012) e nas leituras realizadas, que as concepções de jornalismo que se vão formando, nesse período, têm em correlato um modelo de linguagem que dá sustentação (com textos que tentam dar conta de tais modelos de linguagem então vigentes) e explica uma atividade cujo desenvolvimento está, também, intimamente associado à importância da imprensa nas sociedades modernas.

#### 2.1.5.2. A economia escriturística: a relação entre os modelos da linguagem e do jornalismo

Nos últimos três séculos aprender a escrever define a iniciação por excelência em uma sociedade capitalista e conquistadora. É a sua prática iniciática fundamental. Foi preciso sentir os efeitos inquietantes de um tão prodigioso avanço para que suspeitássemos ser a formação da criança moderna uma prática escriturística. (CERTEAU, 1998, p. 227).

Neste tópico, apresenta-se uma discussão acerca das concepções de jornalismo e dos modelos de linguagem que lhes são correlatos. A interlocução inicial com Certeau (1998) deve-se a que o autor traz à tona o fato de a história do jornalismo estar intrinsecamente relacionada ao desenvolvimento da escrita/imprensa, fenômeno que o autor classifica como

*economia escriturística*. Assim, já no excerto que introduz esse item, Certeau (1998) deixa claro que a escrita (ou a língua como sistema social) definiu os modos de vida da era moderna. De acordo com o autor, a economia escriturística, indissociável da cultura de reprodução, sobretudo pelo aparecimento da imprensa, representa uma “disjunção entre escritura e oralidade.” (CERTEAU, 1998, p. 223). Fazendo uma correlação entre língua/escritura x palavra/oralidade, o autor defende a tese de que a escrita tornou-se um mito da era moderna, reorganizando as experiências e demarcando mudanças nas formas, na (des) valorização da oralidade e, por consequência, nas práticas individuais e sociais. Certeau (1998) afirma que oralidade e escrita não são pares dicotômicos. Bem ao contrário disso, têm configurações históricas sucessivas e imbricadas, tendo em vista que a oralidade foi sendo progressivamente associada a sociedades primitivas enquanto que, na sociedade moderna, o progresso foi associado ao domínio da escrita.

De modos os mais diversos, define-se, portanto, pela oralidade (ou como oralidade) aquilo de que uma prática ‘legítima’ – científica, política, escolar etc. – deve distinguir-se. ‘Oral’ é aquilo que não contribui para o progresso; e, reciprocamente, ‘escriturístico’ aquilo que se aparta do mundo mágico das vozes e da tradição. Da mesma forma, também se poderia ler, nos frontões da modernidade, inscrições como: ‘Aqui trabalhar é escrever’ ou ‘Aqui só se compreende aquilo que se escreve’. Esta a lei interna daquilo que se constituiu como ‘ocidental’. (CERTEAU, 1998, p. 224).

Interessa destacar do pensamento do autor a proeminência que as sociedades modernas dão à escritura, valorizando, por consequência, o enunciado pela concentração no ato de enunciar (a enunciação). O sujeito que enuncia ou o sujeito da enunciação isola-se e deve responsabilizar-se como produtor do texto (da escrita). Nesse cenário é que se instituem os estudos da linguagem com a linguística moderna, que define o “seu estatuto e a sua legitimidade científica com o corte que Saussure estabelece entre ‘língua’ e ‘palavra’ (‘langue’ /’ parole’)” (CERTEAU, 1998, p. 253). A dicotomia entre estes pares acaba por legitimar o axioma, segundo o qual a palavra/fala está submetida ao sistema da língua/escritura, daí que a escritura está para a língua, enquanto que a fala/palavra está para a oralidade. Entende-se, acompanhando o autor, que a escritura é o sistema ou a estrutura que submete a fala/palavra. Em correlato, é o individual submetendo-se ao social.

O estudo da linguagem comporta, portanto, duas partes: uma, essencial, tem por objeto a língua, que é social em sua essência e independente do indivíduo; esse estudo é unicamente psíquico; outra, secundária, tem por

objeto a parte individual da linguagem, vale dizer, a fala, inclusive a fonação e é psico-física. (SAUSSURE, 1995, p. 27)

E é também, na legitimação dessa lógica, que o jornalismo se estabelece como uma instituição/campo social cujas bases conceituais pressupõem o controle dos meios, da linguagem e das técnicas de codificação/decodificação de mensagens, por meio de um domínio de uma linguagem que “deve ser agora fabricada, escrita” [...] “O domínio da linguagem garante e isola um novo poder.” (CERTEAU, 1998, p. 230). Nesses termos é que os estudos funcionalistas de origem americana reconhecem a prevalência do emissor sobre o receptor, no processo de comunicação, revelando a opção dos teóricos que construíram este paradigma por uma abordagem da linguagem de viés funcionalista/estruturalista vinculada ao positivismo racionalista do final dos anos 60 do século XX. O jornalismo industrial bebe dessa fonte.

#### 2.1.5.2.1 A velha ordem e as concepções de linguagem do modelo

As análises que dominaram os estudos acerca da sociologia da comunicação, a comunicação social e o jornalismo, como campos de reflexão e prática, têm-se delineado a partir de um processo histórico cujos marcos e proposições se delimitam em questões da ordem da produção (aqui entendida única e exclusivamente na perspectiva do emissor). (RESENDE, 2010, p. 6).

A posição de Resende (2010) traz à cena uma questão relevante para a compreensão da comunicação/jornalismo e inspira postular que: *cada paradigma ou modelo teórico construído para explicar os fenômenos da comunicação tem, em correlato, um modelo de linguagem*. Nesses termos, quando se discutem as concepções e as práticas do jornalismo industrial, também se está discutindo um recorte teórico-epistemológico dos estudos da linguagem. Assim, quando Merton e Lazarsfeld (apud LIMA, 1990, p. 106):

A ubiquidade dos *mass media* nos leva prontamente a uma crença, quase mágica, em seu enorme poder. Mas existe outra base, talvez mais realista, para essa ampla preocupação com os *mass media*. Referimo-nos aos diversos tipos de controle social que poderosos grupos de interesse exercem na sociedade. [...] As organizações industriais não mais obrigam a criança de oito anos estar a serviço de uma máquina durante 14 horas por dia. Ao invés disso, preocupam-se com requintados programas de “relações públicas”; colocam extensos anúncios de grande impacto nos jornais, patrocinam numerosos programas radiofônicos; organizam competições à base de prêmios, sob a orientação de conselheiros de relações públicas [...] O poder econômico parece ter reduzido a exploração direta, voltando-se para um tipo

mais sutil de exploração psicológica alcançada em grande parte pela propaganda disseminada através dos *mass media*.

O que se infere do excerto é que, nos estudos funcionalistas de origem americana, o reconhecimento da prevalência do emissor sobre o receptor, no processo de comunicação, indica a opção dos teóricos de então por uma abordagem da linguagem de viés funcionalista/estruturalista<sup>23</sup> vinculado ao positivismo racionalista do final dos anos 60 do século XX. Advêm daí as concepções da língua/linguagem como *representação do pensamento* e de um sujeito da linguagem *psicológico, individual, dono de sua vontade e de suas ações*. Explica Koch (2002, p. 14) que, nesse modelo, considera-se o sujeito da enunciação responsável pelo sentido do texto. Por conseguinte, a língua é um instrumento que se encontra à disposição do usuário.

No caso do jornalista e dos demais profissionais da comunicação, supõe-se que estes têm/teriam o domínio técnico absoluto para tal fim. “Trata-se de um sujeito cartesiano, sujeito da consciência, dono de sua vontade e de suas palavras. [...] Já Locke (1689) dizia que a comunicação verbal é uma forma de *telementation*, ou seja, a transmissão exata de pensamentos da mente do falante para o ouvinte”. (KOCH, 2002, p. 14). Acrescenta a autora que o correlato político dessa concepção seria a ideologia liberal, segundo a qual os sujeitos é que fazem a história. Tais concepções orientaram os estudos e as práticas do jornalismo denominado de jornalismo industrial.

Registra-se que o jornalismo industrial teve início quando a imprensa passou a ser um negócio, com investimento alto, visando ao lucro, a partir do século XIX. “Era preciso dar lucro, o que significava conquistar mais leitores. Os anúncios se tornam ferramentas decisivas. E esvaziamento da opinião no veículo, também” (PEREIRA JUNIOR, 2006, p. 52), ou seja, num cenário de positivismo dominante, ao jornalismo cabia conferir à realidade social um tratamento tão rigoroso e racional quanto o realizado pelas ciências exatas e biológicas. É nessas condições que o jornalismo firma-se como indústria. Concepções que convergem com Certeau (1998, p. 230).

O domínio da linguagem garante e isola um novo poder, “burguês”, o poder de fazer a história fabricando linguagens. Este poder, essencialmente

---

<sup>23</sup> Derivado de estrutura (structura em latim, do verbo struere), o termo foi consagrado no final do século XIX por Durkheim (Les Règles de la méthode sociologique, 1895). Tornou-se, porém, conhecido como método e programa fundador da Linguística Moderna. Fundamentado na Linguística e na Antropologia, pretendeu fornecer uma base rigorosamente científica para a teoria e a prática das ciências humanas. (DOSSE, 1993, p. 15-16).



escriturístico, não contesta apenas o privilégio do “nascimento”, ou seja, da nobreza: ele define o código da promoção socioeconômica e domina, controla ou seleciona segundo suas normas todos aqueles que não possuem esse domínio de linguagem.

E a crença no poder da a comunicação/jornalismo fazer a história, no poder absoluto nesse sujeito que tem domínio da linguagem localiza-se também nos teóricos da Escola de Frankfurt. De tal modo que, embora em polo oposto à escola administrativa norte-americana, tendo em vista que os frankfurtianos entendem os fenômenos da sociedade, o capitalismo e a industrialização, principalmente, a partir dos fundamentos ontológico e epistemológico do materialismo marxista, estas duas escolas convergem na compreensão de que o receptor é frágil e, por isso, facilmente manipulado pelo emissor “competente” e com domínio do processo. Senão vejamos:

O mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural. [...] Ultrapassando de longe o teatro de ilusões, o filme não deixa mais à fantasia e ao pensamento dos espectadores nenhuma dimensão na qual estes possam, sem perder o fio, passear e divagar no quadro da obra fílmica. [...] É assim precisamente que o filme adentra o espectador entregue a ele para se identificar imediatamente com a realidade. Atualmente, a atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural não precisa ser reduzida a mecanismos psicológicos. Os próprios produtos – e entre eles em primeiro lugar o mais característico, o filme sonoro – paralisam essas capacidades em virtude de sua própria constituição objetiva. (ADORNO; HORKHEIMER, 2003, p.119)

Não resta dúvida de que os pensadores posicionam-se sobre o receptor entendendo-o como frágil e suscetível de manipulação, tal qual o fazem os funcionalistas norte-americanos. Contudo, o modelo de linguagem correlato aos pressupostos da teoria crítica difere-se da concepção liberal de linguagem, tendo em vista que o sujeito da linguagem corresponde a um sujeito “assujeitado” pelo sistema, caracterizado por uma espécie de “não consciência.” “Quem fala, na verdade, é um sujeito anônimo, social, em relação ao qual o indivíduo que, em dado momento, ocupa o papel de locutor é dependente, repetidor.” (KOCH, 2002, p. 14). Nesses termos, quem manda, de fato, no sentido do texto é a ideologia dominante à qual todos estão submetidos.

Infere-se, portanto, que, para os frankfurtianos, na Indústria Cultural, embora o emissor esteja em posição de comando/poder, produzindo e veiculando textos (filmes), sempre a serviço dos propósitos do capitalismo, este emissor não passa de porta-voz de um discurso anterior que fala através dele. (A fonte do sentido é a formação discursiva a que o

enunciado pertence). É importante notar que, tanto nos pressupostos teóricos da escola administrativa, quanto nos postulados da teoria crítica, subjazem as concepções de jornalismo que orientaram os conceitos e as práticas do jornalismo industrial.

Nesse sentido, Ponte (2005) identifica a gênese das teorias sobre notícia nos estudos denominados de *Mass Communication Research* (corrente americana) e na *Teoria Crítica* (corrente europeia), paradigmas que demarcaram olhares sobre a notícia numa perspectiva de comunicação como transmissão, uma visão mecanicista que supõe ser o jornalista capaz de ter o domínio completo do processo de produção noticiosa, sustentada no princípio de que seria possível à notícia reproduzir a realidade. Paradigmas que foram/são determinantes para que se erigissem teorias sobre a notícia.

É o que Certeau (1998) designa de “um novo modo de usar a linguagem [...] que se esforça por colocar o corpo (social e/ou individual) sob a lei de uma escritura” (p. 230). Eis porque, “do nascimento ao luto, o direito se ‘apodera’ dos corpos para fazê-los seu texto.” (CERTEAU, 1998, p. 231). A cultura da escrita regula, pois, todas as formas de sociabilidade. É nesse contexto que Foucault (1999a, p. 44) afirma ser a história da sociedade atravessada por práticas discursivas as quais são controladas, selecionadas, organizadas e redistribuídas por procedimentos coercitivos, como se constituíssem, nas palavras do autor, “grandes edifícios que garantem a distribuição dos sujeitos que falam, nos diferentes tipos de discurso e a apropriação dos discursos por certas categorias.”

Partindo, pois, do princípio de que, em toda a sociedade, a produção discursiva sofre controles variados, Foucault identifica, na sociedade, três sistemas de exclusão que atingem o discurso: a palavra proibida, a segregação e a vontade de verdade<sup>24</sup>. O autor explica como esta última (vontade de verdade) renova-se, continuamente, em diferentes contextos históricos. Para demonstrar como a vontade de verdade se estabelece no/pelo discurso, sempre em decorrência das condições em que é produzido, o autor situa-se em três momentos históricos. Primeiro, na época da sofística, com Sócrates e a filosofia platônica, quando o discurso eficaz ordenou-se aos poucos em uma separação entre discurso verdadeiro e discurso falso. Segundo, do século XVI para o XVII, principalmente na Inglaterra, quando apareceu uma ciência do olhar, da observação, da verificação, uma certa filosofia natural, com um discurso que estrutura e legitima este momento e é, também, por ele estruturado. Por último, faz

---

<sup>24</sup> Para Foucault, a palavra proibida ou a interdição diz respeito ao fato de que não se pode dizer tudo, sobretudo em áreas como a sexualidade e a política; já a segregação determina que certos discursos não podem circular como os outros, como o discurso dos loucos; por sua vez, a vontade de verdade, sustentada por sistemas de instituições, impõe discursos por meio da pressão e de alguma forma de violência.

referência ao início do século XX, com a ciência moderna, a formação de uma sociedade industrial e a legitimação da ideologia positivista.

Nesse contexto, é que no jornalismo, a vontade de verdade, que guarda a lógica da ideologia positivista, legitima-se no mito da objetividade, da imparcialidade e da neutralidade, em suma, na *racionalidade jornalística*. Para Mendonça, porém, “o lugar do saber, enquanto espaço de verdade, será ocupado pelo jornalismo menos graças à partilha social de uma crença na objetividade do que pelo acatamento das estratégias enunciativas do discurso.” (MENDONÇA, 2001, p. 28). Deduz-se, então, que a vontade de verdade ou o dizer verdadeiro está condicionada, de certo, a fatores da ordem política, econômica e social. Mas considerar o discurso como uma prática social e não uma atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais implica que esta concepção suscita: de um lado, o discurso é um modo de ação das pessoas sobre o mundo, sobre as outras pessoas, como também um modo de representação. De outro, o discurso é moldado e restringido pela estrutura social no sentido mais amplo e em todos os níveis.

Os eventos discursivos específicos variam em sua determinação estrutural, segundo o domínio social particular ou o quadro institucional em que são gerados. Por outro lado, o discurso é socialmente constitutivo. Aqui está a importância da discussão de Foucault para a formação discursiva de objetos e conceitos. O discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhes são subjacentes. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91).

É importante problematizar que, em Certeau (1998), a cultura escriturística (sempre lembrando a associação entre escritura e língua como um contrato social) está contida nos controles discursivos a que se refere Foucault (1999a). Mas não se pense que o reconhecimento da força da língua, do texto escrito, para o autor, representa somente controle e/ou coerção. Certeau (1998, p.241) reconhece que a escritura seja determinante, de um corpo a outro ou outros, mas “o discurso normativo só ‘anda’ se já se houver tornado-se um relato, um texto articulado em cima do real e falando em seu nome, isto é, uma lei historiada e historicizada, narrada por corpos.” O autor diz que este processo transforma as unidades de sentido em identidade. Assim entendendo, afirma Certeau:

Agora, o importante não é mais o dito (um conteúdo) nem o dizer (um ato), mas a transformação, e a invenção de dispositivos, ainda insuspeitos, que permitem multiplicar as transformações. [...] Acabou, portanto, o tempo em que o “real” parecia vir até o texto para ser aí manufaturado e exportado.

Acabou-se o tempo em que a escritura parecia fazer amor com a violência das coisas e alojá-las na ordem de uma razão (CERTEAU, 1998, p. 245).

#### 2.1.5.2.2 *Jornalismo pós-industrial: linguagens líquidas?*

Neste item, julga-se apropriado retomar o documento ou relatório do *Tow Center for Digital Journalism da Columbia Journalism School* a que se faz referência no item 2.1.4 deste trabalho. O referido documento apresenta, conforme se vem discutindo, uma série de questões pertinentes quanto ao fato de que há em curso modificações profundas no ecossistema da informação jornalística. Suposto está que o contexto é/será responsável pela submersão de um modelo de jornalismo e pela emergência de um novo modelo ao qual o documento denomina de jornalismo pós-industrial. No epicentro das mudanças, conforme já se evidenciou anteriormente, está a cultura digital. E, embora se defenda que as mudanças no jornalismo não se devam, exclusivamente, ao desenvolvimento da cibercultura, não resta dúvida de que qualquer discussão que se faça sobre a comunicação (o jornalismo, em especial), na sociedade contemporânea, passa pela discussão dos meios e, sobretudo, pelo papel determinante das tecnologias da informação.

Entre os teóricos que descrevem a sociedade pelo viés tecnológico, Castells (2007, p. 119) considera que a base material das sociedades é a tecnologia da informação, cujo desenvolvimento acelerado tem implicações, inclusive e principalmente, no próprio capitalismo. Para o autor, a nova economia – informacional, global e em rede – provocou uma verdadeira revolução, transformando a natureza do próprio capitalismo. Nem todos os pensadores, porém, atribuem aos aparatos tecnológicos, especialmente aos dispositivos de informação e comunicação, a plena responsabilidade pelo surgimento de novos ambientes socioculturais. É o caso de Santaella (2003), pesquisadora que alerta para o equívoco de se julgarem as transformações culturais apenas pelo advento das novas tecnologias e dos novos meios de comunicação e cultura. Para ela, o que é determinante são os tipos de signos que circulam nesses meios, os tipos de mensagens. Infere-se, pois, do pensamento da autora que não se podem entender estas dimensões de forma dicotômica e de valorações separadas.

No processo digital, por exemplo, a universalização da linguagem, a possibilidade de compressão e estocagem de dados, de forma menos onerosa, além das ilimitadas possibilidades de circulação, qualificam a interação/mediação e potencializam os processos de emissão e recepção das mensagens. Condição que reforça também a tese de que, se o meio por si só não determina novos ambientes socioculturais, também não se pode separar a

mensagem do meio. Logo, por conta da indissociabilidade entre processos comunicativos e culturais e os suportes materiais que os corporificam, é imprescindível que estudos e pesquisas sobre o tema tenham o cuidado de focar o caráter mediador das tecnologias, considerando, principalmente, que “as tecnologias só podem cumprir o papel de mediador porque são tecnologias da linguagem.” (SANTAELLA, 2007, p. 81).

As linguagens líquidas, ainda acompanhando Santaella (2007), perderam a estabilidade que os suportes fixos lhes emprestavam. Tal condição altera substancialmente a arquitetura que sustenta as concepções de texto, tanto na perspectiva teórica, quanto prática, uma condição que modifica, supostamente, as estratégias textuais do jornalismo, dentro e fora das redes. No tema, Connor (1989, p. 164) explica que, subjacente aos postulados que desestabilizaram as formas de texto orientadas pelo viés estruturalista (como o jornalismo ou mesmo os textos científicos e didáticos) está a desconfiança generalizada na capacidade de a linguagem produzir verdades acerca do mundo ou sobre outros gêneros de linguagem. Conforme o autor, o surgimento das teorias do discurso, que enfatizam a inserção de todo enunciado em seus contextos sociais particulares, em vez da autoridade de regras e sistemas abstratos, é responsável pelo abandono ou pelo *ataque* (a expressão é do autor) aos sistemas de representação textuais.

Importa destacar da caminhada até aqui realizada que, independente das premissas das quais partem os autores que ajudam a refletir sobre a temática, verificou-se um ponto de convergência nos estudos e nas pesquisas que colocam o texto como elemento central de suas preocupações: *um deslocamento da concepção do texto (da escritura)*. Nessa perspectiva, o texto significa não mais apenas enunciados linguísticos estruturados, segundo determinadas regras e dotados de coesão. O texto é considerado, enfim, como “o próprio lugar de interação e os interlocutores como sujeitos ativos que – dialogicamente – nele se constroem e são construídos” (KOCH, 2002, p.17). Tais postulados constituem o modelo de linguagem designado de interacional ou dialógico pela autora, correlato à dimensão interlocutiva e conversional da linguagem. (RODRIGUES, 2001).

Desse modo, o deslocamento do olhar na compreensão do processo escriturístico, para além das concepções positivistas e/ou deterministas da linguagem, tem implicações nos princípios teórico-metodológicos que instituíram e ainda instituem a racionalidade jornalística, desestabilizando as certezas e provocando novos olhares e novas práticas do jornalismo na contemporaneidade. Como afirmam Rojo e Barbosa (2013, p. 65), “quando uma esfera se transforma, muitos gêneros desaparecem ou morrem”. Acrescenta-se, em relação ao jornalismo, em especial o jornalismo impresso, a possibilidade de mudanças que já

estão em curso e que podem e devem expressar-se por um tipo de linguagem transformada por condicionamentos de variadas causas, mas também pela lógica das tecnologias digitais. Por enquanto, são zonas de instabilidades, complexidades e paradoxos. É o que confirma Fausto Neto (2013, p. 61).

É certo que mediação, no atual estágio, se constitui em um processo interacional de referência. Sabe-se que tecnologias convertidas em meios e as linguagens se constituem em fonte de produção de sentido, criando novas formas de interações. Mas pode-se dizer também que geram complexidades, na forma de paradoxo: ao mesmo tempo em que este processo se oferece como referência, é também fonte de instabilidade. Das dinâmicas e do deslocamento das estruturas dos campos para processualidades e do desencadeamento de fluxos, emergem circuitos dando origem ao desamparo e, por consequência, à erosão da referência.

Se estamos em processo de “erosão da referência” (FAUSTO NETO, 2013, p. 61). O que virá e como se materializará em forma de texto? O pensamento do autor dá substância e motiva novas buscas. Todavia não há “solução” para o impasse.

### **2.1.6 Os processos enunciativos da notícia: para além dos códigos, os dispositivos interacionais**

Conforme se vem apresentando ao longo deste capítulo, a materialidade do enunciado do acontecimento noticioso ou da narrativa jornalística ou simplesmente da notícia é a face imediatamente acessível, à informação jornalística, mas o enunciado, por si mesmo, não dá conta da complexidade dos sentidos que circulam na e pela enunciação da notícia, daí que se torna fundamental articular códigos e inferências para acionar dispositivos interacionais que viabilizam atribuição de sentidos ao fenômeno comunicacional/jornalístico. Mas é importante reafirmar que, na análise que se realiza nesta pesquisa, o ponto de partida são os códigos mobilizados na notícia, tendo em vista que, a partir destes, é que se desenvolvem os processos indiciais e inferenciais que levam ao acionamento dos dispositivos nos quais pelos quais se torna possível ir ao encontro possíveis regimes de verdade nos modos de dizer do jornalismo brasileiro.

Neste tópico, retomamos a linguística da enunciação para falar das táticas acionadas na localização dos elementos relevantes no enunciado, tendo em vista que a utilização das estratégias metodológicas previstas, nas operações predicativas e enunciativas – a TOPE, torna viável a ancoragem das formas e a observação destas, em enunciados, com possibilidade

de descrição e de entendimento da enunciação. Isto porque, para a TOPE, a enunciação como “objeto corresponde a um *material verbal*, a um conjunto de formas [...] num determinado arranjo e organização; como *atividade* relativa aos que a praticam e a manifestam (em produção, compreensão), e que corresponde a uma atividade fundamental do homem” (PAILLARD; FRANCKEL; VOGÜE, 2013, p. 9).

Assim, utilizar a estratégia metodológica da TOPE é, principalmente, levar em conta a significação entre o enunciado e os sujeitos, tendo em vista que, em todo enunciado, há uma intenção de significação, mesmo que passível de desvios e ambiguidades. Nesses processos, os sujeitos são os vértices do circuito da produção e da recepção, fenômeno que explica a opção de Pinto (1994). O autor que viabilizou o acesso a TOPE em língua portuguesa designa seu trabalho como uma *Semiologia do Sujeito*. É nessa perspectiva que também se busca compreender e descrever a enunciação no jornalismo brasileiro, por meio do mapeamento das marcas linguísticas dos enunciados, verificando-se como tais marcas são utilizadas (ou modalizadas) pelos jornalistas na construção de dispositivos enunciativos que viabilizem instruções ao receptor (interlocutor) para que este refaça as mesmas operações que o emissor-jornalista (interlocutor), criando, assim, universos de referência compartilhados. Pinto (1994), tomando como base a Teoria das Operações Predicativas e Enunciativas, descreve os princípios teórico-epistemológicos de sua tese aos quais ele designa de postulados.

O primeiro postulado, *semiose infinita*, postula que a compreensão de qualquer objeto cultural, verbal ou não verbal, tem seu sentido estabelecido em função de um cruzamento de diversas cadeias de interpretantes (Peirce) ou códigos (Barthes, Eco), cadeias (de interpretantes ou código), constituídas por uma série de objetos significantes, culturalmente relacionados, remetendo-se uns aos outros *ad infinitum*, definindo e delimitando os sentidos. Assim compreendendo, todo objeto, do ponto de vista semiológico, pode ser considerado um pacote signifiante (Verón) ou texto (Eco) – um tecido de muitos fios ou sentidos que por ele perpassam.

Vê-se que as coisas, tal qual como as conhecemos e percebemos, não possuem uma significação em si mesmas, imanente e essencial no sentido aristotélico, de caráter conceitual, a que se deu o nome de significado. Do ponto de vista estritamente materialista, não existe essa entidade abstrata chamada significado, mas sim remissivas de signifiante a significante, produzindo efeitos de sentido. Toda vez que se procuram significados, esbarra-se com outros significantes, num processo de tradução que foi chamado de semiose infinita, e mais modernamente, de intertextualidade (Kristeva, Verón) (PINTO, 1994, p.14).

Em razão, pois, da condição da semiose infinita, os objetos adquirem sentido (passam a ser itens de uma cadeia de interpretantes ou códigos, construídos pelas agências culturais (Bernstein) ou aparelhos (Althusser), registrando-se, sempre, entre estas agências, contradições e discordâncias, resultantes da estratificação social. O que resulta em sentidos contraditórios ou em ressemantização de sentidos. Essa perspectiva teórica substitui a noção idealista de signo, sobretudo, implica substituir o princípio da linearidade do significante (Saussure) pela ideia de um significante disseminado (Derrida). Dessa maneira, as relações entre diferentes textos, contíguos ou não; ausentes ou presentes, valem tanto ou mais, no processo de produção de sentido, do que a sucessão de signos estruturalmente organizados de acordo com a tradicional análise de texto com base linguística. Depreende-se, por fim, do postulado *semiose infinita*, a recusa de qualquer teoria ou método semiológico que seja fundado basicamente na transcrição normatizante da cadeia sintagmática em categorias simbólicas padronizadas de natureza semântica e/ou sintáticas.

O segundo postulado é *a economia política do significante*, princípio segundo o qual nada acede à condição de significante fora do processo de comunicação/troca, tendo em vista que todo objeto significativo é produzido num dado contexto histórico, circula no meio social e é consumido, real e simbolicamente. Tudo isso representa a situação de comunicação, isto é:

O conjunto das condições em que um objeto significativo é produzido, circula e é consumido. Essas condições deixam traços (Verón) no objeto significativo, que lhe dão determinadas características impostas pela situação e o definem como pertencentes a um determinado tipo que se denomina discurso (Foucault, Pêcheux, Verón) – designação que vem sendo aplicada mesmo que não se trate de mensagens verbais – ou registro (Halliday) - aplicável apenas a mensagens verbais. (PINTO, 1994, p. 16).

Pinto (1994), com base em Holliday (1978 apud PINTO, 1994) entende ser a situação de comunicação constituída por um campo – dado pelo assunto e pela finalidade social da comunicação – por um suporte – definido pelos papéis sociais, status e atitudes que os participantes no processo guardam uns em relação aos outros – e por um modo – caracterizado pelo canal e o veículo em uso. Por sua vez, cada uma dessas variáveis da situação impõe ao texto determinados traços de natureza léxico-gramatical e retórica que o tipificam como o discurso ou o registro exigido por aquelas condições de produção. Defende o autor que a proposta de Holliday, embora destinada a discursos em língua natural, pode ser estendida também a discursos não verbais. Ainda em relação à economia significativa, faz uma



crítica à racionalidade pragmática, sobretudo quanto a considerar que as condições de produção do discurso numa relação linear de casualidade do ponto de vista analítico, do tipo: “qualquer diferença de sentido entre dois discursos pode ser creditada às diferenças existentes nas condições de produção.” (PINTO, 1994, p. 17).

Em continuidade, o terceiro postulado de que parte Milton Pinto (1994, p.18) é a *heterogeneidade enunciativa*, que se constitui pela rejeição à unicidade do sujeito nos processos enunciativos, isto é, de que o sujeito (enunciador) é o único responsável por todas as representações verbais ou não verbais, presentes num determinado significante. Assim considerando, o autor explicita que a heterogeneidade enunciativa manifesta-se em um texto em dois planos distintos: como (1) a *polifonia (Bakhtine, Ducrot) ou a heterogeneidade mostrada (Authier)* que se caracteriza pela manifestação explícita e localizável pelo analista de uma multiplicidade de vozes (Bakhtine) citadas pelo autor empírico do texto, tendo em vista os objetivos comunicacionais; e (2) como *plural do texto (Barthes) ou heterogeneidade constitutiva (Authier)* caracterizada pela entrelaçamento de uma pluralidade de citações emigradas de outros textos pré-existentes, segundo restrições histórico-culturais sobre as quais o autor empírico do texto não tem controle racional. Para o autor,

Cabe ao semiólogo analista de discursos formular hipóteses que expliquem porque, dentro do universo de todos os textos possíveis de citação, consciente ou inconscientemente, por um determinado emissor, em determinado contexto histórico, só alguns dentre eles, bem determinados, são citados recorrentemente, no texto produzido. A explicação dessas duas formas de heterogeneidade enunciativa é uma maneira de caracterizar as condições de produção de determinado objeto significante. (PINTO, 1994, p.18).

Convém apresentar aqui uma distinção entre o *autor empírico do texto* e o *sujeito do enunciado*. De acordo com Pinto (1994), o *autor empírico* caracteriza-se como um indivíduo que produziu fisicamente o texto, já o *sujeito do enunciado* constitui-se como o narrador (em textos narrativos) ou emissor representado em textos verbais, um ser que é representável no próprio enunciado. Comumente autor empírico e sujeito do enunciado coincidem, mas em alguns casos se faz necessária a distinção, tendo em vista que o emissor ou autor empírico de um texto pode colocar em cena um ou mais enunciadores (Ducrot). O conjunto de enunciadores com os quais o emissor – o significante eu de um texto – se identifica define sua

imagem ou lugar enunciativo, que é o sentido que o próprio emissor reivindica para si mesmo com o texto, e que é costume denominar sujeito da enunciação (Benveniste).

Discorreu-se aqui sobre as bases epistemológicas em que Pinto (1994) assentou o seu trabalho, tomando como aporte teórica a TOPE, uma teoria que se filia à linguística da enunciação, como se vem apresentando, nesse trabalho. Pensa-se, porém, com Cumpri (2012, p. 25) que, embora se delimitem algumas fronteiras entre as diversas abordagens da linguística, não há autonomia teórica em seus tratados, havendo, isto sim, muitos tangenciamentos entre suas tênues fronteiras. Tal ocorre no escopo teórico deste trabalho, principalmente, na seção 2.1.3.1 que trata das questões sobre a linguagem. A delimitação, contudo, atende à necessidade de uma clareza didática e de um caminhar com menos flancos abertos na metodologia. Nesse sentido, convém explicar a opção por trabalhar a teoria da enunciação em “terceira mão”, ou seja, chegou-se a Culioli (1990, 1999a, 1999b) e suas operações predicativas e enunciativas por meio de Milton Pinto, em razão da aplicação da TOPE à Língua Portuguesa e pela dificuldade de acesso ao pensamento instigante de Culioli (1990, 1999a, 1999b). Registra-se, inclusive, a raridade de traduções desse autor no Brasil. É, pois, nesta perspectiva que se passa a descrever as operações enunciativas.

#### 2.1.6.1 As operações predicativas e enunciativas em língua portuguesa

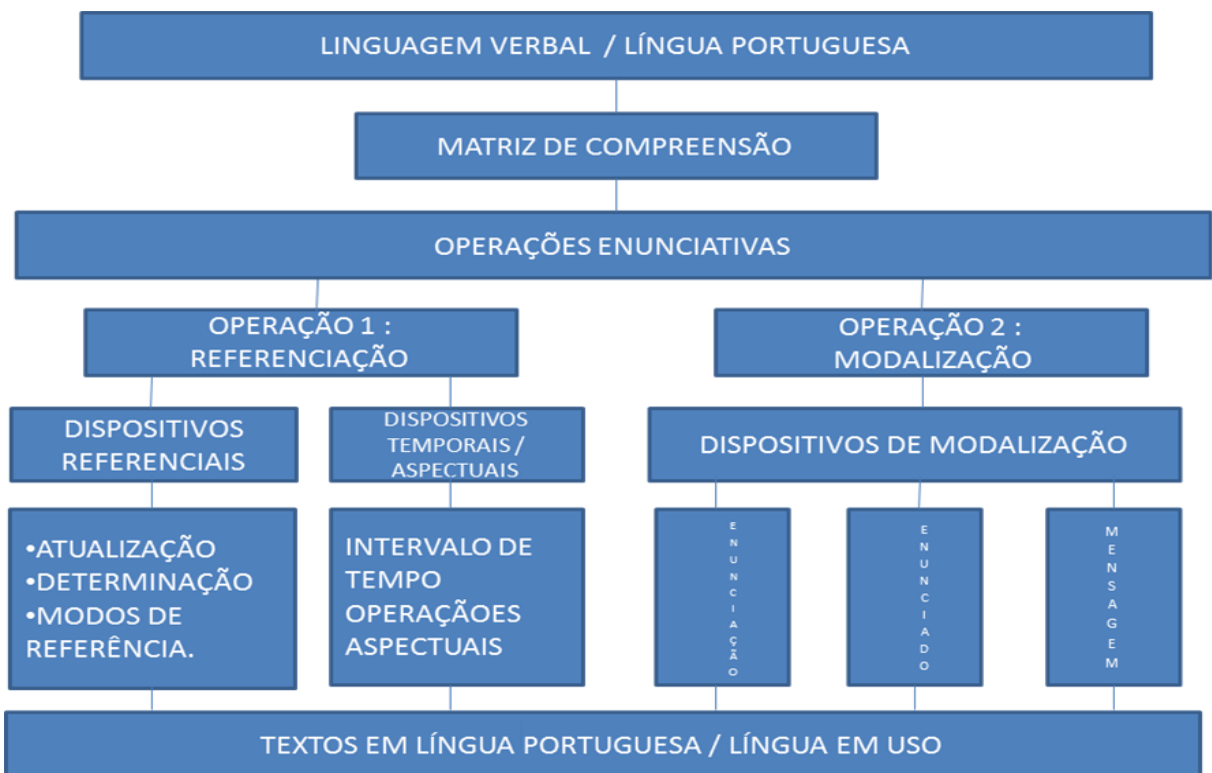
Partindo dos postulados que dão base epistemológica ao seu trabalho, Pinto (1994) racionaliza e operacionaliza uma descrição dos dispositivos da Língua Portuguesa. O autor explicita as marcas léxico-gramaticais que funcionam como instruções para o receptor refazer as mesmas operações feitas pelo emissor e, assim, criar universos de referência partilhados. Destacam-se, na metodologia, as descrições dos dispositivos acionados pelos usuários da língua para realizar *as operações enunciativas* por meio das quais se efetivam os atos de comunicação. Operações que resultam de uma atividade cooperativa entre dois sujeitos, orientada para a realização de objetivos que, pelo hábito, não precisam estar totalmente conscientes para os sujeitos e que pode, evidentemente, incluir a não cooperação entre eles como certas situações lúdicas e aberrantes. De acordo com Pinto (1994), dois são os objetivos primários das operações enunciativas:

1- *Criar universos de referência* a serem compartilhados entre emissores e receptores, *a referenciação*. Este processo se realiza na língua por meio do acionamento de dois dispositivos: a) *Dispositivos referenciais* em operações de (*atualização; determinação*); e

*modos de referência*) e b) *Dispositivos temporais e aspectuais* em operações de (*intervalo de tempo; ancoragem e aspectuais*). Pela referência, a linguagem permite dizer algo do mundo. É, portanto, pelos *dispositivos referenciais*, que se pode compreender como se formulam os enunciados, as construções linguísticas que povoam o universo do discurso de seres e/ou objetos aos quais se faz referência, dos quais se diz alguma coisa. Já os dispositivos temporais e aspectuais respondem a como, ao falar ou escrever, ordenamos o enunciado em relação a uma origem convencional de tempo e de intervalos de tempo, mediante categorias como duração, frequência, fase, etc.

2-Criar e/ou reproduzir relações de poder, pelo exercício da linguagem, entre emissor e receptor. A operação, designada de *regulação*, realiza-se pelo acionamento dos *dispositivos de modalização* em operações de modalização (*da enunciação; do enunciado e da mensagem*). Por meio destes dispositivos, observam-se as diferenças de saber e poder entre emissor e receptor, tornando-se possível ao emissor: (a) *projetar o tipo de interação que deseja estabelecer com o receptor e, por intermédio, sobre o mundo*; (b) *tornar públicas posições sobre os estados de coisas descritos em seus enunciados relativos a critérios de verdade e de valor*; e (c) *criar sequências de enunciados (textos) adaptados aos objetivos (a) e (b)* (PINTO, 1994, p. 81). Ilustram-se as operações enunciativas em Língua Portuguesa na Figura 4.

Figura 4 – Operações enunciativas



Fonte: Elaborado pela autora. (2014)

Na Figura 4, demonstra-se que, do arquivo da língua a que o falante tem acesso, no caso a da Língua Portuguesa, o usuário da língua (enunciador/emissor), a partir de uma matriz de compreensão, realiza operações enunciativas, tendo em vista dois objetivos primários: a referenciação (operação 1) e a modalização/regulação (operação 2). É, pois, pela concretização desses objetivos que se constroem os textos em línguas naturais, no caso, a Língua Portuguesa. É imprescindível esclarecer que, embora o gráfico esteja disposto em forma de fluxograma, pressupondo certa hierarquização, esta existe apenas em relação à operação de construção das matrizes (origem de todo o processo). Os demais processos ocorrem em sincronidade, não havendo como determinar a precedência de um movimento sobre outro.

Do exposto, pode-se afirmar que as operações enunciativas realizam movimentos em dimensões linguísticas que se interpenetram. Indissociáveis, dessa maneira, no ato da comunicação. Têm, porém, objetivos diferentes, podendo o pesquisador separar tais dimensões, visando à análise metalinguística. Assim compreendendo, nesta pesquisa, a análise das narrativas noticiosas detêm-se no segundo objetivo das operações enunciativas: *criar e/ou reproduzir relações de poder*, pelo exercício da linguagem, entre emissor e

receptor, tendo em vista a natureza, a lógica e os objetivos da linguagem jornalística. Necessário se faz esclarecer, porém, que a remissão aos dispositivos referenciais faz parte das estratégias metodológicas, uma vez que todo o processo de construção linguística tem origem nos dispositivos referenciais, contudo, reafirma-se, não é o foco deste trabalho.

A respeito dos dispositivos referenciais, em razão da indissociabilidade dos objetivos primários das operações enunciativas, considera-se conveniente realizar uma descrição conceitual sobre tais dispositivos. É importante assinalar que, nas línguas naturais, são estes dispositivos que possibilitam entender, nos enunciados, as construções linguísticas que povoam o universo do discurso de seres e/ou objetos aos quais se faz referência, dos quais se diz alguma coisa. Tudo isso ocorre a partir de uma *matriz de compreensão*, que é um objeto abstrato constituído por um certo número de *noções*, representadas por palavras da língua, das quais uma é o *relacionador* e tem a função de interligar as demais. Vale destacar que noção e matriz de compreensão são conceitos fundamentais para a linguística da enunciação, por isso convém explicitá-los. Assim, do ponto de vista semântico-estrutural, localiza-se uma matriz de compreensão de um enunciado quando se retiram todos os elementos morfossintáticos responsáveis pela ordenação e relacionamento interno de seus constituintes. O resultado é um ou mais conjuntos de palavras da língua que guardam entre si certas relações semânticas. Por exemplo, na frase: *Em debate, Aécio e Dilma desistem de ataques pessoais* (FOLHA DE SÃO PAULO, 20 de outubro de 2014, 1º caderno) representa-se a matriz de compreensão correspondente pelo conjunto de noções entre os sinais [e]; entre eles, a palavra que aparece sublinhada tem função de relacionador. [Aécio, Dilma, desistir, ataques] e [ataques pessoais]. Duas noções, portanto, constituem esse enunciado.

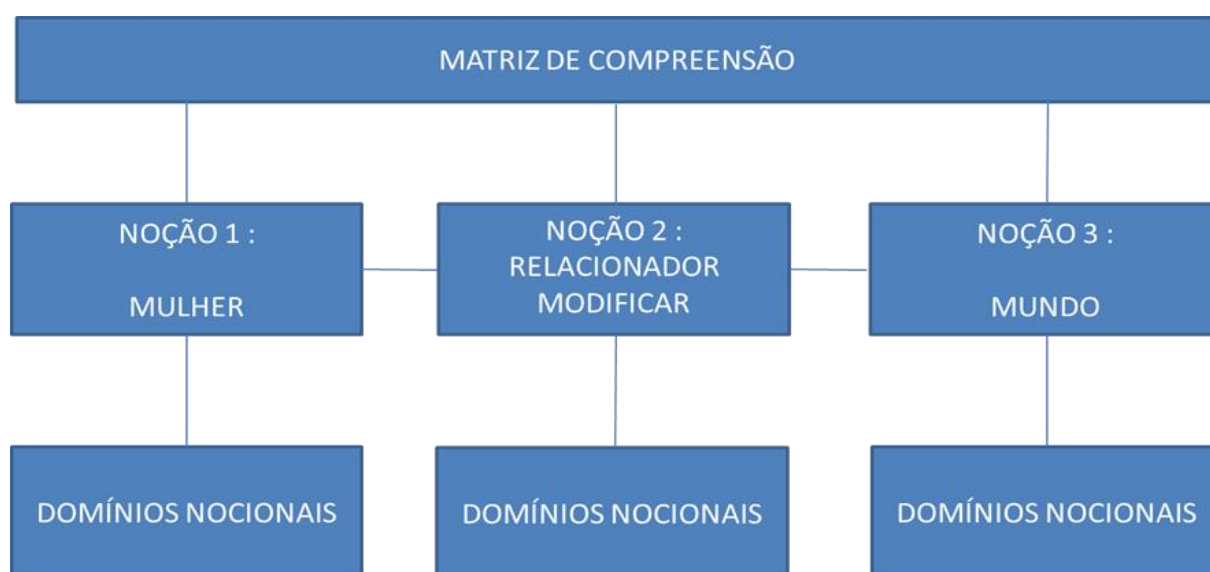
A ilustração possibilita entender que *noção* e *matriz* desenvolvem uma relação de pertinência (uma categoria bastante utilizada pela Matemática para designar uma relação entre elemento e conjunto). Para melhor entendimento, noção é um conceito que, segundo Cumpri (2010, p. 2), refere-se a uma propriedade representacional das experiências físicas, culturais e mentais que, embora não seja sinônimo de uma unidade lexical, é uma ocorrência das atividades mentais que é identificável no e pelo material linguístico.

Noção pode assim ser descrita enquanto um conceito que se refere ao nível das representações mentais, isto é, ao nível das representações que não são acessíveis diretamente. Trata-se também de uma propriedade situada na articulação do linguístico (e porque não dizer metalinguístico) e do extralinguístico em nível de representação híbrida. Assim, se diferenciarmos um cachorro de um lobo por meio da oposição do ‘viver em casas’ versus

‘viver em florestas’, estaremos construindo uma noção. (CUMPRI, 2010, p.2).

No enunciado, a noção é representável pelo que a lógica chama de predicado e que, na língua, manifesta-se por meio de palavras pertencentes às classes gramaticais dos nomes (substantivos, adjetivos e outros qualificativos), verbos, exceto os verbos de ligação, que são apenas marcas de operações aspectuais de ancoragem temporal e/ou modalização e preposições (em alguns casos). Do ponto de vista qualitativo, toda noção deve ser considerada como uma unidade cultural, um sistema complexo de representações constituído a partir de um feixe de propriedades empíricas observáveis e/ou características culturais admitidas. Por exemplo, a noção mulher reúne o feixe de propriedades “ser humano”, “adulto”, “sexo feminino”, “objeto sexual”, etc. Ao conjunto de características e propriedades reunidos por uma noção dá-se o nome de *intensão*. A Figura 5 representa a matriz de compreensão do enunciado *a mulher modificou o mundo*

Figura 5 – Matriz de compreensão



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

É importante reafirmar que toda noção projeta um domínio nocional. Este, por sua vez, tem um *interior/protótipo* que são ocorrências de individualizações e identificações a que se denomina *intensão* e um *exterior* que é complemento linguístico do seu interior chamado de *extensão*. Em Português e, em muitas outras línguas, as operações de quantificação/caracterização (domínio exterior ou extensão) levam a quatro grandes

categorias de domínios e de predicadores substantivos (PINTO, 1994, p. 27): *quantificáveis por cardinais ou contáveis* (um, dois, três livros, muitas ou poucas pessoas); *quantificáveis por cotas ou densos por expressões de caráter partitivo* (um pedaço de bolo, um pouco de pão); *intensificáveis ou graduáveis que se reportam a seres contínuos abstratos que admitem uma graduação de intensidade, mas não de quantificação* (um pouco de saudade, pouco brilho, muita felicidade); *não quantificáveis e não intensificáveis que se reportam a seres contínuos, abstratos, insecáveis* (brancura da neve, dureza da pedra, leveza do ser).

Ainda sobre os dispositivos referenciais, importa acrescentar que, ao se escolher, num enunciado, uma matriz de compreensão, o relacionador e, conseqüentemente, o número e a função das noções, o emissor fixa o tipo de estado de coisas a que vai aludir. A esse processo se dá o nome de *operação de atualização*. Representa, portanto, uma tomada em consideração das noções que irão compor a matriz de compreensão na escolha do relacionador. Estas operações manifestam-se em *valores aspectuais*, uma operação de natureza semântica que acompanha a atualização da matriz de compreensão, de acordo com os efeitos de sentido que o emissor deseja produzir, ligados ao modo como o estado das coisas vai ser construído pelo enunciado e se desenrola no tempo.

Por meio da atualização, as entidades que participam do enunciado (actantes ou circunstantes<sup>25</sup>) podem mudar de estado, de posição, de lugar, de características, de modo de agir, durante o intervalo de tempo em que esses estados de coisas ocorrem em um dado fazer físico ou psíquico. De acordo com essas possibilidades, os enunciados podem apresentar valor aspectual estativo (nada se altera com o actante) ou aspectual incoativo (ocorrem mudanças com o actante, tornando-se recipiente ou experienciador) e ainda valor aspectual causativo (com actante causador). É importante assinalar que, pela atualização da matriz de compreensão, chega-se ao fenômeno denominado de *tipologia dos estados das coisas* que estabelece e produz diferentes tipos de enunciados.

Ainda no processo de referência, registram-se as operações de *determinação*. De natureza lógico-semântica, é o processo, provavelmente de universais linguísticas, realizado pelo emissor e reconstituído pelo receptor no ato da interpretação. A *determinação* ocorre pela *atualização*; pela *extração*; pela *indicação*; pela *totalização* e pela *identificação*.

---

<sup>25</sup> O termo actante aplica-se a uma gama de complementos do verbo, na gramática tradicional, classificam-se como objeto direto e indireto e complemento nominal. Já circunstante é um termo que designa alguns adjuntos adverbiais, ainda na gramática tradicional. São termos que exprimem ideia de tempo, lugar, modo, etc. ([www.maxwell.vrac.puc-rio.br/10437/10437\\_4.PDF](http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/10437/10437_4.PDF)). Acesso em: 14 nov. 2014

*Atualização* é a primeira operação referencial, é constituição das matrizes de compreensão, a partir das quais o enunciado será derivado. Podem ser de natureza simples ou noções compostas. Significa que o emissor apresenta algumas noções ao receptor que servem de guia para o universo de referência. A operação de atualização pode ser feita só com o domínio nocional interior (intensão) ou com o domínio nocional exterior (extensão).

Já a *extração* é realizada sempre por um sintagma nominal indefinido, que ocorre em operações (domínio nocional) de extensão, quantificáveis ou caracterizáveis. A *indicação* também quantifica e caracteriza, porém por meio de sintagmas nominais definidos. Por sua vez, a *totalização* é uma operação que ocorre depois de uma extração ou de uma indicação, para percorrer o subconjunto ou a cota extraída da noção. Por fim, a *identificação* que se refere ao uso do nome próprio pelo emissor. O nome próprio funciona como indicador absoluto bem como os pronomes pessoais da primeira e da segunda pessoa. Completando os processos ligados aos dispositivos referenciais, têm-se os dispositivos *modos de referência*. Tais dispositivos dão conta da cadeia da fala e da escrita responsável por tornar um texto coerente. "Isto é, um texto que postula um universo de referência não contraditório, em que os seres ou objetos referidos permanecem iguais a si mesmos até o final" (PINTO, 1994, p. 44). No tocante à coerência, o autor assim se posiciona:

Num texto coerente, precisamos assim introduzir, trazer à cena os seres ou objetos de que vamos falar e continuar a nos referir a eles até o ponto final. Fazemos isso com a utilização de uma sequência (isto é, de um conjunto ordenado) de operações de determinação. Em cada caso, o tipo, o número e a ordem das operações aplicadas é diferente, produzindo modos diversos de se fazer referência.

[...]

Podemos ainda, principalmente no início de um texto, assumir certas referências como previamente dadas pelo contexto cultural e, portanto, uma ou mais operações como já realizadas anteriormente, o que equivale a se considerar a cultura como um repertório de textos já construídos, dentro do processo que alguns denominam de intertextualidade (PINTO, 1994, p.44).

Por sua vez, os modos de referência realizam-se por meio de sintagmas referenciais<sup>26</sup>. Estas se classificam em: *referência constante e variável; referência absoluta e relativa; referência dêitica e cotextual; marcadores de coesão e relação; equação: anáfora e*

<sup>26</sup> Tanto o sintagma referencial quanto o não referencial são constituídos por nomes. Os não referenciais são representados por nomes próprios, sintagmas nominais não introduzidos por artigo ou qualquer outro determinante, só ocorrendo a atualização e não há pré-construídos que os referenciem. Também os sintagmas referenciados por um verbo de ligação com determinantes antecedidos de artigos ou determinantes, quando estes podem ser suprimidos sem alteração (Maria parece (um) homem). Já os sintagmas referenciais são os sintagmas que sofrem as operações de determinação ou que o contexto cultural dê a referência como culturalmente dada. (PINTO, 1994, p. 46).



*catáfora; referência e adjetivação.* Na referência constante, o emissor já conhece, da situação ou do contexto, o (s) ser (es) ou objeto (s) aos quais se refere. Nesse caso, as operações de *determinação* têm a função de orientar o receptor para tomá-lo (s) em consideração. Na referência variável, o emissor apenas faz hipótese, apresentada como falsa no momento da enunciação ou cuja validação é tomada em suspense, de que ele (s) exista (m) no universo de discurso em questão. Uma referência variável é feita utilizando-se sintagmas, definidos ou indefinidos, mas certas características semânticas e morfossintáticas do enunciado devem ser levadas em consideração na interpretação.

Em continuação, se a referência constante for introduzida de modo independente em relação aos demais elementos ou cotas até então referidos ou a referir, tem-se a referência *absoluta*. Se for ancorada pelo emissor a referências anteriores ou seguintes, é chamada *relativa*. “As referências absolutas são muito importantes em um texto, pois é por meio delas que o emissor cria ou introduz, pela primeira vez, novos elementos ou cotas no universo de discurso em questão.” (PINTO, 1994, p.48). Nesse sentido, a referência relativa ou variável, quando ancorada em elementos diretamente introduzidos no discurso, são classificados como dêiticas. Se ancorada em elementos ou referidos ou referir-se no contexto, chama-se referência cotextual. Por sua vez, a referência cotextual pode ser feita no enunciado por meio de marcadores de coesão ou de relação. Importa acrescentar que, ao utilizar os marcadores de coesão, o emissor instrui o receptor para que procure, no contexto anterior ou no que segue, um elemento linguístico que estabeleça uma relação de igualdade entre esse elemento e o marcador. Estes se tornam, então, correferenciais. Se o correferencial localiza-se antes do marcador, chama-se referência anafórica; se depois, catafórica.

Em relação aos dispositivos temporais e aspectuais, destaca-se que, como o enunciado é constituído pelo resultado de uma sequência de operações enunciativas relativas a uma ou mais matrizes de compreensão, os *dispositivos temporais* são responsáveis pelo ordenamento dos intervalos em que o estado de coisas postuladas pelo enunciado ocorrem, em relação a uma origem convencional de contagem do tempo. Já os *dispositivos aspectuais* dão conta do modo de ser interno desses intervalos de tempo. O tempo e o aspecto estão associados principalmente à forma verbal, “mas é mais conveniente pensá-los como efeitos de sentido produzidos pelo enunciado no seu todo e que utilizam diversos modos de marcação.” (PINTO, 1994, p.57). As duas categorias às vezes se confundem. Em relação aos dispositivos temporais, citam-se: *intervalo de tempo* (tempo físico e tempo semântico); *operações de ancoragem temporal de tempo semântico*, em perspectiva (*experencial, narrativa e relatada*); além dos dispositivos temporais em *tempo semântico e formas verbais*. Sobre os

dispositivos aspectuais, registram-se: a *seleção do relacionador*; a *definição de frequência e indicação de fase*.

No tema, Neves, (2012, p. 50) afirma:

Tempo e aspecto são indissociáveis, pois, ao representarmos por meio de intervalos uma situação, operamos dois espaços topológicos elementares: o do domínio nocional, que reenvia a propriedades topológicas de: interior, exterior; fronteira e o de classe de instantes, que reenvia a propriedades topológicas: aberto, fechado, compacto (Culioli, 1999c, 185) Ou seja, todo enunciado é resultado da localização de operações predicativas e enunciativas num espaço referencial, construído na e pela enunciação.

#### 2.1.6.1.1 A regulação e os dispositivos de modalização

Em continuidade à descrição das operações enunciativas, apresenta-se, neste item, a operação enunciativa *regulação* que é acionada pelos dispositivos de modalização. Importa esclarecer que, embora se tenha apresentado referenciação e regulação como duas dimensões que se interpenetram nos processos enunciativos, a regulação, como já explicitado, põe em jogo as relações interenunciativas ou, mais precisamente, pontos de vista que são posições enunciativas que instituem relações de poder entre emissor e receptor, possibilitando ao emissor: a) *agir sobre o receptor e, por mediação deste, sobre o mundo*; b) *tornar públicos seus estados interiores, compromissos e avaliações sobre os universos de referência em jogo, relativos a critérios de verdade e valor*; c) *organizar seus enunciados segundo esses interesses, criando textos*, (sequência de enunciados encadeados e adaptados aos objetivos da comunicação, conforme a e b). Movimentos que constituem as *operações de modalização*.

São exatamente estas operações que constituem referencial balizador da análise empírica deste trabalho, considerando-se que, pela via dos dispositivos de modalização da língua, teve-se acesso às lógicas de funcionamento dos discursos do/no jornalismo. Importa lembrar que se parte do princípio da existência de uma *racionalidade* ou *expertise* técnica, que organiza os procedimentos ocupacionais do jornalista, entre eles (e de forma nuclear), a escritura de textos. É, portanto, pelo dispositivo da modalização dos enunciados, que se evidenciam os conteúdos e o papel ou imagem que o emissor (sujeito da enunciação ou sujeito do dizer) assume ao produzi-lo. De igual modo, os dispositivos de modalização definem o papel ou imagem que cabe ao receptor (sujeito falado ou dito). Por sua vez, as modalidades enunciativas se subdividem em: *modalizações da enunciação*; *do enunciado* e *da mensagem*.

A respeito de modalizações de enunciação, estas são operações enunciativas que visam a atender ao objetivo comunicacional. Por meio delas, o emissor utiliza seus enunciados para realizar determinadas intenções comunicativas. São operações ritualizadas e contratadas com o receptor, constituem-se de um pacto que se estabelece entre emissor e receptor. O emissor assume papéis e propõe que o receptor assumam tantos outros, estabelecendo-se entre eles o que os filósofos da linguagem costumam dar o nome de atos de fala ou de linguagem. Trata-se de um princípio, uma relação da ordem do fazer (um tipo de ação/ato) de natureza cognitiva que se exerce em nível comunicacional – atividades mentais. Entende-se que, por meio dos movimentos de modalização, entram em jogo os dispositivos interacionais.

Nesses termos, se no enunciado o emissor realiza uma classificação, este pede ao receptor que aceite as mesmas designações para as mesmas propriedades apreendidas, fazendo-o, a sua maneira, compartilhar, conceituar e organizar o universo. Em suma, partilhar sua construção de sentido. De acordo com Pinto (1994, p. 82), a modalização da enunciação pode ser marcada diretamente, no interior de um enunciado, pelo emprego de determinados itens lexicais ou construções morfossintáticas, ou ser inferida indiretamente, a partir do contraste entre o enunciado e a situação e/ou cotexto.

Ao contrário de alguns linguistas e filósofos, vou admitir que um mesmo enunciado possa ter mais de uma modalização da enunciação, assim como que um texto formado por vários enunciados possa ser modalizado globalmente, com marcas de diversas naturezas – lexicais, morfossintáticas, estilísticas, retóricas – distribuídas pelos vários enunciados ou localizados apenas em certos momentos estratégicos do seu desenvolvimento. (PINTO, 1994, p. 82).

Por exemplo, no enunciado: *O Nordeste não é do PT – cientista político diz que o eleitor desfavorecido sempre tende a votar a favor do governo e que a educação é fator essencial para aumentar da qualidade política* (REVISTA VEJA, de 15 de outubro de 2014, páginas amarelas, edição 2395, nº 42) (ANEXO E), que foi usada como título de uma entrevista nas páginas amarelas da revista referida acima, ao usar um cientista para enunciar uma informação acerca do Nordeste brasileiro, da política e da educação, o emissor age para que o receptor entenda como verdadeiras as afirmações ou, no mínimo, como informações que devem ser consideradas por serem estas avalizadas por um detentor do poder de falar sobre essas questões.

Se, porém, ao contrário disso, fosse o enunciado modalizado de forma a que não estivesse mais avalizado por um cientista político, alguém que se coloca como detentor de um certo saber, mas por dois interlocutores numa discussão informal, os léxicos utilizados no enunciado seriam responsáveis por um outro tipo de modalização. Na modalização de enunciação, portanto, propõe-se ao receptor que aceite as classificações e os argumentos relativos ao universo em que estes estão inseridos.

Importa destacar que os dispositivos de modalização da enunciação subdividem-se em: *modalidades declarativas; representativas; declarativo-representativas; expressivas; compromissivas e diretivas*. As primeiras, as modalidades declarativas, são modalidades produzidas por pessoas que ocupam, nas instituições sociais, posições que lhes dão o direito, o poder, ou mesmo o dever, de falar, de produzir enunciados e textos que criam e/ou reproduzem realidade e que são aceitos por consenso da sociedade como verdadeiros. Estas modalizações consistem em criar enunciados “transparentes”, cujos conteúdos são considerados como sendo o próprio universo de referência. A emissão de um enunciado ou texto, por quem de direito e com o ritual exigido, garante por si só que os estados de coisas nele inscritos correspondam à realidade e/ou que sejam a expressão verbal da realidade que cria. Por suas especificidades, a modalidade declarativa é bastante utilizada no jornalismo, tendo em vista que, pelo uso dos discursos direto e indireto, dá-se voz a diferentes personagens, uma das estratégias de impessoalização da notícia e, ao mesmo tempo, um modo de dar credibilidade à informação.

Já nas modalidades representativas, o emissor assume perante o receptor a responsabilidade sobre a provável verdade dos estados das coisas descritos no enunciado. O emissor mostra a posição que tem sobre a verossimilhança dos estados das coisas em jogo e o tipo de controle que tem sobre eles. Coloca-se como uma espécie de avalista dos conteúdos referenciais, assumindo um certo saber sem reivindicar que está dizendo a verdade. Propõe, de certa forma, ao seu interlocutor ou uma divisão equitativa de poderes sobre o universo de referência, reconhecendo tacitamente o direito do outro de contestá-lo, ou assume um papel hierárquico inferior, submetendo-se ao seu juízo. Estas modalidades, em geral, são inferidas no contraste entre o enunciado, a situação de enunciação e o cotexto.

Por exemplo, no enunciado: *Governo adia divulgação de resultados negativos* (FOLHA DE SÃO PAULO, 23 de outubro de 2014, 1º caderno) (ANEXO F), tomando-se como contexto de enunciação a semana decisiva das eleições presidenciais, em que os dois candidatos em disputa estavam tecnicamente empatados e que a candidata Dilma Rousseff é o

governo, o emissor-jornalista-jornal assume que resultados negativos existem e que o governo manobra para não se prejudicar nas eleições.

A modalidade representativa de um enunciado ou texto pode ser diretamente marcada pelo emissor, ao produzir enunciados assertivos que se iniciam por determinadas fórmulas verbais conjugadas na primeira pessoa do singular. Mas dependendo da situação e do contexto, algumas dessas fórmulas poderão, indiretamente, ser marca de modalidade declarativa. (PINTO, 1994, p. 85).

Em continuidade, as modalidades declarativo-representativas produzem enunciados com a força de uma representação (o emissor com fé pública para dizer) ao mesmo tempo em que tais enunciados ambicionam a transparência e a verdade. O emissor, ao representar o papel de quem procura explicitamente assumir a responsabilidade sobre a verdade dos estados das coisas que descreve, utiliza essa explicitação como uma forma estratégica de ter a “última palavra” (ter naquele momento o poder de produzir enunciados que são a expressão da realidade, negando esse poder ao interlocutor).

As declarações-representativas aparecem assim como uma tentativa de os emissores controlarem, pelo uso da fala, a relação social que mantém com seus interlocutores. Mas se, depois da palavra aceita, o emissor for apanhado em mentira, isso lhe poderá ser cobrado pelo receptor. [...] Os enunciados com modalidade declarativo-representativa têm sempre forma de uma representação, tendendo para uma impessoalização, como se o emissor estivesse diluindo sua responsabilidade sob a aparência de uma evidência comum a muitos, cabendo ao receptor, pelo seu reconhecimento, validá-los como declarações. (PINTO, 1994, p. 87).

Por sua vez, nas modalidades expressivas, os enunciados mostram a intenção que o emissor tem de exprimir afetividade ou juízos de valor relativos aos estados de coisas descritos ou a qualquer das entidades deles participantes. Dessa maneira, ao realizar um enunciado expressivo, o emissor espera que, pela sua aceitação, o receptor autentique os sentimentos ou os valores que foram expressos perante o corpo social, pelo uso de palavras e locuções pelas quais se exprimem afetividade e/ou valores. Assim, as expressões de afetividade, ao mesmo tempo que são usadas para descrever estados de coisas e entidades deles participantes, tornam explícita uma reação emocional do sujeito da enunciação relativa aos estados de coisas descritos ou a seus participantes. Os juízos de valor, igualmente, são usados na descrição de estados de coisas e seus participantes, atribuindo a uns e outros uma avaliação moral, estética, prática, etc. No que se refere às modalidades compromissivas, nos enunciados e/ou textos que apresentam esta modalidade, o emissor assume perante o receptor

o papel de quem se obriga, em algum momento no futuro, a tornar verdadeiros, por sua iniciativa, os estados de coisas ali expressos. Um texto compromissivo é a tradução de vários graus de poder e controle que o emissor pretende ter sobre a determinação de um estado de coisas futuro. Um texto compromissivo funciona sempre como instrumento de sedução ou de ameaça, pelo qual o emissor busca, persuasivamente, a simpatia, a benevolência, a aprovação, ou a adesão do receptor a algum objetivo.

O papel ritual do receptor é, nesse caso, bastante semelhante ao receptor de um enunciado expressivo: cabe-lhe, por sua aceitação, avaliar socialmente o compromisso feito, mas com uma diferença muito significativa. O compromisso que o emissor assume por seu enunciado ou texto vai ao encontro dos interesses ou desejos do receptor, ou os contraria, e dessa forma esse, ao aceitá-lo, está também conferindo fé pública às palavras do outro. Isso significa que o poder e o controle que o emissor pretendia ter sobre o estado de coisas futuro, com o qual se compromete, lhe são concedidos, mas, em contrapartida, ele fica sujeito a sanções sociais, caso não honre o compromisso assumido. (PINTO, 1994, p. 91).

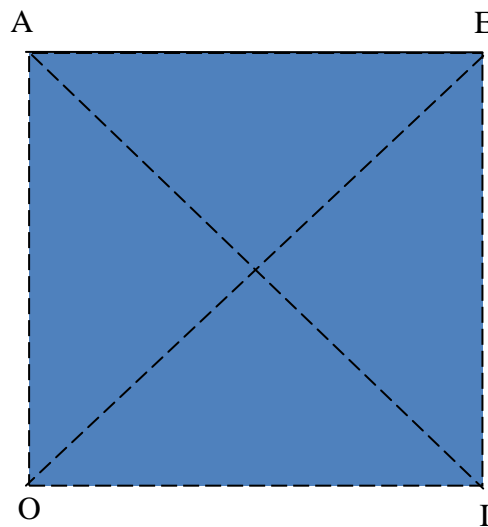
Quanto às modalizações diretivas, estas são modalizações que visam a fazer com o receptor tenha um comportamento expresso pelo estado de coisas ao qual nele se faz alusão. O uso dessa modalidade é fortemente dependente das relações de status e familiaridade reconhecidas ou propostas pelo emissor como existentes entre ele e seu interlocutor na situação de comunicação em curso. Por sua vez, o receptor, pela aceitação de seu papel, confirma a validade social delas. Os tipos de modalidade diretiva distribuem-se assim numa hierarquia, em que, à medida que decresce o poder de imposição detido ou pretendido pelo emissor, aumenta o arbítrio do receptor, e que vai da expressão da ordem, aos requerimentos e pedidos, à sugestão, ao conselho, aos pedidos de informação e à interpelação, pura e simples.

Pelo que se deduz do levantamento sobre as características das modalizações relativas à enunciação é que, se as modalizações da enunciação colmatam-se para além do código em dispositivos interacionais, a modalização do enunciado é a operação enunciativa que explicita o valor que o emissor atribui aos estados de coisas que descreve ou alude em seus enunciados, tais como: valor de *factualidade*, de *aparência*, de *necessidade*, de *possibilidade*, de *certeza*, de *plausibilidade*, de *obrigação*, de *liberdade*, de *adesão efetiva* e/ou *intelectual*, de *atração*, etc. Nesse sentido convém explicar que duas são as alternativas de que o emissor dispõe para incidência de modalizar a enunciação, no enunciado: o *dicto e o re*. No primeiro caso, a modalidade refere-se a todo o enunciado e indica o estado de coisas que incide sobre ele. É exercida pelo sujeito da enunciação que modifica o seu dizer em uso,

como na frase: “É possível que Pedro venha amanhã aqui”. Já a incidência do *re* só ocorre no predicado, como se os seres aos quais o sintagma nominal sujeito se refere existissem no universo referencial de modo independente do dizer do sujeito da enunciação. Este descreve apenas a probabilidade de a propriedade ou processo que descreve no predicado aplicar-se ao indivíduo referido pelo sujeito, como na frase “Pedro pode vir amanhã aqui”. “A modalidade modifica o ser ou o fazer do sujeito do enunciado e parece ser controlada por ele, embora esteja realmente sob controle do sujeito da enunciação.” (PINTO, 1994, p. 98).

Destaca-se que as modalizações do enunciado se constituem por meio de relações lógico-semânticas. Por essa razão, os valores probabilísticos que uma modalidade do enunciado pode assumir têm sido estruturados, segundo o modelo de relações lógicas proposto pela filosofia grega para os quantificadores, no quadrado semiótico, valores e possibilidades que se determinam no enunciado, conforme figura abaixo:

**Figura 6 – Quadrado semiótico**



Fonte: PINTO, 1994, p. 99

Na figura, um quadrado cujos lados e diagonais correspondem, dois a dois, a tipos determinados de relações lógico-semânticas, estão inscritas etiquetas metalinguísticas do vocabulário de uma língua. As diferentes posições que ocupam ilustram a estrutura lógica subjacente a qualquer categoria semântica lexicalizada por uma língua natural, ou atualizada num texto. Embora fazendo parte do léxico da língua, essas categorias indicam apenas os valores que determinada categoria (no caso a categoria modalidade) pode assumir e não a

maneira como sua atualização será marcada no enunciado. São as seguintes as relações lógico-semânticas indicadas no quadrado semiótico: *A* e *E*, de um lado, e *I* e *O*, de outro, são contrários ou inversos, isto é, resultam da operação de atualização dos polos opostos de um mesmo eixo semântico; *A* e *O*, numa diagonal, e *E* e *I*, numa outra, são contraditórios, isto é, *O* resulta de uma operação enunciativa de negação sobre *A*, e *I*, sobre *E*; *A* e *I*, à direita, e *E* e *O*, à esquerda, são ditos complementares, isto é, a operação de asserção de *I* pressupõe *A* (ou torna possível *A*), e a de *O* pressupõe *E* (ou torna possível *E*).

Ressalta-se que o vocabulário que cada língua utiliza para exprimir as diversas modalidades do enunciado, bem como os valores modais que podem ser atualizados num texto, não apresentam apenas as quatro possibilidades que o quadrado semiótico estrutura. Tal fato tem levado linguistas e lógicos a propor um enquadramento das relações representadas no modelo, para que ele venha incluir um maior número de posições e, conseqüentemente, amplie seu poder descritivo. Apareceram assim propostas de hexágonos lógicos, que ligam os termos *A* e *E*, de um lado e *I* e *O*, de outro, pela criação de dois termos complexos  $U = (A \text{ e/ou } E)$  e  $Y = (I \text{ e } O)$ , entre os quais se dá uma relação de contrariedade. E também de octógonos, que além dos termos complexos acima, apresentam ainda os termos (*A* e *I*) e (*E* e *O*) que guardam entre si uma relação de contrariedade.

De acordo com Pinto (1994, p. 98), os estudos das modalidades do enunciado, apesar de retomar à lógica e à gramática aristotélicas, ainda apresentam muitas falhas de natureza lógica e classificatória. Exemplifica o autor que a maior falha se refere ao fato de linguistas e lógicos tentarem separar as modalizações do enunciado e da enunciação. “As modalizações do enunciado nada mais são do que uma maior especificação, quanto a determinados modos de ocorrência probabilística, das modalizações da enunciação.” (PINTO, 1994, p. 98). Em nosso trabalho, as categorias de análise contemplam enunciação e enunciado de forma indissociável. Destaca-se que as modalizações do enunciado se constituem, por meio de relações lógico-semânticas, que se classificam em modalidades: *ônticas*; *aléticas*; *epistêmicas*; *axiológicas*. Modalidades ônticas dão conta do grau de factualidade/realidade ou grau de aparência. Por esse motivo, as modalidades ônticas se manifestam em enunciados com qualquer modalidade de enunciação. Pinto (1994, p. 102) destaca que:

Todo enunciado com modalidade enunciativa de declaração é onticamente factual: o leitor de um romance atribui a todos os enunciados que vai lendo a modalidade ôntica de contrafactualidade, pois sabe que aquilo que lê é ficção; ao ouvirmos, por exemplo, a resposta: ‘vai Chover’ que alguém dá a uma pergunta que fazemos sobre o tempo, mesmo que o enunciado não traga nenhuma marca de representação, a modalidade ôntica que a ele



atribuiremos é a aparência, pois sabemos que se trata de uma hipótese sobre o mundo empírico.”

Por sua vez, nas modalidades aléticas, o que está em jogo é a probabilidade ou possibilidade de o estado das coisas ocorrerem, em enunciados cuja enunciação é a declarativa. Já em relação às modalidades epistêmicas, estas estão presentes em enunciados em modalização de enunciações de representação e dizem respeito ao grau de certeza, credibilidade; ao grau de plausibilidade das coisas reportadas na frase. Já as modalidades deônticas constituem o processo de enunciação de modalidades diretivas e compromissivas e dizem respeito ao grau de obrigação e/ou de liberdade das coisas ou pessoas reportadas. Por sua vez, as modalidades axiológicas são responsáveis pelos valores de juízo intelectual e/ou aprovação intelectual ou adesão afetiva ou grau de atração que os conteúdos despertam, presentes em enunciação com modalização expressiva. Destaca-se das modalidades axiológicas:

Devido ao grande número de juízos intelectuais e tipos de adesão afetiva que podem ser aplicados aos estados de coisas construídos pelos enunciados de um texto, ou qualquer de seus componentes, o quadrado semiótico para as modalidades axiológicas está apresentado em uma forma muito geral, sem especificar nenhum juízo ou tipo de adesão particular. As modalidades axiológicas se atualizam em enunciados com modalização expressiva e nem sempre apresentam na língua valores lexicalizados suficientes para cobrir todas as posições do quadrado semiótico correspondente. (PINTO, 1994, p. 110).

Em continuidade à descrição das modalizações, apresentam-se as modalizações da mensagem que são operações de organização estrutural que o emissor aplica, durante o processo de produção de um enunciado, a esquemas frasais abstratos que se vão formando pela aplicação das operações enunciativas, a fim de produzir enunciados apropriados à situação e ao cotexto, isto é, que sejam considerados como textos. Três desses esquemas parecem funcionar como suporte para aplicação das operações de modalização da mensagem e, por inegável importância conceitual, já haviam recebido nomes especiais na tradição filosófica e gramatológica.

Assim, por meio de operações de modalização das mensagens, o emissor realiza a transformação dos esquemas frasais denominados de proposições, nos esquemas denominados oração; esses são em seguida transformados em sentenças (ou períodos); e, por fim, o emissor dá às sentenças a forma final de enunciados, sempre agindo de acordo com seus interesses comunicacionais, conscientes ou automatizados. A esse respeito, faz-se uma descrição desses

esquemas de organização estrutural, tendo em vista que será, a partir destes, que se vai realizar a análise dos processos enunciativos do jornalismo brasileiro. Da mensagem aos esquemas proposicionais e à identificação das modalizações enunciação/enunciado, indo ao encontro dos dispositivos interacionais da notícia.

Inicia-se pelos conceitos dos esquemas de *proposição e predicação*, os quais ocorrem quando, por meio de operações de determinação sobre uma matriz de compreensão, realiza-se uma proposição. De acordo com Azeredo (2013, p. 137), a proposição é correntemente definida como enunciado declarativo cujo conteúdo pode ser considerado verdadeiro ou falso. A proposição é, assim, uma unidade de informação que podemos julgar verdadeira ou falsa. Nela, associa-se uma expressão referencial no papel de sujeito e um comentário no papel de predicado. Predicação é, por conseguinte, a operação em que o emissor escolhe, entre componentes da proposição, aquele que vai desempenhar a função pragmática do argumento externo, base de visão ou ainda ponto de partida ou suporte da predicação e que é chamado de sujeito pela tradição gramatical, relegando aos demais a exercer a função de predicado gramatical. Essa escolha é acompanhada de outras operações, de natureza morfossintática e semântico-pragmática, que a complementam como a atribuição de voz e o acordo do predicado com o sujeito.

Por oportuno, retoma-se o termo *matriz proposicional*, o equivalente à *matriz de compreensão*, que se emprega para identificar um nível mais abstrato de representação do conteúdo da proposição. A matriz proposicional reúne as noções essenciais à estrutura conceitual (referenciação + predicação) da oração, representadas por palavras da língua, mas é desprovida de tempo. Explica Azeredo (2013, p. 137, grifo do autor) que:

Enunciados, ou orações, como *A aranha tece sua teia na árvore* e *A terra do jardim era fofa* baseiam-se, respectivamente, nas seguintes matrizes proposicionais: [*aranha, teia, árvore, tecer*] e [*terra, jardim, fofa*]. As formas sublinhadas denotam as noções que, sujeitas à temporalidade, articulam-se às restantes para realizar uma declaração sob a forma de oração. [...]

Estes três conceitos se referem a três níveis operacionais da análise: um abstrato e latente (*matriz proposicional*), um concreto e evidente (*enunciado ou frase*) e um intermediário (*oração*). A matriz proposicional reúne os itens lexicais e as respectivas categorias relacionais semânticas, mas sem a noção de tempo; a oração acrescenta as funções sintáticas e as categorias morfossintáticas, com destaque para o tempo; a frase é a unidade da instância interpessoal, ou ‘a unidade do discurso’, caracterizada por uma certa modalidade enunciativa, para a realização de um ‘ato de fala’ e, no discurso falado, pela entonação.

Feitas as considerações, passa-se a apresentar as operações de modalização da mensagem. Iniciando-se pelas operações de *proposição e predicação*. Conforme Pinto (1994, p. 112), proposição e predicação representam a primeira operação de modalização da mensagem e é de aplicação obrigatória ao se produzir qualquer enunciado. Aplicam-se, ainda, no processo, concomitantemente, as operações de ancoragem temporal de aspectualização; de modalização da enunciação e do enunciado, todas interligadas às operações de hierarquização (a ser tratada mais à frente, neste tópico). Nesses termos, o relacionador passa agora a chamar-se de predicador e o esquema frasal resultante recebe o nome de esquema predicativo.

A segunda operação obrigatória de modalização da mensagem é a topicalização que consiste na escolha do tópico, isto é, do elemento da predicação que vai começar o enunciado, ocupando a sua primeira posição estrutural e, que, no caso dos enunciados assertivos produzidos oralmente, recebe uma entonação ascendente ou prótase, em oposição ao restante. Em enunciados interrogativos e exclamativos, na ausência do que se denominará de tópico marcado (ver na sequência), essa diferença de entonação não existe. E o tópico então se confunde com a própria indicação da modalidade de enunciação como diretiva ou expressiva. De um ponto de vista pragmático, o tópico de um enunciado é o ponto de partida comunicacional que o emissor seleciona para o que vai ser dito, com vistas ao receptor, funcionando como elemento de conexão do novo enunciado à situação ou ao cotexto, quer para dar continuidade ao que já foi dito, quer para introduzir um novo tema. Desempenha assim papel fundamental no estabelecimento e manutenção da coesão e coerência de um texto.

Nesses termos, à operação de topicalização acrescenta-se a *focalização*, tendo em vista que tópico e foco são requisitos fundamentais da progressão temática de um texto. Por essa razão, *focalização* é a operação (obrigatória) de modalização da mensagem pela qual, de acordo com a situação e o cotexto, o emissor escolhe que elemento(s) da predicação vai (vão) ocupar a(s) última(s) posição (ões) estrutural (ais) do enunciado ou receber ênfase dada por processos prosódicos ou por certas construções de realce, desempenhando a função pragmática de foco de informação ou simplesmente foco. Dessa maneira, se, em um enunciado, não houver nenhum elemento enfatizado, diz-se que o foco é não marcado. Na maior parte dos enunciados, a função de foco não marcado é exercida pelo último elemento estrutural do enunciado, ou por uma parte desse que contenha esse último elemento, conforme a situação e o cotexto, podendo mesmo estender-se por todo enunciado.

Ainda sobre as modalizações do enunciado, tem-se a *impessoalização*. Esta ocorre quando, em determinados contextos, houver necessidade ou interesse do emissor em

apresentar os estados de coisas que enuncia de forma mais ou menos distanciada, em que se enfatiza a ocorrência “objetiva” deles e se omite qualquer vestígio da apresentação, como se os fatos enunciassem a si mesmos. A impessoalização é o último grau de distanciamento que se pode obter em relação à apresentação que se faz de um estado de coisas. O efeito progressivo de distanciamento, em relação à representação dos estados de coisas que constrói em seus enunciados, é conseguido pelo emissor por meio do emprego de marcas resultantes de diversas operações. Assim, pode optar entre apresentar seu enunciado como elocutivo, com marcas de primeira e segunda pessoas, mostrando claramente sua identificação com os conteúdos que estão apresentados no enunciado e, conseqüentemente, o grau máximo de adesão, ou apresentá-lo, apenas com marcas da assim chamada terceira pessoa.

Há ainda a possibilidade de as mensagens serem resultantes da operação de modalização que se caracteriza pela redução de actantes, uma operação facultativa que consiste em omitir, em um enunciado, a referência a certos actantes (seres ou coisas que participam do processo). Nos casos mais comuns, os actantes omitidos pelo emissor tornam-se desnecessários à caracterização daqueles estados de coisas, devido a sua obviedade, grande generalização e/ou indeterminação. Já a *hierarquização* é um processo que ocorre quando um emissor produz, numa situação de comunicação, referência ou alusão a mais de um estado de coisas, entre as quais o emissor estabelece determinadas relações semântico-estruturais, tornando-se necessário que o emissor distribua conteúdos no interior do enunciado segundo a relevância atribuída a cada um. Embora se constitua um processo facultativo de modalização da mensagem, esta operação é de fundamental importância quando o emissor precisa incorporar diversas proposições a um mesmo enunciado. Quatro são os modos de hierarquizar proposições em Língua Portuguesa: a *justaposição*; a *coordenação*; a *subordinação* e a *nominalização*.

A *justaposição* ocorre por meio da ordenação linear de proposições, depois de transformadas em orações, sem que se estabeleça entre elas nenhuma diferença de importância do ponto de vista informacional ou conversacional. O resultado obtido pode ser a produção de uma seqüência de enunciados independentes, ou a formação de um enunciado complexo, constituído por uma sentença composta por mais de uma oração independente. A justaposição ou não especifica o tipo de relação semântica que se dá entre as sentenças, que pode ficar mais ou menos vago, ou a especifica por meio de um conectivo de natureza adverbial. Esse segundo caso é mais comum na linguagem escrita, servindo, sobretudo, para conectar longos trechos de linguagem que podem conter os outros tipos de hierarquização.

Já a *coordenação* realiza-se por meio de uma operação de hierarquização em que se indica, às vezes de modo vago, a relação semântica que se dá entre duas ou mais proposições, transformadas em orações ou sentenças, pela utilização de conectivos que são denominados pelos gramáticos de conjunções coordenadas. Pela coordenação, tal como ocorre com a justaposição, o emissor não estabelece nenhuma relação hierárquica de natureza informacional ou conversacional entre as orações que, por esse motivo, podem fazer parte de um mesmo enunciado ou de enunciados diferentes.

A ordem linear fixada entre as orações pelo emprego da coordenação é ainda mais rígida do que a que se estabelece com a justaposição, não sendo possível, em caso algum, trocar de posição a oração introduzida pelo conectivo coordenativo. Pelo fato de garantir uma inteligibilidade mais imediata ao enunciado, a coordenação é bastante empregada na linguagem oral e em textos escritos que se destinam a um público amplo e diferenciado, como noticiários jornalísticos. (PINTO, 1994, p.129).

Ao contrário da coordenação, a *subordinação* é uma operação de hierarquização em que uma proposição se encaixa em outra, da qual passa a fazer parte, ocupando, na sentença resultante, de um ponto de vista funcional, o lugar de um sintagma nominal (orações substantivas), de um sintagma adjetival (orações adjetivas) ou de um sintagma adverbial (orações adverbiais). A proposição na qual uma ou mais subordinadas se encaixa (m), ganha, em relação a elas, uma certa dominância de natureza informacional e conversacional. E se denomina de principal.

Em conclusão às operações de modalização da mensagem, tem-se a nominalização que consiste numa operação de hierarquia em que a proposição que é encaixada em outra não recebe a forma de uma oração. Ao contrário disso, é um sintagma nominal cujo núcleo é um substantivo derivado de um predicador verbal ou adjetival. De um ponto de vista informacional e conversacional, a nominalização é a forma mais radical de hierarquização, transformando a proposição em um constituinte nominal do enunciado, sem utilização de qualquer índice de dependência como um conectivo.

### 3 A MÍDIA NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS: CONTEXTOS E VARIÁVEIS

como dizê-lo  
se a fala não tem cheiro?

por isso é que  
dizê-lo  
é não dizê-lo  
embora o diga de algum modo  
pois não cala  
(GULLAR, 2015, p.553)

Para compreender as construções jornalísticas sobre os personagens: Fernando Henrique Cardoso (FHC) e Luiz Inácio Lula da Silva (Lula), nas campanhas para presidente da República, nas quais estes foram vitoriosos, pela primeira vez, respectivamente, em 1994 e 2002, faz-se uma contextualização do processo eleitoral brasileiro, partilhando-se com Lattman-Weltman (2004, 2011) da tese de que, no último quartel do século XX, assistiu-se no Brasil à *institucionalização política dos meios de comunicação* (grifo nosso), uma concepção que vem ao encontro do entendimento de que o jornalismo é uma *instituição política* e/ou um ator político cujo discurso constitui-se de uma rede complexa de relações econômicas, políticas, sociais, culturais as quais “transbordam nos textos que denotam as escolhas que esta instituição faz, nos silenciamentos que promove, nos destaques que celebra.” (AZEVEDO; SHUEN; ZEFINHA BENTIVI, 2015, p. 4-5).

Neste capítulo, em *O Contexto e a Institucionalização Política dos Meios de Comunicação no Brasil*, retomam-se os acontecimentos que consolidaram o sistema político brasileiro contemporâneo no qual a mídia/jornalismo exerce um papel estratégico. Em continuidade, em *As eleições Presidenciais e o Modelo de Variáveis Conjunturais*, associam-se tais acontecimentos a variáveis para a compreensão do processo de disputa das eleições presidenciais, em modelo elaborado por Luttman-Weltman, (2004; 2011), *o modelo de variáveis conjunturais eleitorais*<sup>27</sup> que objetiva dar conta “de variáveis que me pareceram

<sup>27</sup> Lattman-Weltman explica que o modelo foi desenvolvido em diálogo com o modelo de Lewis-Beck & Rice (1984) e de Abramovitz (1988) quanto a variáveis da tradição empírica da ciência política americana, guardando-se as especificidades do nosso sistema político, tais como: desempenho econômico e popularidade dos governantes a que o autor acrescentou uma terceira variável: a taxa de desconto de ocupação prévia da presidência pelo partido no poder. (LUTTMAN-WELTMAN, 2011, 117).

essenciais para a compreensão do processo de disputa de nossas eleições presidenciais e, mais especificamente, do papel particular exercido nelas pelo conjunto dos nossos principais meios de comunicação de massa.” (LATTMAN-WELTMAN, 2011, p. 116). Para finalizar, em *1994 e 2002: as Circunstâncias Sociocomunicacionais de FHC e Lula*, apresentam-se os contextos que foram determinantes para a vitória destes personagens.

### 3.1 O CONTEXTO E A INSTITUIÇÃO POLÍTICA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL

Considerando-se que uma das premissas desta pesquisa é que os dispositivos de interação midiáticos (BRAGA 2016, p. 129) aportam “modificações significativas nos modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade”, realiza-se, neste item, uma contextualização dos eventos da política brasileira, relacionados ao período no qual, conforme Lattman-Weltman (2004, p. 333), a mídia atingiu “uma autêntica hegemonia narrativa em relação ao processo coletivo de dotação de sentido e construção de inteligibilidade acerca dos significados básicos de nossa experiência pública”. Na pesquisa que resultou na primeira versão do modelo reportado acima, o autor se deteve ao período entre o final do Regime Militar, passando pelo governo Sarney (1985-1989), fixando-se, contudo, nas eleições presidenciais de 1989; 1994; 1998; 2002. Já no segundo modelo, o autor deteve-se também nas eleições de 2006 e 2010 (LATTMAN-WELTMAN, 2004; 2011), um movimento que viabilizou, nesta investigação, o exercício de *desentranhamento do comunicacional*, nos espaços de interface da comunicação com a política, por meio do estudo do contexto em que a notícia foi produzida, tendo em vista que “a comunicação não se realiza em estado puro – mas como processo pertinente e incidente sobre seus contextos, e é aí que tem que ser inferida.” (BRAGA 2016, p. 131).

Desse modo, estudar o contexto – uma recomendação/ação que faz parte do Programa de Ação para o Conhecimento, proposto por Braga (2016, p. 130), como se faz neste trabalho – é, antes de tudo, assumir que, de dada situação concreta, de um mesmo contexto de ocorrências, como as eleições presidenciais, podem emergir variados e diferentes aspectos do fenômeno, em articulação com áreas de apreensão diversas, acatando-se, por conseguinte, que “há uma imbricação entre o que é propriamente comunicacional e o que é pertinente a fenômenos outros, enfocados pela área de interface.” (BRAGA, 2016, p. 131). A imbricação de que fala o autor impede a separação prévia de variáveis, uma experiência que se constatou nesta pesquisa, quando se optou por trabalhar o eminentemente comunicacional

(a partir do estudo das variáveis sobre a política brasileira), uma decisão teórico-metodológica que veio ao encontro da recomendação do autor.

Uma parte significativa do trabalho de constituição dos estudos em Comunicação deve ser justamente a realização de um desentranhamento das características comunicacionais.

[...]

Assim, sem disputa de ‘fronteiras’, o que parece pertinente, nas condições atuais do conhecimento, não é definir um âmbito exclusivo, mas sim derivar *questões e hipóteses referentes aos processos comunicacionais em diferentes contextos, para reconstruir o fenômeno em visadas transversais e, portanto, menos dependentes daquelas inserções.* (BRAGA, 2016, p. 131, grifo nosso).

Da recomendação à constatação, uma vez que, no trajeto de construção deste trabalho, as variáveis conjunturais eleitorais, designadas por Lattman-Weltman (2004, 2011) também de variáveis de conjuntura eleitoral: a) *expectativas econômicas/controlado da economia*; b) *popularidade do governo/candidatura oficial*; c) *ocupação/disputa pelo centro/ocupação do centro*; d) *posicionamento médio da mídia/timing da mídia* iluminaram o processo de análise das cenas enunciativas das notícias, possibilitando identificar os dispositivos interacionais que foram acionados pelo jornal a *Folha de São Paulo*, durante as campanhas presidenciais de 1994 e 2002 e, por meio deles, observar os processos de interação realizados pelo jornalismo, notadamente, os processos que reafirmam o jornalismo como uma instituição política. Traz-se aqui, por oportuno, que, na perspectiva da semântica do acontecimento (GUIMARÃES, 2005), o contexto da enunciação ou “o real a que o dizer se expõe ao falar dele” não é tomado como contexto e/ou situação como pensado na pragmática. Toma-se, nesta pesquisa, o contexto como “uma materialidade histórica do real” e não, pura e simplesmente, como coisas ou fatos existentes. Considera-se, pois, que “as coisas existentes são referidas enquanto significadas, e não simplesmente enquanto existentes.” (GUIMARÃES, 2010, p. 10,11).

É, portanto, invocando o contexto como uma materialidade histórica do real, um espaço de constituição histórica do sentido, a partir do qual e no qual se constituem os sujeitos do dizer, que se concebe a institucionalização política da mídia, ressalvando-se que, ao entender a mídia/o jornalismo como uma instituição política, não se adotam, nesta pesquisa, posições unilaterais e/ou antagônicas que a literatura sobre o tema registra. Em relação a tais posicionamentos, Rubim e Colling (2006, 173) identificam, por um lado, pesquisas que apontam para uma dominância da política sobre os meios de comunicação,



numa concepção puramente instrumental da mídia e, em polo oposto, pesquisadores que defendem a submissão quase total da política à mídia, postulando, inclusive, “o fim da política em uma sociedade transbordante de mídia.” (RUBIM, COLLING, 2006, p. 173). Posições antagônicas que vêm de encontro às postulações que se adotam, nesta tese, quanto à institucionalização política dos meios de comunicação (do jornalismo, em específico). Isto porque o entendimento da mídia/jornalismo como um ator político não está condicionado à permanente ausência de autonomia da mídia/jornalismo em relação à política, tampouco da política, à mídia/jornalismo. Acompanhando Rubim e Colling (2006, p. 174), entende-se que esta relação demarca-se, ora pela interdependência, ora pelo confronto, ora pela complementariedade; uma relação em que a dominância de uma sobre a outra (política e mídia) está em contínua disputa, alternando-se dinamicamente, locomovendo-se em um “campo de forças sociais que, ao reunir política e mídia, as insere em uma circunstância histórico-social mais abrangente e lhes dá sentido e poderes a esta tensa conexão porque sempre simultaneamente conflituosa e complementar.” (RUBIM; COLLING, 2006, p. 174). É inegável, porém, que:

A mídia exerce duas funções essenciais na distribuição da intenção de voto. Além da tarefa de divulgar os eventos de campanha que não são diretamente presenciados pelos eleitores, a mídia gera fatos de campanha contra os quais os candidatos precisam reagir. Mais do que isso, é que é importante destacar para os propósitos desta argumentação, a mídia pode usar critérios de noticiabilidade que terminam beneficiar determinados candidatos em detrimento dos outros, seja por aspectos quantitativos (visibilidade) ou qualitativos (valência). (BORBA, 2008, p. 307).

Eis a razão porque condicionar a existência e a legitimidade do campo político à do campo midiático e vice-versa, como se tais campos fossem instituições, permanentemente, interdependentes é desprezar o processo de constituição destas instituições, sobretudo o campo político que tem existência anterior ao campo das comunicações midiáticas. Como reflete Rubim (2001, p. 173), “independente da amplitude da presença da imprensa, as eleições, já na época moderna, podem ser caracterizadas como um ‘foro comunicativo’, no dizer de Alejandro Muñoz Alonso.” (RUBIM, 2001, p. 173). Por isso mesmo, de acordo com o autor, desde que os direitos de cidadania foram conquistados no mundo moderno, as eleições assumem o caráter de disputa comunicacional, mesmo quando inexitem mídias.

Um dos desafios mais essenciais para pensar a comunicação na atualidade, sem dúvida, diz respeito à rigorosa compreensão do lugar ocupado pela comunicação, especialmente em sua versão midiática, no mundo contemporâneo. O imprescindível tema da incidência da comunicação na sociabilidade e das modalidades de sua conexão com a contemporaneidade tem mobilizado um plural e dissonante núcleo de pensadores da atualidade. (RUBIM, 2001, p. 173-174).

Para Rubim (2001, p. 174), em que pese o reconhecimento da diversidade de concepções teóricas sobre o tema, é imprescindível investigar a sociabilidade contemporânea pelo enquadramento da comunicação, uma vez a sociedade está estruturada e “ambientada pela comunicação, especialmente em sua versão midiaticizada”. Considera-se importante relembrar, contudo, com o autor, que o reconhecimento da “circunstância sócio-comunicacional” como constituinte e constitutiva da sociabilidade, não deriva “posturas preconcebidas e fixadas acerca da predominância do poder da comunicação sobre os outros campos sociais.” (RUBIM, 2001, p. 176). Por este viés é que se pode afirmar que há deslocamentos de poder entre as instituições/os campos e/ou esferas sociais e que tais deslocamentos determinam, entre outras postulações, que não há como entender o predomínio de um campo sobre o outro; não há, por conseguinte, unilateralidade e persistência de qualquer destas esferas. Ao contrário, há “a disputa e alternância de predomínio da política ou da comunicação em situações dadas, em campo de forças determinadas” (RUBIM, 2001, p.176).

Em concordância com as ponderações do autor, nesta pesquisa, abandona-se “a tentativa de definir uma dominância, um conflito ou uma complementaridade a priori” (RUBIM, 2001 p. 176), sem obscurecer, porém, que as circunstâncias sociocomunicacionais no Brasil foram determinantes para a configuração de uma nova sociabilidade, um novo ambiente no qual as eleições diretas para presidente ocorreram, a partir de 1989, ano em que aconteceram as primeiras eleições livres para Presidência da República, após o período da Ditadura Militar. Nesse sentido, compreende-se que, enquanto o campo político, principalmente, nas campanhas eleitorais, deslocou seu eixo central de atuação das ruas para os espaços midiáticos, o campo dos media institucionalizou-se como ator político. Para Miguel (2001), a relevância política da mídia explica-se pela dupla mediação que os meios de comunicação promovem, sobretudo, a mídia eletrônica.

Sobre a dupla mediação, entende-se que, por um lado, a lógica da política (as disputas, a construção de sentidos sobre as crenças; o significado dos eventos, dos problemas, das crises políticas e da postura dos líderes) passa pela conformação da mídia. Enfim, o

acesso ao discurso político se dá, predominantemente, pela mídia. “Isto leva à adequação das estratégias políticas aos critérios midiáticos.” (MIGUEL, 2001, p. 44). Por outro lado, a mídia, notadamente o jornalismo, mas não exclusivamente este, ao eleger, de um inesgotável repertório de eventos, aqueles considerados dignos de veiculação, potencializando e/ou diminuindo a importância de fatos e agentes políticos, de conjunturas e de desdobramentos de ações desta ou daquela instituição política (inclusas e, principalmente, as agremiações partidárias, em período eleitoral), torna-se, “uma fonte essencial de fornecimento dos recursos cognitivos de que os eleitores disporão antes de fazer suas escolhas.” (MIGUEL, 2001, p. 44).

Em relação ao contexto brasileiro, o embricamento entre mídia e política, como se vem apresentando neste trabalho, faz parte da história recente do país, especificamente, do Brasil pós-ditadura e tem como emblema a eleição para presidente da República, em 1989, uma eleição que inaugura uma nova configuração da política e, concomitantemente, da mídia. Para Rubim e Colling (2006), a eleição de 1989 demarca novas fronteiras na política nacional, por “seu caráter nacional e inovador”. Os autores fazem um percurso contextual do Brasil, a partir de 1960, quando ocorreu a última eleição presidencial livre, antes da Ditadura Militar, e a primeira eleição pós-ditadura, em 1989. Nessa perspectiva, o Brasil de 1960 tinha uma população predominantemente rural; poucas estradas nacionais; precariedade dos transportes e das telecomunicações e a conseqüente falta de interação entre as regiões do país; com jornais, rádios (estes, um pouco menos) e televisão funcionando como veículos eminentemente locais. Para se ter uma ideia, as transmissões televisivas se restringiam a apenas oito capitais do país – São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Salvador, Fortaleza e Curitiba. (RUBIM; COLLING 2006, p. 171).

Continuando o percurso, 20 anos depois, o Brasil de 1980 já registrava uma população majoritariamente urbana, economicamente ativa; um país integrado por estradas, mas principalmente pelos meios de comunicação de massa, “com 235 emissoras de televisão, 25 milhões de receptores, cinco redes nacionais e 94% da população atingida pela televisão”, um quadro que só cresceu, de tal forma que “pesquisas realizadas em 1989 e 1990, com amostragem nacional, indicavam que 86% e 89% dos entrevistados, respectivamente, tomavam conhecimento dos acontecimentos políticos através da televisão.” (RUBIM, COLLING 2006, p. 171). Mudanças que, lembram os autores, deveram-se à ditadura militar que criou “alicerces para o desenvolvimento da mídia, em uma lógica de indústria cultural e,

por conseguinte, começou a conformar uma Idade Mídia<sup>28</sup> no país.” (RUBIM; COLLING, 2006, p. 169).

Sobre o tema, Wainberg (2001, p. 23) localiza as origens da política de investimento em infraestrutura, responsável pela expansão das telecomunicações na Ditadura Militar, nos estrategistas da Escola Superior de Guerra (ESG), principalmente a partir da década de 1970. Para o autor, o regime que se instituiu, com o golpe militar em 1964, adota um modelo de desenvolvimento e segurança nacional, a partir da consolidação do olhar geopolítico dos intelectuais da ESG, com início nos anos 50 do século XX, e se pauta no estatismo, no nacionalismo, na mobilização psicossocial e nas medidas de planejamento e controle. O pesquisador afirma que, além da “consciência do papel das comunicações no mundo”, os quadros do regime estavam treinados para “o desafio específico das telecomunicações (assim como os temas da energia nuclear, microeletrônica, tecnologia espacial e exploração dos mares, entre outros emergentes).” (WAINBERG 2001, p. 24, 25).

Surge, acreditamos, uma nova configuração histórico-cultural, nos termos de Darcy Ribeiro, em razão dos novos fatores que autorizam graus crescentes de integração (satelitização, ubiquidade dos meios massivos, a consolidação da indústria cultural, a incorporação de audiências antes marginalizadas, a integração simbólica como requisito geopolítico). (WAINBERG, 2001, p. 13).

Retomando-se, pois, as circunstâncias sociocomunicacionais no Brasil, responsáveis, inclusive, pelas diferenças abissais entre as eleições de 1960 e 1989, enfocadas neste item (RUBIM; COLLING, 2006, p. 171, 172), é que se pode afirmar que tais mudanças foram determinantes para a institucionalização política da mídia, no Brasil. De acordo com os autores, na campanha de 1989, a mídia, especialmente a televisão, inaugurou uma nova modalidade de interação entre a tela e a rua, tendo em vista que, se na campanha de 1960, as ruas e as praças eram os principais espaços dos eventos políticos que visavam à aproximação entre os candidatos e os eleitores; na campanha de 1989, a tela ganhou centralidade no

---

<sup>28</sup> O conceito de Rubim para caracterizar a contemporaneidade como uma sociedade estruturada e ambientada pelas mídias. “Tal compreensão não dispensa, mas, pelo contrário, exige uma atenção para com suas marcas e constrangimentos capitalistas e, inclusive, iluministas, apesar da crise de muitos de seus valores e predições”. “A combinatória de todo esse conjunto complexo de marcas essenciais aparece como indispensável para desvelar a contemporaneidade,” (RUBIM, 2000, p.30).

processo eleitoral e “passou a ser o espaço social (ainda que eletrônico) de produção de fatos político-eleitorais essenciais para a campanha.” (RUBIM; COLLING, 2006, p. 172).

Nestas circunstâncias tão distintas, as campanhas também sofreram mutações e aconteceram em formatos muito diferenciados. Em 1960, ela se pautou pelos espaços geográficos, apesar das dificuldades e das dimensões continentais do país: comícios, caravanas, contato direto com os eleitores marcavam as campanhas presidenciais de Jânio Quadros e Henrique Lott. A disputa eleitoral se fazia centralmente nas ruas e praças. A precária mídia de então, com o rádio, principalmente, a imprensa escrita à frente, apenas noticiava e realizava cobertura jornalística da campanha primordialmente acontecida nos espaços geográficos. Inexistia o horário eleitoral de propaganda gratuita nos meios eletrônicos e a propaganda eleitoral paga era aceita nos meios impressos.

[...] Já em 1989, o horário eleitoral gratuito tornou-se a vedete e o eixo da campanha, associado às pesquisas, ao marketing e aos debates eleitorais. Os comícios, as passeatas, as caravanas, as carreatas e o contato direto com eleitores também aconteceram, mas agora em outra conjunção de formatos e sentidos. (RUBIM; COLLING, 2006, p. 172).

Essa conjunção de formatos e sentidos acabou por ser determinante na campanha de 1989, tendo em vista que os fatos midiáticos tomaram autonomia em relação aos acontecimentos das ruas, tornando-se essenciais e definidores do pleito, inaugurando, por sua vez, uma nova forma de relação entre a mídia e a política. Um pensamento convergente com os estudos realizados por Lattman-Weltman (2004; 2011). O pesquisador, partindo da identificação de uma profunda transformação operada na sociedade brasileira, na segunda metade do século XX, da qual um dos aspectos mais significativos foi o processo massivo de midiaticização, afirma que, paralelo às mudanças demográficas e econômicas, engendrou-se no Brasil um dos maiores e mais competitivos mercados de comunicação de massa. Assim, no processo de urbanização do país, concomitantemente aos movimentos de migração do campo para a cidade, as massas brasileiras foram incorporadas ao consumo midiático, sobretudo durante o Regime Militar, quando o Estado impulsionou, de modo significativo e determinante, a incorporação dos indivíduos ao consumo midiático.

Com efeito, mesmo uma análise superficial dos eventos de maior impacto político e capacidade de mobilização popular ocorridos nas últimas décadas do século não deixam dúvida quanto ao papel-chave neles exercido pelas mídias. Pense-se, por exemplo, nas campanhas eleitorais, via Horário Eleitoral Gratuito, dos anos 1970 – com as importantes vitórias do partido da oposição – a primeira eleição direta para governadores, em 1982, a campanha das Diretas Já, em 1984 e a mobilização em torno do candidato da Aliança Democrática, os planos econômicos de combate à inflação, a Assembléia Nacional Constituinte, as eleições presidenciais, o *impeachment*

de Collor, as diversas Comissões Parlamentares de Inquérito (CPIs). A lista parece realmente interminável. (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 316).

Lattman-Weltman (2004) parte desse contexto e o enquadra, em eixos temáticos, momentos que foram, no recorte temporal estudado pelo pesquisador, cruciais para a construção/consolidação do sistema político brasileiro: o primeiro, denominado pelo autor de *construtivismo democratizante*, refere-se aos dois anos que antecederam a criação da Nova República (nome dado ao primeiro governo civil, após a ditadura militar) e se estende até a promulgação da nova Constituição, em 1988; as eleições municipais deste mesmo ano e o início da campanha eleitoral para a sucessão presidencial, em 1989. Para o pesquisador, neste período, “a nova sociedade, que emergiu das profundas transformações verificadas ao longo do regime militar, avançou e ocupou os espaços que se abriram politicamente, inscrevendo sua marca na própria Constituição.” (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p.316). Esta fase, ainda acompanhando o autor, demarca-se pela crença de que a política regenera o social.

Este segundo momento desdobra-se em três eixos: *o político-institucional*<sup>29</sup> que se concretiza na eleição direta para a presidência da República; *o social-estrutural*<sup>30</sup> que se institui, por um lado, pelo desenvolvimento de novos parâmetros de sociabilidade, decorrência das conquistas da nova Constituição e, por outro lado, pela agudização da crise econômica o que faz surgir, no espaço público, o embate e a polarização entre os defensores das garantias de direitos e/ou prerrogativas e “projetos de imposição de um novo « pacto social », com a clara ascendência e busca de controle por parte das elites.” (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 317). Para o autor, este é o momento que se configura também e, em simultâneo com os eixos anteriores, pela crítica moralista e/ou tecnicista da política, resultando no eixo denominado de *construtivismo restaurador e excludente*<sup>31</sup> que se caracteriza pela defesa de que a política emperra o econômico e/ou o social, via mercado.

Em resumo, o segundo momento, marcado por eixos diferentes, porém convergentes, em muitos aspectos, iniciou-se com a campanha e posterior vitória de Fernando Collor de Mello, em 1989; atingiu “seu ápice na vitória de Fernando Henrique Cardoso (FHC), em 1994; prosseguiu com a reeleição de FHC, em 1998, tomando um novo rumo e assumindo novos significados, contudo, com a vitória de Luiz Inácio Lula da Silva em 2002.” (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 317). O autor defende que os acontecimentos políticos, nesta fase da política brasileira, configuraram-se num aprendizado político por parte das elites brasileiras e também por setores mais amplos da sociedade, com a contribuição decisiva da mídia, “alterando, inclusive, a natureza e a magnitude das variáveis condicionantes da política”. É, portanto, com base neste contexto que se caracteriza pelo desenvolvimento na política de eixos ou dimensões: político-

---

<sup>29</sup> O eixo político-institucional passou por realinhamentos impostos pela intervenção de uma variável-chave: a eleição direta para presidente da República e a incorporação do elemento simbólico e ideológico nos cálculos políticos. (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 316).

<sup>30</sup> O eixo social-estrutural foi marcado por um processo de reação e rearticulação dos interesses dominantes em função dos novos parâmetros de sociabilidade definidos pela constituição, da persistência da crise econômica e do aprendizado com relação aos fracassos da política econômica do período Sarney. (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 317).

<sup>31</sup> O eixo construtivismo restaurador e excludente, cronologicamente, inicia-se com a conformação da agenda de campanha e da economia simbólica que presidiu (e permitiu) a vitória de Fernando Collor de Mello, nas eleições de 1989, explicitou-se ao longo do seu governo e do seu sucessor e prosseguiu até a eleição de Luiz Inácio Lula da Silva, em 2002. Configura-se, através da observação destes acontecimentos, a hipótese acerca de um específico aprendizado político, em primeiro lugar por parte das elites brasileiras e, em seguida, por setores mais amplos da sociedade, aprendizado que teria se processado à luz daqueles surpreendentes acontecimentos políticos, e demonstrado o seu potencial numa série de mudanças políticas e institucionais. (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 317).

institucional; social-estrutural e construtivismo restaurador e excludente, que Lattman-Weltman (2004) explicita as condições políticas e sociais que contribuíram para a institucionalização da mídia no Brasil. O pesquisador faz um resgate dos principais acontecimentos da política brasileira, iniciando pela importância dos debates na Assembleia Nacional Constituinte, em 1987; a promulgação da Constituição, em 1988, passando pelas crises e o fracasso econômico do governo Sarney, mas, principalmente, pela afirmação de que a nova Carta foi decisiva para a configuração das novas coordenadas políticas do país o que implicou, em 1989, na primeira eleição direta para presidente da República, fruto de uma inadaptação da maioria dos partidos e lideranças políticas ao novo quadro de disputa eleitoral.

Aqui havia muito o que se perder e o ineditismo do processo trazia consigo dúvidas e interrogações, aumentando consideravelmente o grau de incerteza e insegurança para quem havia se acostumado a ter as rédeas do processo nas mãos. Os grandes partidos, o PMDB e o PFL, que hesitavam e suas poderosas máquinas iriam rater em convulsões internas e na indefinição de suas candidaturas. (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 320).

Nesse quadro é que os meios de comunicação tornam-se (e afirmam-se como) mediadores e artífices da sociedade, principais articuladores entre os diferentes níveis de informação e os diferentes discursos em circulação na sociedade. Nesse sentido, temas como: moralização da política, despolitização da economia, intervencionismo técnico-burocrático na política, para eliminação da intervenção do Estado na vida econômica, o social como subproduto do mercado e, principalmente, a fetichização do moderno sob a forma de uma vontade política informada cientificamente foram explicitados ao conjunto do eleitorado, antes de qualquer candidato, pela mídia. (LATTMAN-WELTMAN, 2004). Assim é que os meios de comunicação de massa no Brasil acabaram sendo os principais protagonistas da eleição de Collor de Melo.

Esses processos plenos de nuances e contradições, protagonizados pelos modernos meios de comunicação de massa, conduziram à conformação, imediatamente antes e durante a campanha de 1989, a uma determinada economia simbólica que se tornou propícia à aventura política de Collor de Melo (a despeito dos próprios possíveis interesses da mídia). (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 321).

A eleição de Collor, explica Lattman-Weltman (2004), deveu-se à combinação da insegurança, em termos de candidaturas, da adesão a um programa considerado ideal



então, bem como à ojeriza pela vitória do suposto programa da esquerda, condições decisivas para aposta das elites e seus principais interlocutores. Aposta que, ainda pensando com o autor, antes de se revelar custosa demais para o país, teve a mídia como principal aliada. Ressalta o autor que, apesar de aliada do governo Collor, quando ocorreu o *impeachment*<sup>32</sup> “a mídia se colocou à frente do processo e, a rigor, o conduziu, sob a forma de um enredo novelesco que, catarticamente, reconciliou a Nação afrontada com seus princípios morais ideais”. O entendimento desta postura da mídia deve-se ao fato de que se “extirpou um corpo estranho e daninho do posto máximo da República” (p. 322), mas “o programa – anterior e maior do que Collor” (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. p.322) sobreviveu, tendo a mídia como sua principal defensora, conforme se pode perceber pela manifestação da grande imprensa então:

« O apoio que o *Jornal do Brasil* dispensou ao Presidente da República, desde sua posse em março de 1990, foi simultaneamente inspirado em razões de ordem política, econômica e moral. Razões essas maiores do que o cidadão Fernando Collor de Mello. Desde a campanha o Presidente sustentou, politicamente, o ideário social-liberal, com o qual o *Jornal do Brasil* sempre se identificou [...]. Economicamente, Fernando Collor empunhou no governo as bandeiras corretas da livre empresa, da liberdade do comércio exterior, da privatização, da competitividade e do abandono das muletas do protecionismo [...]. Finalmente [...] o Presidente elegeu-se como caçador de ‘marajás’, empolgando o país [...] prometendo regenerar a vida pública brasileira, marcada pela corrupção, pelo clientelismo, pela impunidade. Collor não honrou este compromisso e comprometeu toda a sua plataforma de governo. Por esta razão o *Jornal do Brasil* retirou seu apoio ao Presidente, nesta hora de definição inapelável [...]. Em face de tudo isso, e em nome dos mais altos interesses da nação, o *Jornal do Brasil* espera que os congressistas sejam fiéis ao sentimento geral do povo brasileiro e votem pela admissibilidade do processo de ‘impeachment’ do Presidente da República » (JORNAL DO BRASIL, 29 de setembro de 1992 apud LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 323).

« Da perspectiva da dita modernidade, o programa com que o sr. Collor de Mello se apresentou à Nação em 1989 ainda é válido [...]. A Nação,

---

<sup>32</sup> O processo que culminou com a renúncia do presidente Fernando Collor de Mello, em 29 de dezembro de 1992, foi resultado de meses de investigação parlamentar provocada por denúncias de corrupção divulgadas pela imprensa. Em maio de 1992, uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) iniciou um processo de investigação sobre denúncias contra o presidente. Em 24 de agosto de 1992, um relatório da CPI atestou que US\$ 6,5 milhões haviam sido transferidos irregularmente para financiar gastos do presidente. Em 29 de setembro, o impeachment foi aprovado por 441 dos 509 deputados. O ex-presidente foi afastado e substituído pelo seu vice, Itamar Franco. Julgado pelo Senado Federal, em 29 de dezembro, Collor renunciou para tentar engavetar o processo e preservar seus direitos políticos. Entretanto, por 76 votos a 03, os senadores condenaram o presidente, que não poderia concorrer em eleições pelos oito anos seguintes. Atualmente o senador Fernando Collor, eleito pelo seu estado, Alagoas, é investigado por participação na operação Lava Jato, da Polícia Federal, que apura denúncias de desvio de dinheiro público da Petrobras, entre outros pontos. <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/economia/20151203/relembre-como-foi-impeachment-collor/322958>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

traída mais uma vez, demonstrou que sabe escolher quando lhe é dada a oportunidade: a vontade do povo nunca erra. Ela não errou ao escolher [...] alguém que prometia a reforma do Estado e a modernização da sociedade. O povo não errou: foi traído pela cobiça de alguns poucos, pela cumplicidade de muitos...» (O ESTADO DE S. PAULO, 30 de setembro de 1992, apud LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 323).

« Mais do que as instituições, o antigo ‘caçador de marajás’ agrediu o programa com que se elegeu e as esperanças de transformação que despertou. E não se trata aqui somente da corrupção. A reforma da sociedade e do Estado brasileiro, que Collor inquestionavelmente contribuiu para inscrever na agenda das prioridades do país, avançou timidamente, sob o peso colossal de práticas oligárquicas. Como tudo em seu governo, a idéia da modernização foi manipulada como mais um ingrediente de marketing ». (FOLHA DE S. PAULO, 29 de setembro de 1992 apud LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 323).

Os exemplos de manifestação da mídia representam, na perspectiva de Lattman-Weltman (2004), que a mídia aderiu a Collor na campanha de 1989, sobretudo, em razão da defesa de um programa alinhado com o neoliberalismo. Assim, para Lattman-Weltman (2004, p. 324), na defesa e na adesão da sociedade ao programa implantado por Collor, incensado pelos meios de comunicação, encontram-se as razões para explicar a manutenção da governabilidade do presidente Itamar Franco (o vice da chapa de Collor que o sucedeu), sobretudo a partir da chegada do sociólogo Fernando Henrique Cardoso ao Ministério da Fazenda. O autor defende que, com FHC no governo, na condição de um superministro, o parlamentarismo (derrotado no plebiscito de 1993) estabeleceu-se, se não de direito, mas, de fato, no país o que se evidencia pelas condições (exigências) que FHC fez para assumir o cargo, bem como pelo modo como seu perfil de estadista, de intelectual e, conseqüentemente, sua posse foram festejados pela mídia, pelas elites políticas e econômicas e pelo próprio presidente Itamar Franco. “Principiava assim o processo de « eleição » – prévia à eleição propriamente dita – que havia igualmente se dado com Collor, alguns anos antes.” (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 324).

Como afirma Miguel (2001, p. 55), “pai da estabilidade monetária, herói da luta contra a inflação, o ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso, se impôs como alternativa ‘natural’ à sucessão presidencial”. Uma “naturalidade” que propiciou, segundo o autor, a adesão da burguesia e das elites tradicionais brasileiras à candidatura de FHC. Nestas circunstâncias, o Plano Real alavancou a candidatura de FHC e definiu o tema central das eleições de 1994. Uma conjuntura que se pode aprender, no acionamento dos dispositivos interacionais, um regime de verdade nas enunciações das notícias sobre os candidatos à presidência de República, uma verdade que aponta para um debate

permanente sobre o Plano Real e sua manutenção, colocando em revelo e em posição de definição do pleito a variável *expectativas econômicas/controle da economia*, direcionando os discursos tanto do Planalto e seu candidato – FHC, como também ao seu principal adversário – Lula. Em relação ao candidato do PT, a notícia veiculada no dia 03 de agosto de 1994 representa bem o poder da variável econômica e o endosso da mídia a esta.

### **Lula inclui manutenção do real no programa**

**CARLOS EDUARDO ALVES**

DA REPORTAGEM LOCAL

A manutenção do real como moeda do país agora faz parte da estratégia de campanha e do programa de Luiz Inácio Lula da Silva, candidato do PT à Presidência da República.

A decisão foi tomada com base em pesquisas qualitativas encomendadas pelo partido.

Os trabalhos revelaram que o eleitorado, ainda que mantenha desconfiança que o Plano Real pode acabar logo após a eleição, aposta na força da nova moeda.

Lula começou a explicitar a mudança de discurso no início da noite de ontem em comício no bairro paulistano da Lapa.

"Estão espalhando que vamos acabar com o real. Mas nós vamos é colocar mais reais no bolso do povo", disse o candidato.

"O trabalho agora é para deixar claro que quem vai consolidar a moeda é Lula", afirmou o presidente do PT, Rui Falcão.

O temor de associar a candidatura Lula ao final da nova moeda é tanto que o próprio candidato comparou o "boato" aos rumores espalhados em 89 que apontavam nele a intenção de sequestrar a poupança. "No final eles (o governo Collor) é que fizeram isso".

O eixo da retórica petista guarda, no entanto, uma certa dose de pragmatismo. Lula não quis dar uma nota ao Plano Real. "A questão não é de dar nota", desconversou quando solicitado a avaliar as medidas econômicas.

A cautela é motivada parte pela parcela da população que a pesquisa petista detectou estar desconfiada da duração do real. Parte também de uma análise de economistas do partido que vêem dificuldades no caminho do real.

Alguns economistas ligados a Lula acreditam que a defasagem cambial

possa causar problemas na gestão do plano, assim como se vislumbra a possibilidade de o caixa do governo ser pressionado pela defasagem das tarifas públicas.

Na parte política, Lula reforçou a tentativa de qualificar a aliança liderada por Fernando Henrique Cardoso (PSDB-PFL-PTB) como a repetição da junção de forças que elegeu Fernando Collor em 89.

Os termos utilizados pelo petista foram duros. "O Fernando Henrique tem é que explicar a corja que está no palanque dele", afirmou ao citar a aliança PSDB-PFL.

Com a repetição insistente da palavra corja (grupo de pessoas desprezíveis), Lula fez em quase todas as suas declarações de ontem a ligação entre FHC e o grupo que ajudou a eleger Collor.

"O palanque dele (FHC) traz uma lembrança forte do Collor em 89", afirmou o candidato petista. A imagem do palanque será usada no horário gratuito de TV do PT.

A idéia é mostrar que FHC representa hoje todos aqueles que estiveram no poder nas últimas décadas e que, portanto, seriam os pais da crise social brasileira.

Eis porque o Plano Real, na conjuntura de 1994, foi responsável por garantir, numa campanha eleitoral para presidente, otimismo e confiança com o controle da economia. O plano então seria determinante para o sucesso da candidatura de FHC. "Às qualidades auto-atribuídas do Plano – seriedade, calma, consistência, dialogia – se justapunham as do próprio candidato, resumidas (e propagandeadas) numa única palavra: credibilidade." (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p.326). O plano e o homem (FHC) se interpenetram e tornam-se uma aposta casada. Destacam-se, nesse processo, o protagonismo dos meios de comunicação de massa. Desta vez, argumenta Lattman-Weltman (2004, p.327), a mídia torna-se um agente político, engajando-se "diretamente na defesa do (seu) projeto, expresso num plano, numa candidatura e numa chapa", vencedora em 1994 e reeleita em 1998.

Foto1 - Foto de FHC e Itamar Franco



Fonte: Memorial da democracia (2016)

### 3.2 AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS E O MODELO DE VARIÁVEIS CONJUNTURAIS ELEITORAIS

O modelo de variáveis conjunturais eleitorais proposto por Lattman-Weltman (2004; 2011) e sua relação com as eleições presidenciais no Brasil tem origem, de acordo com o autor, na tradição da pesquisa empírica norte-americana. Nesse sentido, mesmo reconhecendo as diferenças entre o processo político-eleitoral brasileiro e o americano (os dois só apresentam similaridade quando ocorre segundo turno no Brasil), o pesquisador explica que se baseou em Abramovitz (1988, apud LATTMAN-WELTMAN, 2011, p. 117), por entender que a formulação deste pesquisador é de “extrema simplificação e parcimônia conceitual e teórica, e por se resumir a variáveis clássicas cuja importância, já há algum tempo, vem se manifestando entre nós.” (LATTMAN-WELTMAN, 2011, p.116, 117). Ele conta que elaborou o modelo (em primeira versão), quando analisou a campanha de Lula em 2002 e que o reformulou com a nova vitória de Lula em 2006 e a primeira eleição de Dilma Rousseff, em 2010.

Para formalizar o modelo de análise das principais mudanças ocorridas nas eleições presidenciais brasileiras, Lattman-Weltman (2004), inicialmente, fez um recorte temporal, a partir do final do Regime Militar (1964-1985) até a vitória de Lula, em 2002, com objetivo de observar as circunstâncias em que ocorreram as eleições presidenciais de 1989; 1994; 1998, 2002 (LATTMAN-WELTMAN, 2004), construindo com estas informações a primeira versão do modelo o qual foi ampliado/revisto pelo pesquisador quando da análise das eleições de

2006 e 2010 (LATTMAN-WELTMAN, 2011). Neste trabalho, especificamente, optou-se pelas análises dos anos de 1994 e 2002, todavia, para apropriação das variáveis do modelo e a identificação destas, nos dispositivos interacionais ativados (BRAGA, 2016), nas cenas enunciativas das notícias sobre FHC e Lula, durante as campanhas eleitorais de 1994 e 2002, utilizam-se os referenciais teóricos dos dois momentos. Acompanhando Lattman-Weltman (2011), defende-se que os modelos (primeira e segunda versões) são ferramentas que possibilitam inferir as características sistêmicas das disputas para o mais importante cargo político do Estado brasileiro e, principalmente, acrescenta-se que tais ferramentas foram/são essenciais na identificação dos modos específicos de acesso à palavra na configuração dos agenciamentos enunciativos (GUIMARÃES, 2005) das notícias.

As variáveis do modelo, conforme já se vem indicando, sofreram pequenas, mas substanciais modificações, nas palavras do autor, entre o primeiro modelo, contemplando as eleições de 1989, 1994, 1998 e 2002 e o segundo modelo que analisa as eleições de 2006 e 2010. Passa-se, então, à descrição das variáveis, tomando-se como referência Lattman-Weltman (2004), acrescentando-se das modificações realizadas pelo autor, *a posteriori* (LUTTMAN-WELTMAN, 2011). Também se optou por fazer, nos itens que descrevem as variáveis, diálogos possíveis (convergentes e/ou divergentes) entre as postulações de Lattman-Weltman (2004, 2011) e as ponderações de outros autores sobre o tema. Retoma-se aqui, por oportuno, o objetivo desta pesquisa: inferir, nos dispositivos interacionais acionados na enunciação das notícias/cenas enunciativas, sobre FHC e Lula, valores e/ou regimes de verdade que confirmem ou refutem tais variáveis, durante a campanha presidencial de 1994 (FHC) e 2002 (Lula).

- 1- *Ocupação/disputas pelo centro ou ocupação do centro*: indica uma estratégia de posicionamento do candidato ao centro do espectro político-partidário-ideológico, uma variável que está relacionada à racionalidade do eleitor médio, não necessariamente alinhado a este ou àquele candidato ou partido e mais propenso a não possuir posições claras – nem intensas, e/ou radicais e/ou polarizadas; eleitor cujo contingente de votos é elevado (e, portanto, decisivo). Daí “a tendência dos grandes partidos competitivos a alargar – e frequentemente a diluir e/ou moderar – suas plataformas, de modo a assim maximizar seus apelos frente a estes eleitores de centro.” (DOWNS, 1999; KIRCHHEIMER, 1996 apud LUTTMAN-WELTMAN, 2011, p. 118). Esta variável foi acrescida, depois de 2002, pela

possibilidade não só de ocupação, mas também de efetiva disputa por esta posição nas eleições presidenciais.

2- *Popularidade do governo/candidatura oficial*: variável que diz respeito à possibilidade (ou não) de o governo em exercício influenciar na eleição de um candidato que represente seu partido ou/coligação. Após 1997, com a emenda que instituiu a reeleição, o autor incluiu, nesta variável, a possibilidade de renovação do mandato do presidente em exercício. (como ocorreu com FHC, em 1998 e com Lula, em 2006 e Dilma, 2014).

3- *Expectativas econômicas/controla da economia*: relativa às expectativas que predominam, na sociedade, sobre os rumos da economia, com ênfase nas agendas (neo) liberais em consonância com as regras do jogo econômico definido pelo capital nacional e internacional.

4- *Posicionamento médio da mídia/timing da mídia*: é variável na qual e (a partir da qual) esta pesquisa infere o regime de verdade do jornalismo impresso brasileiro. Esta variável refere-se ao posicionamento (ao modo e ao momento) em que os principais veículos de comunicação do país se inseriram na disputa eleitoral como atores políticos engajados.

Abaixo, a síntese (Quadro 1 e 2) das variáveis em construção de Lattman-Weltman (2004; 2011).

Quadro 1. – Variáveis genéricas de comparação entre eleições

<i>Variáveis\Eleições</i>	1989	1994	1998	2002
1) Ocupação do Centro	-	+	-	+
2) Candidatura Oficial	-	+	-	+
3) Controle de Economia	-	+	+ ou -	+ ou -
4) <i>Timing da Mídia</i>	-	+	-	+

Fonte: Lattman-Weltman ( 2004, p.329)

Quadro 2.- Quadro geral de desempenho de variáveis de conjuntura eleitoral

Ano	Expectativas Econômicas	Popularidade do Governo	Ocupação/ Disputas pelo Centro	Posicionamento Médio da Mídia	Sub-Totais	Vencedor
1989	-1	-1	-1	-1	-4	O – 2º T
1994	1	1	1	1	4	S – 1º T
1998	0	1	1	1	3	S – 1º T
2002	0	-1	0	0	-1	O – 2º T
2006	1	1	0	-1	1	S – 2º T
2010	1	1	0	-1	1	S – 2º T

Fonte: Lattman-Weltman ( 2011, p.119)

Sobre a variável – *ocupação/disputa pelo centro ou ocupação do centro* –, em 1994, FHC ocupou o espaço de centro e, em 1988, “a instituição da reeleição permitiu não apenas a recandidatura do Presidente como garantiu a continuidade da aliança vitoriosa quatro anos antes.” (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 329). A análise do autor indica que a disputa pelo centro vem evoluindo nas eleições brasileiras a ponto de que, se em 1989, abriu-se um vácuo nesta variável propiciando uma polarização vencida à direita por Collor, em 1994 e 1998, FHC reinou praticamente sem rival e, em 2002, o principal candidato da oposição, Luiz Inácio Lula da Silva, teve que realizar movimentos estratégicos para ocupar esta posição. Miguel (2003), em análise do contexto da eleição de 2002, postula que o PT chegou à vitória em 2002 em razão de uma série de condições que vão, desde a baixa popularidade de FHC, causada pelo descontrole inflacionário, à perda de boa parte do “seu charme eleitoral; às mazelas como o baixo crescimento econômico e o alto índice de desemprego.” (MIGUEL, 2003, p. 292). Mas o autor aponta como elemento decisivo as alianças que o PT fez com partidos de direita que o encaminhavam para o centro-direita do espectro político-ideológico.

Os lances políticos mais ousados, porém, vieram do PT. Principal partido da esquerda brasileira, lançou pela quarta vez a candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva à Presidência da República, tendo adotado uma política de alianças de extremo pragmatismo. Afora o PC do B, PCB e PMN, aliados tradicionais, coligou-se com um partido de direita que também fazia oposição ao governo Fernando Henrique Cardoso, o Partido Liberal. Igualmente, consolidou o apoio de fatias importantes do PMDB e do PFL, em especial da ala comandada pelo ex-presidente José Sarney. (MIGUEL, 2003, p.292-293).



Um detalhe emblemático destacado por Miguel e que converge com a importância da variável *ocupação/disputa pelo centro ou ocupação do centro* diz respeito à escolha do vice de Lula em 2002. Se, nas candidaturas anteriores de Lula, a opção pelo vice recaiu em “um veterano militante da esquerda brasileira”, em 2002, foi “um grande capitalista, o senador mineiro José de Alencar, proprietário da maior indústria têxtil do Brasil, que se filiou ao PL, especialmente para permitir a composição da chapa”. “A dobradinha de Lula/José Alencar foi montada com incentivo do marqueteiro Duda Mendonça: simbolizaria a união entre capital e trabalho.” (MIGUEL, 2003, p. 293). A foto abaixo sinaliza claramente para o que Rubim e Colling (2006, p. 184) afirmam sobre as mudanças por que o PT passou para fazer com que a imagem de radical de Lula desaparecesse e surgisse em seu lugar “o Lulinha Paz e Amor”<sup>33</sup>. Os autores avaliam que, muito mais do que uma estratégia de marketing, a coligação com o PL de fato contribuiu para a construção da imagem de Lula como um negociador e do Partido dos Trabalhadores (PT), como um partido moderado (Foto2).

Foto 2 – Foto Lula e José Alencar



Fonte: Revista Época (2002)

<sup>33</sup> Gomes (2005) e Rubim (2003) afirmam que a construção da imagem de “Lula radical” foi substituída pela imagem “Lulinha paz e amor”, que foi produzida, segundo os autores, por um conjunto complexo de expedientes que conjugavam desde a progressiva moderação dos discursos políticos de Lula e do PT, a aceitação de atitudes tomadas e de compromissos assumidos pelo governo de Fernando Henrique Cardoso até o quase abandono da propaganda negativa e dos ataques a candidatos adversários, além do uso intensivo de jingles e músicas, como estratégia configurada para horário eleitoral. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/163/154>>. Acesso em : 8 jun. 2016

Quanto à variável – *popularidade do governo/candidatura oficial*, Lattman-Weltman (2010), embora considere a correlação desta com a variável econômica um tanto óbvia, observa que a popularidade do governo, apesar de dependente do controle da economia, variou nas eleições presidenciais no período estudado, em razão de diferentes conjunturas, isto é, “era negativa em 1989 (francamente) e em 2002 (não tanto) e nos demais contextos positiva (com variações de grau importantes; inclusive, certamente para mais em 1994).” Em relação à eleição de Lula, em 2002, o autor problematiza:

Já a segunda variável aponta também para fatores conjunturais que, no entanto, podem começar a adquirir características mais duradoras [...] A viabilidade ou não de candidaturas oficiais, se, por um lado, distinguiu tão radicalmente as duas primeiras eleições da nova democracia brasileira, por outro lado, manteve-se desde então constante nas eleições presidenciais. Talvez seja ainda muito cedo para se dizer qualquer coisa com segurança, a respeito, podendo esta constância ser de caráter puramente contingente (afinal, em 1998 a candidatura oficial foi marcada de modo, até agora único, pela possibilidade de reeleição e em 2002 embora o candidato oficial tivesse chances reais ele acabou perdendo). (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 330).

Ainda sobre a variável “apoio oficial”, Lattman-Weltman (2010), em revisão ao modelo, defende que, desde 2002, considera o apoio oficial como uma variável de notação nula. Ele conclui que, se o candidato de Itamar Franco (1992-1995) reinou sem rival em 1994; em 2002, o candidato da oposição (Lula) venceu ao candidato da situação (José Serra). Já em 2006, Lula, então em reeleição, venceu a eleição e Dilma Russeff, candidata de Lula, venceu em 2010. A variável é, na leitura do autor, “muito intrinsecamente dependente das escolhas estratégicas dos principais candidatos em cada eleição”. “E nada nos garante que nos próximos pleitos possamos ter candidatos fortes atuando preferencialmente nas margens do sistema”.

Dando continuidade à leitura/compreensão das variáveis contextuais que têm sido determinantes nas eleições presidenciais, conforme conclusões de Lattman-Weltman (2004; 2010), passa-se agora à variável – *expectativas econômicas/controle da economia*. Iniciando-se pela constatação de que, se as variáveis *ocupação do centro e popularidade do governo* demonstraram-se pertinentes, tornando-se possível comprovar sua importância nos dispositivos interacionais da notícia, a variável *expectativas econômicas/controle da economia* é, sem dúvida, presença constatante nas notícias sobre os candidatos e, em algumas delas, torna-se mesmo um diferencial na atribuição de sentidos positivos e/ou negativos ao candidato. Sobre esta variável, Lattman-Weltman (2010, p. 119) esclarece que:

Se em 1989 as expectativas econômicas eram francamente negativas – com as eleições transcorrendo em meio a uma crise praticamente hiperinflacionária – em 1994 (Plano Real) e nas eleições que marcaram o final dos dois mandatos de Lula (2006 o 2010) as expectativas eram altamente positivas. O mesmo não se pode dizer dos anos de 1998 e 2002, quando havia sinais contraditórios no horizonte e, portanto, expectativas ambíguas e indefinidas. Daí as diferenças de notação: -1, 0 e 1.

Às conclusões do autor sobre a variável econômica acrescenta-se a constatação de que o fator econômico foi presente e determinante na construção discursiva sobre o processo eleitoral e sobre o candidato, tanto na eleição de 1994 quanto no pleito de 2002. Nesse estudo, foi possível constatar que, de todas as maneiras, as notícias interpelam direta ou indiretamente o candidato com o objetivo de dar ao eleitor a certeza de escolher o candidato ideal para manter a economia no rumo certo. Nestes termos é que se ratifica que, em 1994, o sucesso do Plano Real consagrou o governo Itamar Franco e seu candidato e patrocinou em grande medida a eleição de Fernando Henrique Cardoso. A fotojornalística abaixo é representativa do protagonismo do real (moeda e plano) na campanha e consequente vitória de FHC em 1994.

Foto 3 - Foto de FHC em comício e a nota de real em primeiro plano



Fonte : Memória da democracia ( 1994)

Já na eleição de 2002, a crise econômica, sobretudo a vulnerabilidade do Brasil aos movimentos do capital nacional e internacional e as turbulências da economia mundial mantém a variável *expectativas econômicas/o controle da economia* – acrescentando-se, porém, outras vertentes – no epicentro dos debates dos candidatos e, em consequência, presença constante na agenda política e midiática. Sobre o fator econômico, na campanha de

Lula de 2002, principalmente em razão da crise econômica nacional e internacional, agravada pelos abalos dos atentados do *World Trade Center*, em 2001 e da crise de confiança na bolsa estadunidense, Miguel (2003, p. 303) afirma:

Nesse cenário, passou a ser destacada a necessidade de gerar “confiança” nos operadores do mercado financeiro. A oscilação do câmbio dominou o noticiário desde o final da Copa do Mundo até a eleição; a expressão “risco-país”, medida da confiabilidade diante dos credores externos, tornou-se corrente na mídia de massa. Em especial, os principais candidatos à Presidência foram levados a manifestar seu compromisso com a continuidade de alguns dos pilares do modelo econômico vigente e mesmo a apoiar, em uníssono, o novo acordo com o FMI, fechado no início de agosto. Trata-se de minorar a “incerteza” que as eleições provocavam no funcionamento da economia; ou, dito de outra forma, de procurar restringir brutalmente a margem de manobra do novo governo em relação à política econômica.

Por fim, chega-se à variável – *timing da mídia/posicionamento médio da mídia* que representa, nesta investigação, o *locus* por meio do qual as demais variáveis se dão a ver. Importa descrever, pela importância em nosso trabalho, mais detalhadamente, as conclusões de Lattman-Weltman (2004, 2011) sobre o posicionamento da mídia nas campanhas presidenciais, intercambiando as análises do autor com outros pesquisadores que se debruçam sobre as relações da mídia com a política e também com a análise sobre os modos de dizer do jornalismo. Convém resgatar a tese do autor de que, nas últimas três décadas, consolidou-se a democracia no Brasil, pelo menos na versão liberal de democracia. Um cenário que implicou, também e concomitantemente, “um aprendizado político acerca das variáveis institucionais” (2004, p. 333). O autor conclui, com base nos estudos de 2004, que a mídia no Brasil institucionalizou-se como agente político, legitimando-se e credibilizando-se pela produção de “discursos públicos e que acabam por condicionar e limitar as percepções, as estratégias e as chances de competição para todos os envolvidos no jogo pelo poder”. As conclusões do autor acerca da mídia, porém, aportam achados diferenciados na primeira versão da pesquisa, em 2004 e na segunda, em 2011, com as quais se realiza um diálogo, a saber:

- a) No primeiro modelo (LATTMAN-WELTMAN, 2004), o autor, tomando como objeto de estudo o contexto político brasileiro da última metade do século XX, mais precisamente o período de normalidade democrática (1985 a 2002), observou principalmente o comportamento da mídia, a partir da eleição de Fernando de Collor de Mello, concluindo que o posicionamento da mídia foi, de fato, fundamental nos resultados das eleições e que os veículos de comunicação

de massa atingiram “uma autêntica hegemonia narrativa em relação ao processo coletivo de dotação de sentido e construção da inteligibilidade acerca dos significados básicos de nossa experiência pública.” (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 333). Entendendo a mídia como uma instituição que se autodefine por uma certa “eticidade de caráter mercadológico com base no qual ela passa a se sentir livre para prescrever caminhos e alternativas à sociedade brasileira”, o autor explica que esta autodefinição resulta também no discurso que a mídia produz sobre si mesma ao se reconhecer engajada politicamente, mas não se vê como porta-voz de grupos ou facções. Ao contrário disso, no pressuposto de “sua imparcialidade político-partidária”, atribui-se um compromisso com o interesse do público – “seja ele qual for – um comprometimento aferido pela livre competição – e, por último, mas não menos importante, por sua adesão declarada aos princípios e valores de uma concepção liberal (ou neoliberal) de defesa da democracia representativa e da liberação da atividade econômica para a iniciativa privada.” (LATTMAN-WELTMAN, 2004, p. 333).

- b) No modelo de 2011, Lattman-Weltman (2011), tendo estendido sua análise até as eleições de 2010, revisa as principais conclusões quanto ao posicionamento e influência da mídia nas eleições presidenciais. A análise revela a perda de influência da mídia nas eleições. “Já que se em 1989, 1994 e 1998 ela se posicionou a favor dos candidatos, da oposição ou da situação, que efetivamente venceram, a partir de 2002 não houve mais correlação positiva”. A tese do autor sustenta-se em quatro conclusões: 1- A eleição de Collor deveu-se ao apoio dos principais meios de comunicação, em contexto de crise econômica e de impopularidade do governo Sarney, num pleito marcado pela polarização entre esquerda e direita, sem nenhuma candidatura situacionista de centro. Neste vácuo, nascem as candidaturas de Collor e Lula; 2- Em 1994, o Plano Real consagrou o governo Itamar Franco e seu candidato, levando-o à vitória, com adesão maciça dos meios de comunicação ao projeto FHC. Já em 1998, embora a crise econômica (nacional e internacional) tenha desgastado o Plano Real bem como o presidente e também candidato à reeleição, o monopólio de um candidato de centro e o apoio inquestionável da mídia permitiu a vitória de FHC, até mesmo a crise potencializou a reeleição de FHC, tendo em vista a crença de que ele teria ‘inegável competência’ para “conduzir o país com segurança em meio à tormenta que se anunciava, sem risco de retrocessos, sobressaltos e dando continuidade ao

programa de reformas estruturais do estado.” (LATTMAN-WELTMAN, 2011, p. 122). Importa destacar que, nas vitórias consecutivas de FHC, a ocupação do centro pelo candidato situacionista e as expectativas econômicas afetam os perfis dos candidatos e definem o posicionamento e o conteúdo da mídia; 3- A eleição de Lula em 2002 foi resultado da articulação de: expectativas econômicas preocupantes, governo FHC com popularidade em queda, a ocupação do candidato no centro do espectro político-ideológico, além da boa recepção e, conseqüentemente, da cobertura dada a Lula pela grande mídia. “A rigor pode-se dizer que 2002 foi a única eleição em que esta instituição não assumiu nenhuma posição relevante diante dos candidatos principais” (LATTMAN-WELTMAN, 2011, p. 122); 4- Tendo a variável ocupação pelo centro neutralizada, por se tornar uma constante entre os candidatos em disputa, uma situação que favoreceu a neutralização desta variável entre os aspirantes ao cargo de presidente e também a diminuição (ou redefinição) da influência da mídia, a partir de 2002, a reeleição de Lula em 2006 e Dilma, em 2010, dois candidatos situacionistas, aponta para o sucesso da administração Lula, sobretudo pela recuperação positiva dos indicadores econômicos e consolidação da opção pelo centro que acabou deslocando o debate entre direita/esquerda para outras temáticas alheias, inclusive, às questões macroeconômicas, tais como corrupção, aborto, religiosidade, ecologia, liberdade de expressão, etc., temáticas que “constituíram-se em novas barricadas e mecanismos de diferenciação crítica entre candidatos, partidos, alianças. E novas arenas para o exercício – ou melhor, para uma tentativa desesperada de exercício – de uma influência específica que outrora parece ter sido tão crucial: a influência da mídia nas eleições.

Por oportuno, fecha-se a descrição das principais conclusões sobre a variável mídia e sua influência no processo eleitoral com as ponderações do autor.

Finalmente, no que diz respeito à nossa última variável – a influência midiática, por conta de seu favoritismo a esse ou àquele candidato – mesmo que posta em xeque pelos últimos dados e resultados, é preciso ter aqui uma série de cuidados. Por um lado, é totalmente inegável o simples fato de que embora a influência específica da mídia possa ter sido importante, se não mesmo decisiva, em 1989, 1994 e 1998, e se em 2002 sua relativa neutralidade possa ser, ainda mais discutivelmente, arrolada como um dos fatores a contribuir para que, afinal, Lula e o PT chegassem ao Planalto, é certo que nas últimas duas eleições e *mainstream* da atuação midiática se posicionou em sentido oposto ao da maioria do eleitorado: combateu fortemente as candidaturas de Lula e

Dilma e não pode impedi-las de vencer. (LATTMAN-WELTMAN, 2011, p. 126).

Em diálogo com os dados e resultados de Lattman-Weltman (2004, 2011), convém colocar em destaque as eleições de 1994 e 2002 em razão de ser este recorte determinante para a construção do objeto empírico desta investigação. Nesse sentido, a análise realizada neste estudo aponta não para a relativa diminuição do potencial de influência da variável mídia no processo eleitoral. Bem ao contrário disso, o que se infere no acionamento dos dispositivos interacionais das notícias é o adensamento e a potencialização da influência da mídia, sobretudo quando se observa, nos modos de dizer da notícia, que a construção enunciativa das demais variáveis eleitorais conjunturais desempenha um papel fundamental na construção discursiva sobre os candidatos a presidente, excluindo-se, de certo, a visão maniqueísta quanto a já negada tese de onipotência dos meios, o fato é que, como afirma Miguel (2004, p. 9), “o jogo de influência entre a mídia e a política é complexo e não é unilateral. Mas fica o reconhecimento de que a mídia tornou-se um fator central da vida política contemporânea e que não é possível mudar este fato”.

O autor resume em quatro dimensões como e porque a presença da mídia altera as práticas políticas: a) a mídia tornou-se o principal instrumento de contato entre a elite política e os cidadãos comuns; b) em razão de a mídia constituir-se o principal contato entre os políticos e a sociedade, o discurso político transformou-se, adaptando-se às formas preferidas pelos meios de comunicação; c) a mídia é a principal responsável pela produção da agenda pública; d) a visibilidade pública dos políticos e dos agentes políticos em geral ocorre na e pela mídia (MIGUEL, 2004, p. 8,9). Em que pese, porém, o reconhecimento da inegável importância da mídia, sintetizada nas dimensões apresentadas, Miguel alerta para o fato de que as relações entre mídia e política não se constituem por um jogo desigual entre estas duas esferas, tanto que, embora a mídia fixe e defina a agenda pública, “muitas vezes os agentes com maior capital político são capazes de orientar o noticiário. A gestão da visibilidade é uma tarefa política central, mas nem toda política é visível – uma parte significativa dela continua ocorrendo nos bastidores.” (MIGUEL, 2004, p. 9).

Especificamente em relação às eleições de 1994 e 2002, Rubim e Colling (2006, p. 180) reportam-se aos cenários que explicam, ao ver dos autores, as lógicas que impulsionaram a mídia e as formas de participação em cada uma das eleições. Nas eleições de 1994, o grande diferencial na competição, determinante na eleição de FHC, foi o Plano Real, “esboçado de maneira explícita com calendário marcadamente eleitoral”, um entendimento que converge

com a variável também decisiva na vitória de FHC apontada por Lattman-Weltman (2004,2011), contudo apresentam outras vertentes para explicar como se deu a influência da mídia (a mídia eletrônica, especificamente) no pleito de 1994. Destacam os pesquisadores que a adesão política ao Plano Real pela mídia efetivou-se em toda a programação dos espaços eletrônicos: nos eventos esportivos, como a Copa do Mundo que “assalta de modo avassalador os corações e mentes do país do futebol”; na informação jornalística; nas telenovelas; nos shows de variedade; nos musicais; etc. Além da “milionária campanha publicitária do Real desenvolvida pelo governo, que, exuberante, preencheu e reforçou a adesão da mídia, implícita ou explícita, à candidatura FHC.” (RUBIM, COLLING, 2006, p. 180). Para os autores, a situação sugere:

A tentativa das frações dominantes no campo político – agora mais articuladas – de domesticar a mídia em sua intervenção política, seja através de seu controle legislativo externo draconiano, seja pela sua assimilação por um projeto social e ideológico compartilhado, expresso no fim da inflação, na estabilidade, enfim no Plano Real. Aliás, este plano acaba demonstrando a capacidade de intervenção da política sobre a mídia e, em especial, a possibilidade de uma reversão e construção política de cenários eleitorais, em prazos bastante exíguos. (RUBIM, COLLING, 2006. p.179)

Já em referência às eleições presidenciais de 2002, Rubim e Colling (2006, p. 183) a definem como um processo que ocorreu por meio de uma “superexposição”, mas também pela existência de “sutis controles”. Mais uma vez o olhar dos autores volta-se para a mídia eletrônica, contudo entende-se que a análise do cenário e do comportamento da mídia amplia-se para as demais mídias. Conforme os autores, se a eleição de 1988 foi “fria” e “silenciosa” (que se revela por meio de uma cobertura mínima da agenda dos candidatos e das questões problemáticas e mesmo sobre a própria competição eleitoral), a eleição de 2002 foi marcada pela superexposição dos candidatos em todos os meios de comunicação. Na avaliação dos autores, o fenômeno pode ser explicado pela configuração do campo político de então: no bloco de centro-direita, o candidato de FHC, José Serra, não teve apoio integral do grupo de sustentação do governo; no contraponto desta situação, o PT passou por mudanças não apenas em relação à imagem reconstruída de Lula pelo marqueteiro Duda Mendonça, mas, sobretudo, pelo deslocamento do partido para o centro e o comprometimento do candidato da dar prosseguimento à política econômica do governo FHC. Mas os autores problematizam que a superexposição dos candidatos na mídia suscita alguns questionamentos, tais como: a quem interessou a ampliação da visibilidade dos candidatos? Aos candidatos mais conhecidos ou



àqueles menos conhecidos pelo eleitorado? A mídia teria o mesmo comportamento se houvesse um candidato de consenso das elites ou caso Lula não tivesse assumido o compromisso com a continuidade da política econômica do governo FHC? Questionamentos críticos cujas respostas se apreendem da reflexão dos autores:

José Serra e os demais opositores de Lula necessitavam de mais visibilidade, Mesmo tendo ocupado o importante Ministério da Saúde durante o governo de FHC, Serra não era conhecido pela massa dos eleitores. [...] Dificilmente teríamos uma imprensa tão preocupada em conceder espaços iguais aos candidatos se algum dos prováveis vencedores pregasse, por exemplo, uma ruptura na política econômica. (RUBIM, COLLING, 2006, p. 185. 186).

A problematização de Rubim e Colling (2006) difere, em boa parte, dos achados de Lattman-Weltman (2004, 2011), principalmente no que tange ao comportamento da mídia em 2002. Enquanto Lattman-Weltman (2004; 2011) atribui a vitória de Lula à articulação bem sucedida das estratégias adotadas pelo candidato/PT quanto a assumir o compromisso com a estabilidade econômica (dar prosseguimento à política econômica do governo FHC); realizar um movimento para o centro do espectro político-ideológico, bem como ser bem recepcionado pela grande mídia, considerando, por conseguinte, que a mídia, em razão de ter dado espaço igual espaço a todos os candidatos, não assumiu “posição relevante diante dos candidatos principais.” (LATTMAN-WELTMAN, 2011, p. 122), Rubim e Colling (2006) veem com restrições a cobertura das eleições e consideram mesmo que o espaço dado aos candidatos e, de modo especial, a Lula não foi uma neutralização ou mesmo deliberada decisão de favorecer, de forma equânime, a todos os participantes do pleito. Para eles, “a ampla visibilidade para a eleição de 2002 não deve ser vista simplesmente como um elogio à atuação” da imprensa”. E mais, “uma das temáticas mais visíveis foi a economia, mas também foi nestas coberturas que os pesquisadores detectaram um altíssimo percentual de enquadramento restritivo, com apenas uma interpretação do fato apresentada na notícia.” (RUBIM, COLLING, 2006, p. 187).

No tema, Borba (2008), em análise da influência das campanhas nas eleições presidenciais de 2002, avaliando, em específico, a influência da mídia (a cobertura dos jornais *Folha de São Paulo* o *Estado de São Paulo* e o *Globo*), observou que a cobertura média dos três jornais caracteriza-se por dois momentos distintos: no início da campanha, a cobertura foi marcada pela crítica ao candidato Lula; do dia 5 de julho, porém, o saldo médio dos três

jornais analisados que era “profundamente anti-Lula toma forma oposta.” (BORBA, 2008, p. 201). Para o autor,

A reviravolta observada em julho, é preciso refrescar a memória acerca dos temas que predominavam na agenda comum dos três jornais. A análise do conteúdo dos jornais revela que a mudança no tratamento com o candidato Lula ocorre com a publicação, por parte do PT, da Carta ao Povo Brasileiro, documento no qual o partido afirma a disposição de manter a política econômica. É a partir de sua aproximação com o *establishment*, portanto, que o candidato do PT passa a contar com uma imprensa mais interessada em investir numa pauta de caráter positivo.

### 3.3 1994 E 2002: A CAMPANHA E AS CIRCUNSTÂNCIAS SOCIOCOMUNICACIONAIS DE FHC E LULA

Um dos desafios mais essenciais para pensar a comunicação na atualidade, sem dúvida, diz respeito à rigorosa compreensão do lugar ocupado pela comunicação, especialmente em sua versão midiática, no mundo contemporâneo. O imprescindível tema da incidência da comunicação na sociabilidade e das modalidades de sua conexão com a contemporaneidade tem mobilizado um plural e dissonante núcleo de pensadores da atualidade. Apesar da diversidade de concepções teóricas e ideológicas, um dado comum aparece como fundamental para a investigação e para um novo enquadramento dos estudos: *a compreensão da contemporaneidade como uma sociedade transbordante de comunicação e informação*. (RUBIM, 2001, p. 173, 174, grifo nosso).

E a sociedade fica mais “transbordante de comunicação e informação”, quando estão em jogo as disputas e/ou os conflitos políticos, em todos os níveis, modalidades e/ou esferas, de tal modo que, nas sociedades democráticas, as eleições são um momento fértil em eventos de comunicação/informação, os quais interferem e até mesmo definem o pleito eleitoral. Eis a razão pela qual a conjugação eleições e comunicação, em especial, a comunicação midiática, suscita inquietações e olhares diversos e, no campo acadêmico, convida à investigação. Assim, como o objeto desta pesquisa tem como contexto as eleições presidenciais brasileiras, em específico, as eleições ocorridas em 1994 e 2002, realiza-se, neste tópico, uma narrativa sobre as campanhas de Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva, com destaque para as circunstâncias sociocomunicacionais de FHC e Lula que contribuíram para suas vitórias em 1994 (FHC) e 2002 (Lula).

Refletindo com Rubim (2001, p. 170) sobre o sentido das eleições, entende-se que o pleito eleitoral representa um procedimento já naturalizado, pelo menos nas sociedades democráticas, que se constitui num ritual, periódico e legitimado, de escolha e investidura de

dirigentes para o exercício de poder na sociedade. Tais características asseguram que o poder seja exercido na condição de transitoriedade, tendo em vista ser a função política delegada por mandato de tempo determinado. Isto porque, em regimes democráticos, a distribuição de poder compete ao cidadão que detém uma parcela deste (pelo menos formalmente), podendo delegá-lo a quem o pleiteia e que ele (o cidadão/eleitor) julga competente para ser seu representante. Este processo, complexo por natureza, depende de condições essenciais à sua realização e continuidade, tais como, acompanhando Rubim (2001): um rito público como garantia de legitimidade; condições de competitividade aos concorrentes; redistribuição e alternância de poder e a sempre desejada igualdade de condições na disputa, o que implica a ampliação da participação social, sobretudo, requer visibilidade pública da política, principalmente, no período de campanhas eleitorais. Daí que, nas sociedades modernas e contemporâneas, a mídia tem um papel imprescindível na cobertura dos processos eleitorais. Guardando-se, pois, esta lógica sobre a política, necessário se faz construir uma narrativa sobre as eleições de 1994 e 2002, com foco nas campanhas e nas circunstâncias sociocomunicacionais de FHC e Lula. Os Quadros 3, 4, 5, 6 e 7 sintetizam os participantes, as datas, e os resultados das eleições de 1994 e 2002

Quadro 3 - Eleições de 1994

Período da campanha:	Data:	Turno:	Candidatos:
De 02 de agosto a 03 de outubro de 1994	03 de outubro de 1994	Somente um turno.	Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e Marco Maciel (PFL)
			Luís Inácio Lula da Silva, o “Lula” (PT) e Aloizio Mercadante (PT)
			Enéas Ferreira Carneiro (PRONA) e Roberto Gama (PRONA)
			Orestes Quércia (PMDB) e Iris de Araujo (PMDB)
			Orestes Quércia (PMDB) e Iris de Araujo (PMDB)
			Esperidião Amin (PPR) e Maria Gardênia (PPR)
			Carlos Antônio (PRN) e Dilton Carlos Salomoni (PRN)
			Hernani Goulart Fortuna (PSC) e Vítor Jorge Abdala Nósseis (PSC)

Fonte : Elaboração da autora (2016)

Quadro 4 - Resultado da eleição de 1994

Resultado do 1º turno das eleições presidenciais brasileiras – 1994	
Candidatos	%
Fernando Henrique	54,28 %
Lula	27,04 %
Enéas	7,38 %
Quércia	4,38 %
Brizola	3,18 %
Amin	2,75 %
Carlos Gomes	0,61 %
Fortuna	0,38 %

Fonte : Elaboração da autora (2016)

Quadro 5 - Eleições de 2002

Período da campanha:	Data:	Turno:	Candidatos:
De 20 de agosto a 27 de outubro de 2002	O primeiro turno aconteceu em 6 de outubro de 2002 e o segundo, no dia 27 do mesmo mês	Dois turnos.	Anthony Garotinho (PSB) e José Antonio Figueiredo (PSB)
			Ciro Gomes (PPS) e Paulo Pereira da Silva (PTB)
			José Serra (PSDB) e Rita Camata (PMDB)
			Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e José Alencar (PL)
			Rui Costa Pimenta (PCO) e Pedro Paulo de Abreu (PCO)

Fonte : Elaboração da autora (2016)

Quadro 6 - Resultados da eleição 2002/ 1º turno

Resultado do 1º turno das eleições presidenciais brasileiras – 2002	
Lula (PT)	46,44 %
José Serra (PSDB)	23,19 %
Anthony Garotinho (PSB)	17,86 %
Ciro Gomes (PPS)	11,97 %
José Maria de Almeida (PSTU)	0,47 %
Rui Costa Pimenta (PCO)	0,04 %

Fonte : Elaboração da autora (2016)

Quadro 7 - Resultados da eleição 2002/ 2º turno

Resultado do 2º turno das eleições presidenciais brasileiras – 2002	
Lula (PT)	61,27 %
José Serra (PSDB)	38,72 %

Fonte : Elaboração da autora (2016)

### 3.3.1 1994: FHC e a moeda de troca para a Presidência

A eleição presidencial do Brasil de 1994 ocorreu no dia 3 de outubro, tendo o sociólogo Fernando Henrique Cardoso (PSDB-SP) vencido no 1º turno. Conforme já se vem apresentando ao longo deste trabalho, o Plano Real, elaborado por Fernando Henrique Cardoso, quando ministro da Fazenda do governo Itamar Franco, foi fator decisivo para a vitória de FHC. O plano debelou a hiperinflação, estabilizou os preços e aumentou o poder de compra dos brasileiros. À frente do processo de estabilização da economia, estava Fernando Henrique Cardoso que foi nomeado, em maio de 1993, pelo presidente Itamar Franco para o Ministério da Fazenda. Desse modo, com o apoio irrestrito do presidente Itamar Franco, o ministro da Fazenda era, então, o homem mais forte e poderoso do governo, com poder, inclusive, de limitar gastos públicos, tornando-se, nesta condição, o candidato natural à sucessão presidencial.

Nesse contexto, em março de 1994, Fernando Henrique Cardoso demite-se do Ministério da Fazenda para concorrer à Presidência da República, pelo PSDB. À saída do Ministério, um ato simbólico de relevância para o então candidato: ele apresentou a arte das notas da nova moeda, com previsão para entrar em circulação em julho daquele ano. Importa lembrar que, apesar de FHC gozar de inquestionável prestígio como um superministro do governo Itamar Franco, as pesquisas de intenção de voto então indicavam vitória de Lula (PT)

com 40% e pouco mais de 12% para Fernando Henrique (PSDB), em abril de 1994. Cenário que continuou inalterado, também em maio de 1994, quando se efetivou a coligação entre PSDB, PFL e PTB, para as eleições de outubro, pois as pesquisas de intenção de voto indicavam vitória de Lula (PT) com 41%, e pouco mais de 17% para FHC (PSDB). Analisando as circunstâncias que viabilizaram a trajetória de FHC, Miguel (2001, p. 55) afirma que o discurso do candidato Fernando Henrique “investiu nos conteúdos simbólicos da *união nacional e do otimismo*”. Assim é que, ainda segundo o autor,

O combate à inflação servia de “prova viva” da existência de medidas que interessavam a todos os brasileiros, sem exceções; a derrota da inflação mostrava que era possível vencer desafios e sonhar com a retomada do desenvolvimento. Era um discurso que se adaptava bem a construções da realidade – da ideia de nação, do significado da inflação, etc. – preexistentes. (MIGUEL, 2001, p. 55)

É importante destacar que, enquanto o plano Real caminhava para se tornar vedete e definidor das eleições presidenciais de 1994, em junho de 1994, Lula declarou que não apoiava o referido plano denunciou o uso deste como arma eleitoral. Um dado conjuntural relevante desta eleição: em que pese o posicionamento contra o Plano Real de Lula e do Partido dos Trabalhadores, a bancada do PT apoiou as dotações orçamentárias para a saúde e educação previstas pela equipe econômica do governo Itamar Franco o que resultou em denúncias sobre emendas parlamentares e aposentadoria especial irregulares contra o senador José Paulo Bisol, candidato a vice-presidente pelo PT. Aloísio Mercadante substituiu Bisol na chapa. No final do mês, com a proximidade do lançamento da nova moeda e a perspectiva de redução da inflação futura e, possivelmente pela rejeição de Lula ao Plano Real, as pesquisas de intenção de voto deram empate técnico entre Lula (PT) e Fernando Henrique Cardoso (PSDB) com cerca de 30% dos votos. Miguel (2001) avalia, porém, que, a despeito de outras questões que influenciaram o resultado do pleito de 1994, o Plano Real tornou-se um reforço ao candidato que, associado ao apoio da mídia, foi determinante para sua vitória.

Assim é que, com a economia dando o tom da campanha, em julho de 1994, o lançamento da nova moeda e a estabilização dos preços tornam-se o mote da campanha de Fernando Henrique Cardoso. Desse modo, a retórica produzida pela moeda de 50 centavos ganhou destaque na propaganda eleitoral na TV, com seu poder de compra de inúmeros produtos da cesta básica e Fernando Henrique Cardoso assume a liderança nas pesquisas. Já em agosto daquele ano, uma pesquisa mostra que 70% dos eleitores de Lula se diziam

favoráveis ao Plano Real. Na pesquisa do dia 30, Fernando Henrique possui 40% das intenções de voto, contra 22% de Lula. Todas estes movimentos e desdobramentos do Plano Real são incensados diariamente pela mídia.

Registra-se que, durante a campanha, apareceram fatos negativos para a campanha de FHC, como as denúncias de esquema de corrupção com empreiteiras contra o senador Guilherme Palmeira, candidato a vice-presidente pelo PFL, sendo substituído por Marco Maciel. Outro fato negativo para o candidato FHC e talvez o de maior repercussão foi protagonizado pelo ministro da Fazenda de Itamar Franco, Rubens Ricupero, ao conceder entrevista ao vivo ao *Jornal da Globo*, em setembro de 1994. Ocorreu que, momentos antes da entrevista, nos ajustes de câmera e microfone, o ministro admitiu um comportamento tendencioso do governo a favor de Fernando Henrique, em rara oportunidade de se constatar a variável “apoio do oficial governo” a um candidato. (LATTMAN-WELTMAN, 2004; 2011). A conversa com o jornalista Carlos Monforte (da Globo) era informal e foi captada pelas residências sintonizadas no canal privativo de serviço da Rede Globo. O fato ficou conhecido como o escândalo da parabólica. Os desdobramentos do caso foram a renúncia do ministro, com o então governador do Ceará, Ciro Gomes (PSDB-CE) substituindo Ricúpero no cargo. Fernando Henrique, porém, não sofreu abalos eleitorais com o episódio, atingindo no período 46% das intenções de voto.

Sucessor de Fernando Henrique Cardoso no Ministério da Fazenda, Ricupero revelou, na conversa informal com o repórter, que, promovendo o Real, estaria beneficiando o candidato do PSDB, admitindo, inclusive, que manipulava os dados econômicos do governo em prol de FHC e que sua posição era conveniente para a Rede Globo que, ao colocá-lo no ar permanentemente, encontrava uma forma de beneficiar FHC, sem possibilitar contestação dos outros candidatos. Sobre o episódio, Miguel (2001) confirma que o escândalo teve pequeno impacto eleitoral, “em parte porque a Rede Globo esterelizou seus noticiários eliminando qualquer referência ao incidente.” (MIGUEL, 2001, p.56), também porque o enquadramento da emissora ao episódio destaca somente a arrogância do ministro Ricupero que foi “obrigado” a reconhecer seu erro e a pedir desculpas à nação, na mesma emissora, no programa Fantástico. Na avaliação do pesquisador,

A primeira revelação de Ricupero (a manipulação dos dados econômicos para beneficiar o candidato oficial) é muito grave, mas é a segunda que interessa aqui. Ela coloca a Rede Globo como parte da campanha de Fernando Henrique Cardoso. Comitê eleitoral, governo e emissora buscavam em conjunto estratégias que beneficiassem o candidato. Uma inconfidência que colocou em xeque questões importantes, relativas à

ética jornalística e à ação política da mídia, mas que mereceram pouco destaque no momento. Presa à cobertura da campanha no formato *horse-race*, mesmo a mídia impressa não explorou as implicações do caso, preferindo especular sobre (e medir, através de sondagens de opinião) seu possível impacto na corrida presidencial. (MIGUEL, 2001, p. 57).

Entende-se que a designação cobertura no formato *horse-race*, a que se refere Miguel (2001, p. 57), como a cobertura de campanhas político-eleitorais realizadas pela mídia nas quais o que se destaca não é o processo, mas os competidores; os candidatos discutem a si mesmos e a mídia dá destaque à personalidade, às estratégias, aos relacionamentos mais do que aos programas e aos contextos que dão sustentação ao candidato. No que se refere à cobertura noticiosa da campanha por um veículo impresso este tipo de cobertura evidenciou-se como um achado significativo, conforme se poderá comprovar no capítulo de trabalho.

### **3.3.2 2002: a adaptação de Lula ao modelo discursivo dominante**

A eleição presidencial brasileira de 2002 ocorreu em dois turnos. O primeiro aconteceu em 6 de outubro de 2002 e o segundo, no dia 27 do mesmo mês. Após três tentativas frustradas, Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), elegeu-se presidente com quase 53 milhões de votos. A vitória de Lula foi precedida por um cenário político, econômico e social bastante conturbado, isto porque, durante o segundo mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB), uma grave crise econômica acometeu o Brasil. Iniciando-se logo após as eleições de 1998, como uma crise cambial cujo resultado foi a queda na taxa de crescimento, o desemprego e o aumento da dívida pública. Numa conjuntura de desconfiança e incerteza para investimentos, muitos investidores temiam as medidas a serem tomadas por um candidato de esquerda caso este viesse a ganhar a eleição.

Nesse cenário, passou a ser destacada a necessidade de gerar ‘confiança’ nos operadores do mercado financeiro. A oscilação do câmbio dominou o noticiário desde o final da Copa do Mundo até a eleição; a expressão ‘risco-país’, medida da confiabilidade diante dos credores externos, tornou-se corrente na mídia de massa. Em especial, os principais candidatos à Presidência foram levados a manifestar seu compromisso com a continuidade de alguns dos pilares do modelo econômico vigente – e mesmo apoiar, em uníssono, o novo acordo com o FMI, fechado no início de agosto. Tratava-se de minorar a ‘incerteza’ que as eleições provocaram no funcionamento da economia; ou, dito de outra forma, de procurar restringir brutalmente a margem de manobra do novo governo em relação à política econômica. (MIGUEL, 2003, p. 303).



Ainda em caracterização do cotexto de 2002, Rubim e Colling (2006), em análise da configuração política de 2002, apontam como fator importante para a eleição de Lula o fato de o bloco de centro-direita estar visivelmente desunido em 2002, tornando a escolha do candidato oficial do governo FHC num disputa acirrada e desgastante. Nessa conjuntura, durante meses, foi travada uma intensa batalha para definir o candidato do bloco que deu sustentação ao governo FHC. A disputa envolveu o ex-governador do Ceará, Tasso Jereissati, e o então ministro da Saúde, José Serra, sendo que este último venceu a batalha, tornando-se o candidato do PSDB. Entre os partidos que compuseram a coligação do candidato de FHC, o PMDB ocupou a vaga de vice na chapa com a deputada federal capixaba Rita Camata. Por sua vez, o Partido da Frente Liberal (PFL), também parte da base aliada do governo federal, tinha na então governadora do Maranhão, Roseana Sarney, uma candidata muito forte. Roseana chegou a se aproximar de Lula, nas primeiras pesquisas de intenção de voto. Entretanto, viu-se obrigada a desistir da disputa, após a deflagração da Operação Lunus<sup>34</sup> pela Polícia Federal revelar supostos esquemas de corrupção envolvendo o governo maranhense na empresa de seu marido. Os grandes nomes do PFL acabaram por apoiar Serra. Depois desse episódio, o clã Sarney passou a apoiar Lula e Roseana tornou-se uma das principais líderes do governo Lula no Senado Federal.

Assim, às disputas partidárias do bloco de sustentação do governo tucano, na campanha eleitoral de 2002, somou-se a crise econômica, com a intensificação da desconfiança dos credores externos do Brasil. Uma situação que tornava o país vulnerável ao capital financeiro internacional o que, juntamente com as turbulências da economia mundial, abria um espaço de incerteza, um cenário que levou a uma mudança drástica nas estratégias de campanha do candidato do Partido do Trabalhadores. Acontece que, mesmo em um contexto desfavorável ou até mesmo em função dele, o candidato do PT continuava crescendo nas pesquisas de intenção de voto. Nessas circunstâncias, Lula viu-se obrigado a assinar um texto, que ficou conhecido como *Carta aos Brasileiros*, prometendo que, caso ganhasse a disputa,

---

<sup>34</sup> Referente ao episódio no qual a Polícia Federal encontrou, em março de 2002, 1,34 milhão de reais no cofre da Lunus – empresa de Jorge Murad e sua mulher, a então senadora Roseana Sarney. As investigações apontaram que a Lunus mantinha sociedade oculta com uma empresa que teria desviado até 15 milhões de reais num projeto agrícola financiado pela Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia (Sudam). No escritório de Murad, havia em arquivo papeis referentes à obra da Usimar Componentes Automotivos. O projeto, que previa o gasto de 1,38 bilhão de reais na construção de uma fábrica de produção de peças para carros, teve a ajuda de Jorge Murad nos bastidores e foi aprovado em 1999 pelo conselho deliberativo da Sudam, presidido por Roseana. Para dimensionar o escândalo, basta saber que a Usimar custaria pelo menos dez vezes mais que uma fábrica de autopeças semelhante. O escândalo Lunus acabou custando à Roseana a candidatura à Presidência, que disputaria naquele ano. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/infograficos/rede-escandalos/includes/caso-lunus-box1.html>>. Acesso em: 8 jun. 2016.

não tomaria medidas que representassem grandes mudanças na política econômica brasileira, o que decepcionou setores da esquerda brasileira. Contrariedades à parte, prevaleceu o pragmatismo e o PT, então, muda radicalmente, inclusive e principalmente, afasta-se de posições tidas como radicais. E, após muita discussão interna, o partido aprova uma coligação com o PL (Partido Liberal), tendo o senador mineiro e empresário têxtil José Alencar como candidato à vice-presidência. Em decorrência de todas estas mudanças, na campanha eleitoral, Lula optou por um discurso moderado, prometendo a ortodoxia econômica, respeito aos contratos e reconhecimento da dívida externa do país, conquistando a confiança de parte da classe média e do empresariado. Sobre as mudanças operadas na imagem de Lula, Rubim e Colling (2006, p. 185) avaliam que:

A moderação da política do PT e da imagem de Lula como um negociador foi um processo longamente formulado e construído em termos políticos e de mídia, nos últimos anos, pelo grupo hegemônico do PT. Não é algo meramente eleitoral ou mesmo alguma invenção genial de marketing de Duda Mendonça. A política governou claramente esta conversão midiática.

Em que pese a importância das mudanças estratégicas na campanha de Lula, alterando, de forma significativa sua imagem, um fator foi preponderante e diferenciado na eleição de Lula – o espaço que o candidato ocupou na mídia, sobretudo na maior rede de televisão do país, a *Rede Globo*, mas também o restante da imprensa realizou “a maior e melhor cobertura de todas as eleições presidenciais brasileiras. Os candidatos tiveram suas agendas acompanhadas.” (RUBIM; COLLING, 2006, p. 184). Desse modo, guardando as especificidades de cada veículo, a eleição de 2002 foi marcada por uma superexposição dos candidatos, desde o período pré-eleitoral. Miguel (2003, p. 301) atribui o fenômeno da mudança discursiva ao que ele denomina de “fechamento do campo discursivo.” Quando a mídia reforça o trabalho do campo político de ‘domesticar’ as posturas dos candidatos. “Nas eleições de 2002, o principal instrumento de fechamento do campo discursivo – e enquadramento dos candidatos em um figurino estrito – foi o agravamento da crise econômica.”

Duas estratégias principais de fechamento do campo discursivo podem ser identificadas. A mais evidente consistia na obtenção de promessas por parte dos candidatos. [...] a ‘manutenção’ dos contratos, o pagamento das dívidas externa e interna e o compromisso com o ajuste fiscal.  
[...]

A outra estratégia se dava no agendamento e no enquadramento dos temas. De um lado, pelo silenciamento sobre certas questões. [...] de outro, algumas questões mostravam alta visibilidade.

[...]

A centralidade absoluta dessas questões ficava ainda mais evidente na mídia impressa, destinada a público mais sofisticado. (MIGUEL, 2003, p. 304).

Ainda acompanhando Miguel (2003, p. 306), o recorte ou fechamento discursivo realizado pela mídia, especialmente pelo jornalismo, em 2002, “iluminando certos aspectos em detrimento de outros, beneficiava uma interpretação e suas alternativas”. Comungando com o pensamento do autor, entende-se que, em 2002, Lula “optou por não remar contra a maré, adaptando-se ao modelo discursivo dominante.”

#### 4 O “ESTADO DA ARTE”: ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

mas é que  
 antes de dizê-lo  
 não se sabe  
 uma vez que o que é dito  
 não existia  
 e o que diz  
 pode ser que não diria

Neste capítulo, retoma-se e amplia-se o contexto teórico-metodológico pelo qual se avalia a realização desta pesquisa, explicitando-se, de modo mais detalhado, ontologias e epistemologias que orientam o olhar, tanto em relação à escolha dos fundamentos teóricos que conduziram à determinação de observar o objeto empírico desta investigação pelo viés da interação/comunicação midiática/ jornalística, quanto pela escolha do método e das estratégias metodológicas, por meio dos quais se operacionalizou a apreensão/construção de episódios comunicacionais /jornalísticos que se revelaram significativos e relevantes para a compreensão, em contexto, *dos modos e dizer do jornalismo brasileiro*.

Em convergência com Braga (2016, p.134), entende-se que, se “a sociedade desenvolve historicamente processos interacionais de alcance mais largo que o episódio singular – disponibiliza construções organizadoras, oferecendo diretivas a quaisquer participantes para interações em espaços mais ou menos reconhecidos”. Nesse processo, a mídia, em específico, o que se enfoca, neste trabalho, o jornalismo participa de forma decisiva para o desenvolvimento destes episódios, sobretudo em períodos de campanha eleitoral, recorte que contextualiza, geográfica e temporalmente, o objeto desta investigação: as notícias do jornalismo brasileiro, em período de campanhas eleitorais para Presidência da República, sobre Fernando Henrique Cardoso (FHC) e Luiz Inácio Lula da Silva (Lula), os dois personagens de maior relevância da política brasileira, nos últimos 27 anos, período normalização da democracia, no Brasil, em que ocorreram sete eleições diretas para presidente. Especificamente, analisam-se as notícias em que estes políticos figuram como personagens da notícia, nas eleições em que se elegeram, pela primeira vez, para ocupar o cargo mais alto da nação. Compreende-se, pois, que tais episódios comunicacionais/interacionais são/foram estratégicos e determinantes na disputa eleitoral no Brasil, constituindo-se o *locus* e/ou o contexto principal de estudo da comunicação, tendo em

vista que, “se não há comunicação sem interação social, as interações são o lugar em que mais produtivamente podemos nos aproximar do seu conhecimento.” (BRAGA, 2016, p. 123).

Um conhecimento que passa, sem dúvida, pela linguagem, uma vez que as comunicações ocorrem, em geral, na e pela linguagem, sobretudo a linguagem verbal que é normalmente considerada como essencial para a comunicação humana. Convém ressaltar, contudo, que nem todo processo de interação/comunicação passa pelo acionamento de códigos ou mesmo se restringe a estes códigos. É claro que as linguagens (estruturadas por diferentes códigos) são importantes ao processo interacional, contudo estes não são os únicos determinadores de tal processo. Acompanha-se Braga (2016, p. 136), no entendimento de que o código viabiliza o processo, de interação/comunicação, porém este não se restringe a códigos.

Assim, [...] se os códigos viabilizam a interação (e por isso são constantemente gerados, acionados e transformados), as inferências estão na base da produção de todos os códigos sociais – viabilizando não só o exercício de códigos dados, mas também permitindo composições variadas e plurais de códigos disponíveis e, particularmente, permitindo a criação de códigos para a interação. (BRAGA, 2016, p. 136).

Assim compreendendo, Braga (2016, p. 134) defende que a comunicação é, antes de tudo, tentativa, tendo em vista dificuldades e mesmo impossibilidades quanto a definir padrões fechados de entendimento e/ou de operacionalização de estratégias de produção e recepção de sentidos. Em que pese, porém, o caráter de imprevisibilidade quanto ao desempenho dos participantes, o processo de comunicação não ocorre de forma aleatória, pois “o aleatório implica inexistência de previsão ou resistência [...] O fato de ser tentativa implica que é sempre prevista, buscada e ocorrente – mas se realiza em diferentes graus de efetividade ou sucesso.” Advém desta postulação a proposta do pesquisador quanto à necessária inversão de teses em hipóteses heurísticas nos estudos sobre a interação/comunicação em sociedade.

Na concepção de Braga (2010), uma tese, em geral, aporta uma teoria mais fechada sobre determinado objeto, o que inclui a recorrência à construção de raciocínios lógicos, dedutivos e indutivos para validar seu valor. O autor, contudo, considera imprescindível ao processo de validação e/ou ampliação de uma tese, sobretudo no que se refere ao seu valor elucidativo, atender a outros requisitos, além do seu valor formal. Deve-se, recomenda o pesquisador, acionar a tese como uma hipótese heurística, ou seja, gerar “questões abrangentes, perguntas de pesquisa, modos de abordagem para tratar, com especificidades, fenômenos constatados e objetos singulares do mundo empírico, favorecendo o

desprendimento de novas percepções e implicações, em vez de simplesmente fornecer uma explicação pronta para o mundo.” (BRAGA, 2010, p. 78).

Uma proposição que vem ao encontro da experiência com a construção desta pesquisa, sobretudo na apreensão do objeto empírico, uma vez que a coerência teórico-metodológica não enseja uma construção fechada sobre os fenômenos observados. Bem ao contrário disso, a experiência com o empírico resultou em navegações e ancoragens bem surpreendentes; por vezes, conflitantes; movimentos que possibilitaram desenvolver hipóteses heurísticas, principalmente porque se parte do princípio de que, embora a linguagem seja insuficiente para dar conta de todos os aspectos e/ou sentidos, nas incontáveis situações de comunicação, nesta pesquisa, são os códigos, especificamente os códigos verbais, que permitem a visada primeira sobre os episódios comunicacionais em estudo. De tal maneira que, quando, neste estudo, vislumbrou-se a possibilidade de “desentranhar o comunicacional” dos episódios que estudam a sociabilidade; entender, portanto, a lógica que se institui no contexto social, pela via do jornalismo, em contíguo, também se entende que não se pode restringir o fenômeno a um estudo com foco, exclusivo, na estruturação da linguagem verbal.

Não cabe, portanto, mais um estudo que se limite a descrever a estruturação dos códigos, restringindo-se, ao fim e ao cabo, aos aspectos meramente linguísticos do fenômeno e/ou que se detenha ao estudo da mídia como um polo de produção/emissão de mensagem. Assim, nas escavações, visando entender os processos enunciativos da notícia e, conseqüentemente, os modos de dizer de jornalismo, pela observação da produção noticiosa de um veículo considerado de referência e/ou de prestígio, como o *Jornal a Folha de São Paulo*, a perspectiva comunicacional de Braga (2016) sobre a comunicação, mas especificamente sobre a mídia, direcionou escolhas para o desenvolvimento desta pesquisa. Diz o autor: “mais do que as mídias são os processos interacionais midiáticos que alimentam uma forte variedade de alternativas de pesquisa e de produção de conhecimentos.” (BRAGA, 2016, p.129). Nesse sentido, também e principalmente, cumpre reposicionar e/ou equacionar a questão da linguagem.

Para o estudo da Comunicação, sem desconhecer a forte presença e o acionamento de elementos codificados em toda interação, e maiormente de para-códigos, devem ser enfatizados os processos mais sutis e menos controláveis, não codificados, que necessariamente se põem em marcha para integrar e completar toda e qualquer comunicação, por mais codificada que esta seja. Em síntese: os processos inferenciais.

[...]

Isso corresponde a afirmar que, no processo de produção e reconhecimento do sentido, os participantes de uma interação devem produzir hipóteses para,

de modo inferencial, relacionar os enunciados com o que deve ser a intenção do falante e com a situação contextual em que os enunciados são feitos (BRAGA, 2010, p. 74, 75).

Mas é conveniente ponderar, da postulação do autor, que, se não há como garantir que a interação/comunicação se viabilize exclusivamente na dimensão dos códigos, necessitando, permanentemente, ajustes e interações entre os participantes do processo de comunicação, “isso não significa [...] que a cada episódio interacional os participantes sejam obrigados a inventar e a desenvolver processos *ad-hoc*, inteiramente específicos e originais, a serviço de seus objetivos interacionais.” (BRAGA, 2016, p. 136). A resolução deste impasse, segundo o pesquisador, dá-se pela via dos dispositivos interacionais, tendo em vista que tais dispositivos estabilizam as articulações entre os processos de codificação e os processos de inferências, responsáveis por viabilizar a interação entre os participantes do processo de comunicação. Sobre dispositivos interacionais, o pesquisador afirma:

O conceito é particularmente propício para estudos da mediatização – exatamente porque permite ultrapassar uma referência exclusiva aos ‘meios’ (tecnologias, empresas midiáticas e/ou a forma de seus produtos) ou apenas às circunstâncias muito concretas e imediatas de sua apropriação (a relação ‘direta’ de recepção). Tratar de ‘dispositivos’ permite incluir as incidências institucionais, as mediações que o usuário traz para a interação, as expectativas sobre o usuário, no momento da criação dos produtos – levando à ‘construção do leitor’, aos modos de endereçamento, às promessas e contratos; permite incluir os processos em geral que cercam a circulação mediática; e aí também os contextos significativos de produção, de apropriação e de ‘resposta social.’ (BRAGA, 2006, apud BRAGA, 2016, p. 137).

Advém das postulações de Braga (2016, p. 136) a opção por estudar os processos midiáticos (jornalismo, especialmente), pela via dos seus dispositivos interacionais, responsáveis, de acordo com o autor, pelo ajuste possível entre os participantes nos processos interacionais/comunicacionais. Importa ressaltar, acompanhando o autor, três questões que contribuem para dar mais clareza aos pressupostos teórico-metodológicos que dão base à pesquisa ora apresentada: a) “Há questões claramente comunicacionais que, entretanto, não incluem as mídias como horizonte de observação e reflexão.” (BRAGA, 2016, p.128); b) “As mídias são objeto passível de todas as CHS – e são assim frequentemente tratadas, em perspectiva comunicacional ou não” (BRAGA, 2006, p.12); c) Em que pese o jornalismo ser um fenômeno comunicacional, um “campo prático-teórico das ações midiáticas” (BRAGA, 2015, p. 2), normalmente tem sido estudado, a partir de outras CHS. “Em todos esses ângulos, o que se conhece da comunicação corresponde apenas a aspectos que se manifesta como

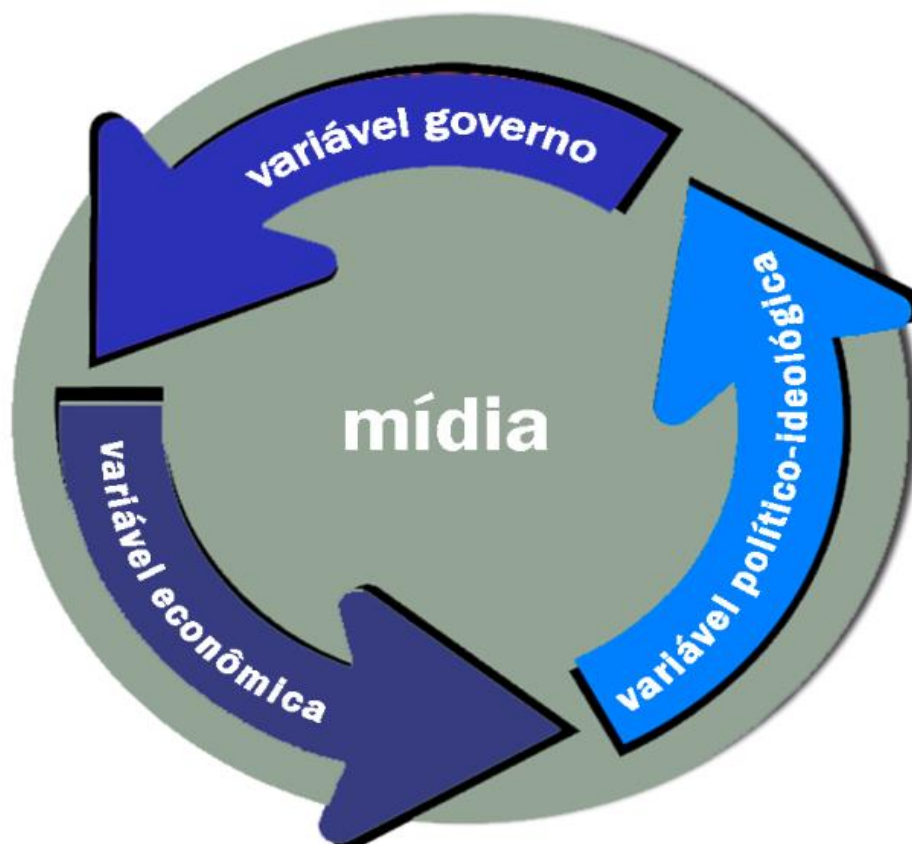
variável dependente.” (BRAGA, 2015, p. 2-3). Este último item foi particularmente inspirador e decisivo para a realização desta pesquisa. Isto porque trabalhar em contexto para compreensão dos modos de dizer do jornalismo, a partir dos processos enunciativos dos acontecimentos noticiosos, mais do que uma decisão teórico-metodológica, tornou-se uma “imposição”, porque a opção por um contexto histórico específico possibilitou, na garimpagem dos estudos sobre linguagem, política e comunicação, comprovar aquilo que é, “de acordo com Braga, a tarefa daqueles que se preocupam em definir epistemologicamente a comunicação: [...] ‘desentranhar o comunicacional’ das Ciências Humanas e Sociais.” (YAMAMOTO, 2013, p.101).

#### 4.1 SOBRE DESENTRANHAR O COMUNICACIONAL: O PROBLEMA DA PESQUISA

A proposta que dá corpo à problematização desta pesquisa, no que tange ao exercício (tentativa) de “desentranhamento do comunicacional”, parte, em contexto, dos achados de Lattman-Weltman (2004; 2011), relativos a quatro variáveis conjunturais eleitorais determinantes na disputa das eleições presidenciais brasileiras, entre 1989 a 2010, (já evidenciadas neste trabalho no terceiro capítulo e aqui ratificadas): a) controle da economia/expectativas econômicas; b) candidatura oficial/popularidade do governo em exercício; c) ocupação do centro do espectro político-partidário-ideológico; d) timing da mídia/engajamento da mídia na disputa eleitoral. Problematiza-se que, na mídia/jornalismo/notícia, concentram-se as demais variáveis do modelo (dão-se a ver), uma condição que transforma a comunicação/mídia em vetor de integração daquelas variáveis, mas, principalmente, vetor de interação entre as diferentes instituições e/ou campos sociais, o que implica reafirmar o papel estratégico do jornalismo como uma instituição política. A Figura 8 dá visualização ao movimento que se operacionalizou na inversão das variáveis eleitorais conjunturais, colocando a comunicação/jornalismo em primeiro.



Figura 7 – A Variável Mídia em Primeiro



Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Acompanhando Braga (2015, p. 3), conceber a comunicação por este viés não significa que se está pretendendo que a diversidade e a multiplicidade dos fenômenos sociais sejam puramente determinadas ou subsumidas pelo fenômeno comunicacional (o jornalismo aqui entendido, antes de tudo, como um fenômeno comunicacional midiático), mas postular que, se a comunicação faz parte constituinte de tais processos, isto implica não considerar os demais fenômenos (sociológicos, psicológicos, culturais, políticos, etc.) como “primeiros, antecedentes, em relação ao fenômeno comunicacional – ainda quando sejam conformadores ou direcionadores de episódios específicos de comunicação.” Como se observa no gráfico, do exercício de desentranhamento do comunicacional, emergiram duas questões/ou problemas nucleares, em torno das quais esta pesquisa gravita, e busca, em tentativa, resolver, a saber: 1) *Os episódios comunicacionais/interacionais presentificam-se e se instituem, no acontecimento noticioso, de modo que se podem inferir, pelo acionamento dos dispositivos interacionais, as demais variáveis eleitorais conjunturais determinantes na disputa das eleições presidenciais brasileiras, segundo o modelo de Lattman-Weltman (2005; 2011);* 2)

*Tais variáveis, construídas discursivamente, apontam para o regime de verdade sobre os personagens Fernando Henrique Cardoso e Lula e, conseqüentemente, para os processos enunciativos constituintes dos modos de dizer do jornalismo impresso brasileiro, personificado no jornalismo de referência praticado pelo periódico a Folha de São Paulo. Questões e/ou problemas que definem os objetivos da presente investigação: a) Analisar os processos enunciativos que constituem os modos de dizer do jornalismo impresso brasileiro; b) Compreender, pelo acionamento dos dispositivos interacionais, o regime de verdade operacionalizado pelo Jornal a Folha de São Paulo, na construção discursiva dos personagens Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva.*

Assim, a problematização e os objetivos que norteiam esta pesquisa definem a opção por um aparato metodológico, conforme se descreverá, detalhadamente, adiante neste capítulo e, em correlato, a escolha de um referencial teórico o qual ampliou, nos termos de Silva (2011, p. 34), “o campo de observação do fenômeno.” O pesquisador ressalta, todavia: “o referencial teórico é uma lente” [...] “ajuda a ver o fenômeno” [...] “amplia o campo de observação, mas não é uma visão de mundo completa nem substitui o olhar do pesquisador sobre seu objeto.” Silva (2011, p.35) alerta, ainda, para o fato de que, em muitas pesquisas, referencial teórico e metodologia desencontram-se, quando deveriam convergir. “O ideal é fazer derivar a metodologia do referencial teórico.” Uma recomendação que orientou a constituição da ferramenta metodológica nesta pesquisa. De tal modo que se faz necessário, neste momento, retomar as dimensões ontológicas e epistemológicas que subjazem às opções metodológicas desta investigação.

Como se vem discutindo neste trabalho, esta pesquisa situa-se nos espaços de interface de três campos de conhecimentos: a comunicação/comunicação midiática, em específico, o jornalismo; os estudos sobre política, mais assertivamente aqueles que se detêm nas articulações entre a comunicação e a política no Brasil e os estudos da linguagem, na dimensão interlocutiva da linguagem, em concepção intrinsecalista da pragmática, em especial, a perspectiva conversional da pragmática (RODRIGUES, 1996), a linguística da enunciação (CULIOLI, 1990, 1999a, 1999b, 1996), a semântica linguística e a semântica do acontecimento. (GUIMARÃES, 2005).

No que se refere à comunicação, a postulação de Braga (2016, 2015, 2013, 2010a, 2010b, 2008, 2006), quanto ao fenômeno comunicacional constituir o cerne dos processos de constituição e/ou de transformação de códigos e instituições sociais, forneceu o norte a partir do qual se foi montando o arcabouço teórico deste trabalho. Entende-se com o pesquisador que a instância comunicacional é a condição do surgimento, da permanência e/ou da

modificação e transformação de sistemas de interação humana, uma concepção que evidencia, principalmente, o caráter transformador da comunicação, responsável, inclusive e principalmente, pelo *devoir* que estabiliza e desestabiliza, continuamente, pessoas e instituições. Nesses termos, Yamamoto (2013, p. 103), em leitura do pensamento de Braga, explica que as transformações podem resultar em grandes ou pequenos processos comunicativos e se realizam, em todas as épocas e em todos os contextos, mas, nas sociedades modernas e contemporâneas, intensificam-se “pela dissolução de seus antigos modos de organização semântico-estrutural e redefinição de novas formas de circulação interna de sentido.” De acordo com o pesquisador,

Esse processo é dado socialmente, por tensionamentos situacionais onde interagem três elementos: *o imaginário* (conjunto de discursos ou subjetividades circulantes), *o real percebido* (a prova empírica, a materialidade discursiva) e *as racionalidades locais* (responsáveis pela aderência ou correspondência de um imaginário com um real percebido). Porém, observa Braga, esses três elementos permaneceriam inertes ou desordenados na sociedade se não houvesse um outro elemento, de natureza processual que os faz circular e “negociarem” entre si, ou seja, que torna possível a operação simbolizante permitindo a deliberação coletiva e, desse modo, a construção social (consentida) dos sistemas de significação. Esse outro elemento é *a comunicação*. (YAMAMOTO, 2013, p. 103, grifo nosso).

Uma lógica intrínseca ao jornalismo uma vez que entendemos ser este uma instituição e/ou um campo que se constitui por meio de uma prática de comunicação que tem como função perceber e construir um conhecimento sobre a realidade social. (BERGER; LUCKMANN, 2009; (ALSINA, 2009); (HACKETT, 1993); (TUCHMAN, 1993). Assim considerando, o jornalismo tem um papel socialmente legitimado e institucionalizado de transformar fatos da realidade social em acontecimentos socialmente relevantes da realidade pública. De acordo com Alsina (2009, p. 47), “essas competências são realizadas no interior de aparelhos de produção, circulação e reconhecimento específicos: a mídia”. Perspectivas que contribuem para a objetivação da ontologia e da epistemologia de Braga (2015, p.132), em sua proposição de “assumir a centralidade do fenômeno comunicacional”, indo “além das perguntas já elaboradas”, principalmente, “desenvolver questões mais próximas do fenômeno comunicacional, para além das preocupações que determinam o olhar nas demais disciplinas, estabelecidas”. Em síntese: “desentranhar o comunicacional”, nos espaços de articulação ou de interface desta com outras Ciências Humanas e Sociais, colocando o fenômeno comunicacional no epicentro dos estudos, das discussões e das tomadas de decisão da área,

sem atribuir, contudo, à comunicação um status superior às outras ciências ou obscurecer e/ou “considerar as incidências das questões próprias às demais áreas (disciplinares ou práticas)”. Estas entram aqui como “modulações.” (BRAGA, 2015, p. 132).

Entendemos que os episódios comunicacionais ocorrem sempre ‘pré-moldados’ pelos processos sociais mais amplos em que se desenvolvem – e que deveriam igualmente *ser examinados* em contexto, para não perdermos a complexidade de suas vinculações. O contexto mais amplo e mais geral em que podemos inscrever todo e qualquer processo interacional corresponde ao ambiente das *instituições sociais* – que caracterizam o ‘historicamente dado’, no qual todo o social se elabora.

[...]

Outro contexto abrangente de inscrição necessária dos processos comunicacionais é o das linguagens acionadas para a interação. Assim, uma aproximação entre instituições sociais e linguagem parece ser uma necessidade prévia para pensarmos nosso âmbito de questionamento comunicacional. (BRAGA, 2010, p. 42).

Concebendo-se, pois, o jornalismo e a linguagem como instituições, considera-se apropriado realizar o estudo do jornalismo e da linguagem como esferas ou instâncias interdependentes, uma perspectiva que viabiliza estudar o jornalismo, identificando os processos de interação realizados por esta instituição, sobretudo em momentos de campanha eleitoral, quando mais se evidencia, mais fortemente, a institucionalização política da mídia/jornalismo, pela via de seus processos enunciativos, uma decisão teórico-metodológica fundamental para dar conta dos objetivos desta pesquisa, mantendo-se a recomendável coerência entre o referencial teórico e a metodologia, já que se parte da premissa de que a interação/comunicação ocorre, fundamentalmente, pela articulação de dois processos: o acionamento de códigos compartilhados entre os participantes e o exercício de inferências; processos estes que se podem estabilizar em dispositivos interacionais os quais “colmatam os limites já existentes dos códigos e os ajustam às condições específicas da interação.” (BRAGA, 2015, p. 4). Afinal, “o ato jornalístico está associado histórica e, ontologicamente, ao processo de enunciação, enquanto processo que envolve as dimensões do dizível – um ‘fazer sair’, ‘fazer aparecer’ e a emergência do dito.” (CULIOLI, 2010, p. 24 apud FAUSTO NETO, 2012, p. 47-48).

Seguindo-se, então, a lógica de que ao jornalismo cabe, por natureza, um domínio de técnicas e de conhecimentos que o transformam em *operador do dizível*, ao tecer, segundo operações que lhe são singulares, uma construção da realidade e das coisas na e pela linguagem, é que, neste trabalho, para dar conta da dimensão da linguagem, especialmente em relação à escolha das táticas de leitura e de análise do objeto empírico, considerou-se

apropriado adotar o aporte teórico e metodológico da linguística da enunciação, a partir da Teoria das Operações Predicativas e Enunciativas ou a Teoria das Operações Enunciativas – a TOPE (CULIOLI, 1990, 1996, 1999a, 1999b), uma abordagem linguística que se organiza a partir dos traços linguísticos que os sujeitos deixam em seus enunciados, interessando-se pela modalidade, pelos tempos verbais, pelas pessoas linguísticas, etc., quando os sujeitos mobilizam a língua no processo de enunciação. (MAINGNEAU, 1996 apud NEVES, 2006, p. 44). Assim, é na ancoragem nas formas e na observação destas, em enunciados, que se busca entender/descrever a enunciação das notícias, descrição a partir da qual se fará, em contíguo, o acionamento dos dispositivos interacionais. Convém esclarecer que optar pela enunciação como objeto, na teoria culioliana, é abordar a linguagem sob duas maneiras: a) como “objeto correspondendo a um *material verbal*, a um conjunto de formas [...] num determinado arranjo e organização; b) como *atividade* relativa aos que a praticam e a manifestam (em produção, compreensão), e que corresponde a uma atividade fundamental do homem.” (PAILLARD; FRANCKEL; VOGÛE, 2013, p. 9).

É, também e, principalmente, observar a significação entre o enunciado e os sujeitos, tendo em vista que, em todo enunciado, suposta está uma intenção de significação, passível, porém, de desvios e ambiguidades. Enfim, de estabilidades e instabilidades que constituem os movimentos da enunciação que se dão em rede ou em cadeia e estabilizam-se em enunciados. Nesses processos, os sujeitos do dizer ou da enunciação são os vértices do circuito da produção e da recepção, daí a importância de se tentar compreender e descrever a enunciação no jornalismo brasileiro, pelo mapeamento das marcas linguísticas dos enunciados, verificando-se como tais marcas são utilizadas (ou modalizadas) pelos jornalistas na construção de dispositivos enunciativos que viabilizem instruções ao receptor (interlocutor) para que este refaça as operações do emissor-jornalista (interlocutor), criando, assim, universos de referência compartilhados.

Nesses termos, acredita-se que a tática de leitura e análise viabilizada pela TOPE permite aprender, nos traços linguísticos, informações que, acionadas pelo processo de inferência, possam apontar para “incidências institucionais”; “construções do leitor”; “modos de endereçamentos”; enfim, “contextos significativos de produção”, de apropriação e de “resposta social.” (BRAGA, 2006 apud BRAGA, 2016, p. 137). Necessário se faz esclarecer, contudo, que, ao contrário de outras abordagens linguísticas, como as clivagens linguístico/cognitivo ou ainda linguístico/pragmático, que veem as formas como meios ou instrumentos empregados pelo sujeito falante, a TOPE não separa as formas dos sujeitos. “Trata-se não de sujeitos que utilizam formas, mas de formas que marcam e constroem sua

presença, formas que traçam a atividade dos sujeitos (sob a ótica que essas formas lhes conferem).” (PAILLARD; FRANCKEL; VOGÛE, 2012, p. 9).

As observações que alimentam a formalização são enunciados ou fenômenos que, recolhidos na proliferação da língua, não necessariamente se impõem de imediato, e cuja pertinência, na busca por coerência, demanda um esforço de abstração e um rigor de raciocínio ainda mais intenso por estarem ancorados em fatos de língua precisos e inéditos [...] Com efeito, observa-se aqui uma espécie de “cartão de visitas” próprio a esse movimento teórico, que consiste em trazer à tona dados originais geralmente ignorados ou deixados de lado como secundários ou sem interesse. (PAILLARD; FRANCKEL; VOGÛE, 2012, p. 9,10).

Nesta perspectiva, é que se dá, neste trabalho, o encontro da linguística da enunciação com a semântica linguística e a semântica do acontecimento, pela óptica de Guimarães (2005). Segundo o autor, a enunciação é um acontecimento de linguagem e, como tal, realiza-se pelo funcionamento da língua, na relação, historicamente constituída, do sujeito com a língua, o que implica considerar a enunciação como uma prática política. Vem daí a compreensão de que a análise do sentido da linguagem deve localizar-se no estudo da enunciação, do acontecimento do dizer, logo, saber o que significa uma forma linguística é compreender que seu funcionamento é parte da constituição do sentido do enunciado enquanto enunciado de um texto. Em outras palavras, uma forma linguística só tem sentido em enunciados e estes são constitutivos do sentido do texto. Para Guimarães, porém, o movimento integrativo (BENVENISTE, 1996 apud GUIMARÃES, 2005), pelo qual o sentido de uma unidade linguística está condicionado ao modo como este elemento linguístico constitui uma unidade maior e mais ampla, ultrapassa a dimensão enunciado-texto para o acontecimento de linguagem (uma orientação que se segue nesta pesquisa). Sobre a relação integrativa da linguagem, o autor ressalta:

Vê-se que ao fazer este uso da relação integrativa, a despeito de Benveniste ter dito que ela não permitia passar do limite do enunciado, estou dizendo que há uma passagem do enunciado para o texto, para o acontecimento que não é segmental. É uma relação de sentido.

[...]

Tratar a enunciação coloca de saída a questão do sujeito que enuncia e, assim, a questão do sujeito da linguagem. E, para meus propósitos, isto deve levar a uma recolocação do lugar dos estudos da enunciação num espaço distinto que eles tiveram ou têm ainda em certas formulações. Para mim o tratamento da enunciação deve se dar num espaço em que seja possível

considerar a constituição histórica do sentido. (GUIMARÃES, 2005, p. 7-8).

É, pois, partindo do princípio de que a enunciação deve considerar a constituição histórica do sentido, numa relação integrativa não segmental, que se organizou o material de análise desta investigação em cenas enunciativas, construídas, segundo a perspectiva teórica de Guimarães (2005, p. 27), “por sobre a segmentalidade, ou seja, sobre as fronteiras dos enunciados”. Para tal, o aporte teórico da TOPE possibilitou ir ao encontro dos dados linguísticos, os quais foram reunidos em cenas enunciativas. Conforme se concebe neste trabalho, uma cena enunciativa constitui-se pelos modos específicos de acesso à palavra pelos sujeitos da enunciação, estes modos são decorrência das relações entre as figuras da enunciação e as formas linguísticas. (GUIMARÃES, 2005). Nas cenas enunciativas, localiza-se *o espaço e os lugares de enunciação* e, por meio destes, identifica-se *a posição do sujeito no acontecimento jornalístico*. Portanto, a partir das cenas enunciativas, tornou-se possível acionar os dispositivos interacionais das notícias que compõem o corpus de análise da pesquisa, indo ao encontro da *interação que o jornal realiza com o leitor; a posição do jornal sobre os estados de coisas/fatos narrados* e, em consequência, *os regimes (critérios) de verdade e de valor sobre os personagens: Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva*.

Em síntese, esta pesquisa, considerando as concepções teórico-metodológicas que orientaram escolhas e viabilizaram tomar como objeto de análise os acontecimentos noticiosos, realiza ancoragem nos seguintes princípios:

- a) nos processos interacionais que ocorrem na sociedade, a comunicação, em geral e, especificamente, a comunicação midiática, situa-se no cerne dos processos de transformação de códigos e instituições sociais, tornando-se inviável qualquer processo social sem o exercício da comunicação entre os partícipes deste processo .(BRAGA, 2016, 2015, 2010, 2006);
- b) a instituição mídia e a instituição linguagem são indissociáveis no processo de interação e transformação social; “estudando as mídias, estamos observando instituições e linguagens comunicacionais em vias de constituição.” (BRAGA, 2010, p. 43);
- c) o jornalismo (fenômeno comunicacional, um subsistema do sistema midiático) é uma instituição política que ajusta, seleciona e direciona e, principalmente, constrói sentidos e percepções sobre a realidade, amparado pela lógica de um

“regime de verdade”, formatado no tempo e na enunciação de um dizer “verdadeiro”;

- d) o acontecimento noticioso, como principal produto jornalístico, é construído por procedimentos de controle, de seleção e organização institucional, atravessados e tensionados pelas relações de poder que determinam a validade do que é produzido e publicizado pelos diferentes suportes tecnológicos;
- e) as notícias são, antes de tudo, um acontecimento de linguagem que ocorre pelas vias da enunciação, um espaço político “habitado por sujeitos divididos em seus direitos ao dizer e aos modos de dizer” [...]; “espaços constituídos pela equivocidade própria do acontecimento: da deontologia que organiza e distribui papeis, e do conflito, indissociado desta deontologia, que redivide os papeis sociais. O espaço de enunciação é um espaço político.” (GUIMARÃES, 2015, p.18);
- f) “o que se diz é incontornavelmente construído na linguagem.” (GUIMARÃES, 2015, p. 7), contudo a linguagem não se reduz ao código (no sentido saussuriano), tampouco às regras estritamente linguísticas. Para além dos códigos, os sentidos são acionáveis pelos dispositivos interacionais (códigos + inferências).

Tais posicionamentos ensejaram a opção de analisar o objeto empírico desta pesquisa, utilizando-se a estratégia metodológica proposta por Braga (2008a) denominada de *Indiciária e Inferencial* articulada com os pressupostos da TOPE, na aplicação de três movimentos ou táticas de leitura: *extração, varredura e flechagem*. (CULIOLI 1990, p. 182 apud GONÇALVES; CUMPRI, 2012, p. 64) em fusão com a proposta teórico-metodológica de Moraes (2003, p. 191, 192,193) nos movimentos de: *desmontagem do texto ou unitarização, categorização e captação do novo emergente*. Da realização das táticas ou movimentos de leitura, chegou-se aos blocos de sentido dos acontecimentos noticiosos e à posterior construção das cenas enunciativas das notícias a partir das quais, pelo acionamento dos dispositivos interacionais, chegou-se aos processos de interação realizados pelo jornalismo bem como ao regime de verdade (parte constitutiva do processo de interação) nas notícias sobre FHC e Lula.



## 4.2 A ARQUITETURA DO OBJETO DA PESQUISA

Antes de se passar à etapa de elucidação do método e detalhamento dos procedimentos metodológicos, as táticas de leitura utilizadas, importa esclarecer que se toma, nesta pesquisa, como parte da categoria metodologia, tanto o método de abordagem de abstração mais elevada quanto os métodos menos abstratos, inclusos procedimentos e técnicas empregados. (LUKATOS, MARCONI, 1992, p. 106, apud SANTAELLA, 2001). Nesses termos, a construção do nosso objeto de pesquisa passou “por um sistema de relações expressamente construídas” [...] “através de um longo processo de objetivação que percorre toda a pesquisa, desde a escolha do problema para estudo, seu recorte e estruturação, passando pelos procedimentos técnicos de coleta de dados e chegando à sua explicação e teorização.” (LOPES, 2010, p.35). Isto posto, inicia-se a descrição da metodologia, iniciando com o indicial e o inferencial; passando-se, em seguida, para os protocolos de leitura e construção das cenas enunciativas.

### 4.2.1 Em busca dos sentidos: o método indicial e inferencial

Sobre a designação e suas implicações na aplicação do método, explica-se que *indiciário ou indicial* refere-se ao conceito semiótico de índice o qual significa uma função sígnica de representação de outro signo. O conceito, em apropriação de Braga (2008), indica a procura por “pistas dentro de um conjunto provável de casualidades – dados descritivos, casos singulares (às vezes negligenciáveis) –; depois, a sistematização dessas pistas e a proposição inferencial.” (YAMAMOTO, 2013 p. 105). Partindo dos estudos de Becker (1993), Burke (2010), Ginzburg (1989) (apud BRAGA, 2008, p.78), Braga aponta estratégias centrais no paradigma indiciário: “o estudo de casos singulares; a busca de indícios que remetem a fenômenos não imediatamente evidentes; a distinção entre indícios essenciais e acidentais; o tensionamento mútuo entre teoria e objeto; a articulação entre indícios selecionados e a derivação de inferências.”

Como afirma Ginzburg (1989, p. 177 apud BRAGA, 2008, p. 79),

Se a realidade é opaca, existem zonas privilegiadas – sinais que permitem decifrá-la. Essa ideia, que constitui o ponto essencial do paradigma indiciário [...], penetrou nos mais variados âmbitos cognoscitivos, modelando profundamente as ciências humanas.

Ainda sobre os indícios, Braga (2008, p. 79) orienta que é necessário perceber a relação entre estes e o ângulo para o qual os indícios serão reveladores de sentido, mas alerta sobre a necessidade de fazer articulações entre os níveis de percepção dos indícios essenciais e acidentais. Tal diferenciação, pelo menos, depende: a) do problema de pesquisa – ou seja, o tipo de percepção que buscamos a respeito de nosso caso; b) as estruturas e processos próprios do objeto ou situação – suas <<lógicas>> de articulação interna, de desenvolvimento, de relações com o contexto; c) conhecimento disponível sobre o tipo de objeto e sobre âmbitos em que este se processa – o que envolve principalmente, mas não exclusivamente, o conhecimento teórico. São determinantes que, ainda segundo o autor, afetam-se mutuamente, o que torna mais complexa a busca por indícios que, efetivamente, respondam aos questionamentos que se impõem no processo de pesquisa.

Neste caso, é preciso atentar para o fato de que, apesar da relação próxima com os eventos concretos, o indiciário não necessariamente corresponde só à dimensão empírica do fenômeno estudado. Na aplicação do método, Braga (2008, p. 78) orienta que é preciso cuidado para não se acumular e descrever dados empíricos a respeito de um objeto, “sem selecionar e fazer inferências” [...] “Uma perspectiva empiricista ficaria apenas na acumulação de informações e dados a respeito do objeto singular”. “Diversamente, o paradigma indiciário implica fazer proposições de ordem geral a partir dos dados singulares obtidos”. Uma condição que exige do pesquisador realizar processos tentativos que se realizam em idas e vindas entre os três determinantes, em processo de tensionamento, em que questionar e testar torna-se imperativo para a pesquisa, tendo em vista a possibilidade de um mesmo indício tornar-se pista para diferentes interpretações, principalmente quanto à relação dos indícios com a realidade. Nesse caso, convém esclarecer que “os indícios não remetem <<de modo direto>> à realidade a ser capturada”, todavia “é do conjunto de indícios relacionados pela pesquisa que se podem inferir lógicas, processos e estruturas que caracterizam o caso.” (BRAGA, 2008, p. 81).

No caso específico das lógicas e reconhecimentos dos sentidos produzidos em situações de comunicação/interação, é tradição dos estudos sobre a linguagem, especialmente a linguagem verbal, enfatizar o código como ponto de partida e de chegada, nos processos de interação e, mesmo quando o código não é a língua, há a predominância ou, pelo menos, a intenção de enfatizar os códigos nos modos de compreender o fenômeno interacional/comunicacional. Para Braga (2010), ainda o que se procura tanto na linguagem verbal quanto nas demais linguagens ou mesmo nas para-linguagens “são os elementos regrados, mesmo quando as substâncias não autorizam mais uma categorização de para-

código às construções observadas.” (2010, p. 74). Nas situações concretas de linguagem, porém, o que se constata é que o desvendamento da codificação revela-se insuficiente para compreensão dos sentidos dos enunciados. É o que pondera Rodrigues (2001, p. 142), ao observar que, numa situação de interlocução, os sentidos não decorrem de uma relação codificada entre uma materialidade significante e um significado. Em muitos casos, os interlocutores são levados a inferir sentidos diferentes daquilo que as formas verbais significam literalmente, em função da relação codificada entre o significante e o significado. O autor explica que:

Apesar de a comunicação verbal utilizar significações linguisticamente codificadas, nem sempre são essas significações que os interlocutores realizam e comunicam efectivamente. Temos que reconhecer, por conseguinte, que não utilizamos apenas processos de codificação e decodificação para produzirmos e compreendermos o sentido dos enunciados que trocamos entre nós no decurso dos processos de interacção; utilizamos também processos inferenciais de natureza cognitiva, em que intervêm, além das formas verbais, elementos extraídos do contexto que formam o quadro enunciativo. (RODRIGUES, 2001, p. 142)

A reflexão sobre a importância dos processos inferenciais na atribuição de sentidos baseia-se no fato de que as informações do mundo extralinguístico estarão presentes em qualquer situação de comunicação o que “obriga” os interlocutores a buscar sentido na relação do enunciado com os elementos contextuais que, em alguns casos, levam os participantes de uma significação até mesmo contrária daquilo que o enunciado significa literalmente. Eis porque, ainda acompanhando Rodrigues (2001, p. 143), além do código, torna-se igualmente imprescindível que os participantes do processo de comunicação tenham acesso ao contexto ou ao quadro em que a enunciação ocorre, levando-se em conta que “o quadro enunciativo é formado por crenças ou por hipóteses mais ou menos seguras, nomeadamente por hipóteses de natureza factual”, uma lógica presente na própria conceituação de inferência de Sperber e Wilson (1989, p. 170 apud RODRIGUES, 2001, grifo do autor): “*um processo no termo do qual uma hipótese é admitida como verdadeira a partir de outras hipóteses que são à partida admitidas como verdadeiras ou prováveis. Uma inferência é portanto uma forma de fixação de crenças.*” Razão pela qual, afirmam os autores, que “há um abismo entre as representações semânticas das frases e os pensamentos realmente comunicados pelos enunciados. Este abismo não é preenchido por mais codificação, e sim pela inferência.” (SPERBER E WILSON apud BRAGA, 2010b, p. 75). Como perspectiva teórico-metodológica, porém, Costa (2005) entende que o processo “inferencial de captura extraliteral” começou a ter

atenção de “especialistas como Sperber e Wilson (1986) e Levinson (2000)” a partir do “enraizamento da semântica e da Pragmática no interior das ciências cognitivas.” (p. 108).

A afirmação dos autores vem ao encontro dos estudos da pragmática – na concepção intrinsecalista conversional, principalmente – (RODRIGUES, 1996) quanto à tese de que os processos inferenciais, tanto nas implicações<sup>35</sup>, como nas pressuposições<sup>36</sup>, são estratégias que os usuários da língua são levados a realizar para que se realize a interação e a dialogia, movimentos essenciais ao processo de comunicação. Em resumo, “inferências são tentativas de interpretar os fenômenos que escapam à ordem do cognoscível, de organizar misturas não métricas ou heterogêneas” (YAMAMOTO, 2013 p. 105). É fundamental registrar que há uma diferença entre os processos inferenciais que se usam nos discursos espontâneos da vida cotidiana e os processos inferenciais especializados, utilizados para a demonstração de descobertas científicas, quando o inferencial torna-se um método, como o estamos utilizando neste estudo. Braga (2008, p. 83, 84) propõe a construção de modelos explicativos nos quais e pelos quais indícios e inferências aproximem o olhar do pesquisador das “lógicas processuais básicas que fazem o objeto “funcionar”, tanto em sua organização interna (articulação entre as partes); como nas relações com contextos e outras situações com que este entra, relevantemente, em relação.”

Em continuidade às explicações sobre modelos explicativos, a recomendação de Braga (2008, p. 83) é que o pesquisador busque explicitar as regras internas de funcionamento do objeto por meio dos indícios a que teve acesso e, a partir destes, relacionados entre si, passar à realidade percebida indiretamente pela realização de inferências. Ocorre que, ainda neste patamar, o modelo explicativo e as inferências desenvolvidas, “podem gerar uma impressão de obviedade”; por este motivo, “as inferências devem passar por um segundo nível de teste: o enfrentamento da falseabilidade decorrente das objeções.” (BRAGA, 2002, p. 83). Neste caso, será preciso observar se há indícios que contradizem o modelo ou verificar incoerência da articulação com as hipóteses. Cumpridas estas etapas, passa-se a “um trabalho de <<descoberta>> ou <<invenções>> que é inevitavelmente um processo de risco.” (BRAGA, 2008, p. 84). Nota-se que, embora o pesquisador esteja seguindo discutindo a

---

<sup>35</sup> **Implicação ou implicação conversacional** (inglês *implicature*) Processo lógico utilizado pelos interlocutores com vista à averiguação do sentido daquilo que dizem. A implicação distingue-se da implantação lógica. (inglês *implication*). (RODRIGUES, 1996, p.127).

<sup>36</sup> **Pressuposição** (inglês *entailment*) Enunciado(s) de cuja validade depende o sentido dos enunciados postos pelos interlocutores. (RODRIGUES, 1996, p.127).

aplicabilidade do método aos estudos de caso<sup>37</sup>, (BECKER, 1993, p. 127 apud BRAGA, 2008, p. 83), considera-se que uma investigação que não se constitui, exatamente, num estudo de caso, como a que se desenvolve neste trabalho, comporta o uso dos movimentos pelo método indicial e inferencial. Confirma-se com Braga (2008, p. 86):

A derivação de conhecimento mais amplo com base em pesquisa indiciárias não se baseia na premissa de <<tipicidade>> ou de <<representatividade>> do caso singular – mas sim na constatação da <<possibilidade de existência>> do fenômeno – ainda que de baixa frequência ou mesmo única. É possível, então, pesquisar e teorizar sobre as condições sociais dessa possibilidade. Pode-se, assim, fazer <<declarações teóricas mais gerais>> – isso completa <<a teoria do caso>>, ao lado da elucidação das regras internas e das lógicas de contextualização.

Cumprir fazer aqui uma leve exemplificação da construção dos modelos realizados nesta investigação. Em relação ao universo de notícias na campanha eleitoral de 1994, tem-se como indício relevante: FHC esteve presente em 39 notícias com chamada de capa, enquanto Lula, seu principal oponente, esteve em 11 matérias de capa. Um indício que leva à inferência de que a *Folha* trata, assimetricamente, os dois candidatos como personagens da notícia, chegando-se à conclusão (um tanto óbvia) de que o candidato oficial do Planalto tem maior destaque na mídia, confirmando-se o modelo de variáveis eleitorais conjunturais de Lattman-Weltman (2004, 2010). Em sequência, no “enfrentamento da falseabilidade”, pode-se constatar que, das 11 matérias nas quais Lula figura como personagem principal, 06 fazem relação direta com FHC, um indício que leva à inferência de que não há contradição com a primeira etapa e aponta para a confirmação da hipótese de que, na variável engajamento da mídia, pode-se observar “confirmar” que o jornalismo, além de potencializar as demais variáveis, no processo das eleições de 1994 aderiu, sem ‘cerimônias’ ao projeto FHC. Experiências como esta foram confirmando a adequação do método indicial e inferencial. Mas a opção pela metodologia reserva questões que merecem atenção, quando da análise, a começar pelo fato mais relevante: realizar, conforme Braga (2008, p. 81, 82), “o tensionamento mútuo entre teoria e objeto empírico.”

---

<sup>37</sup> [...] meio de organizar os dados sociais preservando o caráter do objeto social estudado [...] uma abordagem que considera qualquer unidade social como um todo [...] [e] inclui o desenvolvimento dessa unidade, que pode ser uma pessoa, uma família, ou outro grupo social, um conjunto de relações ou processos (como crises familiares, ajustamento à doença, formação de amizade, invasão étnica de uma vizinhança etc.) ou mesmo toda uma cultura [...]. (GOODE; HATT, 1968, p. 422).

Para além dos processos de observação e levantamento de indícios, precisa-se, naturalmente, de fundamentos teóricos na base de um estudo de caso. Uma visão empirista que pretendesse extrair conhecimento diretamente do material ou situação observada, a olhos nus, não iria muito além de descrições superficiais, de senso comum ou em perspectivas idiossincráticas. [...]

Por outro lado, chegar ao caso de estudo rigidamente aparelhado de teorias irremovíveis também não promete grandes avanços de conhecimento. A tendência, aí, seria demonstrar que a visão teórica pré-adotada é capaz de explicar totalmente o caso singular selecionado. Neste caso, a pesquisa se limitaria a ilustrar a teoria com mais um caso. Nem se desenvolve a teoria, nem se amplia o conhecimento do caso em sua singularidade – limitando o resultado do estudo a uma descrição do objeto nos termos da teoria tal ou a uma categorização do caso em um sistema classificatório aporístico.

Tomando-se, por conseguinte, as orientações e os cuidados na aplicação do método, registra-se que, nos protocolos de leitura/análise, para a construção das cenas enunciativas e posterior análise, a recomendação do autor tornou-se fundamental nesta investigação.

#### **4.2.2 A constituição histórica dos sentidos: o jornal, o universo e o *corpus***

Por imprescindível e porque esta análise tem como objeto os processos enunciativos das notícias do jornalismo impresso, os quais dão forma e/ou corporificam os modos de dizer do jornalismo, traz-se à cena, com Charaudeau (2009), a importância dos dispositivos, numa leitura que guarda convergência com os “dispositivos interacionais”, de Braga (2016). Por dispositivo, refere-se Charaudeau (2009), ao material que toma corpo e se manifesta de maneira codificada. Assim, o dispositivo dá forma à articulação entre os movimentos do contrato de comunicação, referido no segundo capítulo; materializa-se em textos veiculados por diferentes suportes responsáveis pelo transporte da mensagem (papel, áudio, vídeo, etc.) à instância de recepção na qual ocorre a interpretação. O jornal ou o suporte, na perspectiva do autor, é parte do dispositivo.

Nesse caso, Charaudeau (2009) destaca, principalmente, a indissociabilidade entre forma, conteúdo e suporte. Ele observa que o dispositivo, de maneira geral, compreende um ou vários tipos de materiais e se constitui como suporte com auxílio de uma certa tecnologia. No que concerne à comunicação midiática, os componentes permitem distinguir, conforme o autor, três grandes suportes: rádio, televisão e imprensa escrita, suportes que apresentam diferentes materialidades e têm incidência sobre as condições de emissão e de recepção da mensagem. Nessa linha de reflexão, ele classifica a escrita como um dispositivo de legibilidade, destacando, neste, o peso das palavras. Acompanhando o autor, evidenciam-se,

no suporte imprensa, algumas características que são definidoras no processo de enunciação e que não podem, em uma análise, ser ignorados, tais como: relação distanciada entre aquele que escreve e aquele que lê; a exigência de uma atividade de conceitualização de parte das duas instâncias (emissão e recepção), para representar o mundo; um percurso ocular multidirecionado do espaço de escritura, com a permanência do que foi escrito, possibilitando retorno a ele (tanto quem escreve pode, retificar e/ apagar ou quem lê pode rememorar e/ou recompor sua leitura).

Em síntese, a imprensa, por todas essas especificidades, é uma mídia na qual, por constituição, não há coincidência entre tempo e acontecimento; tempo de escritura, tempo de produção da informação e tempo de leitura. Também se pode destacar que estas condições acabam contribuindo para maior análise e conceitualização; para um processo de compreensão discriminatória e organizadora, com base numa lógica hierarquizada, realizada por meio de tipos diversos tipos de operações; que permitem diferentes tipos de raciocínio. A escrita desempenha, por fim, o papel de prova para a instauração da verdade o que não é possível com a oralidade, por ser esta não recuperável e, aparentemente, mais efêmera. É exatamente a escrita, um componente nuclear e fundamental do jornalismo impresso, o foco desta análise. Lida-se, pois, com o um dispositivo que destaca “a legibilidade e o peso das palavras.” (CHARAUDEAU, 2009, p. 113), com opção por um periódico diário de circulação nacional, haja vista que, por meio do objeto de pesquisa, pretende-se descrever um fenômeno linguístico-discursivo de abrangência nacional.

#### 4.2.2.1 O Jornal a Folha de São Paulo

Considerando-se, portanto, o contexto supramencionado, analisam-se as notícias da edição impressa do jornal *Folha de São Paulo*, por entender ser este veículo, no Brasil, um dos órgãos de imprensa de abrangência nacional e internacional, cujos modos de produção, circulação e consumo de notícia reverberam por todo o país, tornando-se ela (a *Folha*) um paradigma e/ou referência, tanto no campo profissional, quanto no campo de produção de conhecimento, bem como na esfera social/cultural, da mesma forma que outros veículos de igual *status*, como o *Jornal o Globo*, o *Jornal do Brasil*, entre outros. Pensa-se com Zamin (2013, p. 63 apud ZAMIN; MARROCOS, 2010 ).

Estes jornais têm influência sobre a produção de opinião pública de seus países; possibilitam que líderes políticos e de instituições sociais e

associações representativas se expressem; servem de referência para outros meios de comunicação, interna e externamente; têm interesse por questões internacionais; são lidos por uma elite formadora de opinião.

Influência que resulta, quase sempre, na adoção, por outros veículos, de práticas profissionais, modelos de negócio, políticas editoriais, entre outros aspectos colocados em prática por esses órgãos de referência. Um exemplo clássico da influência de que se fala são os *manuals de estilo* dos veículos de referência. Estes acabam por propiciar um fenômeno que se está designando de *interreferencialidade* entre os campos de atividade profissional e acadêmica, como bem se pode ilustrar com Kindermann (2003). A autora, ao discutir diferenças entre notícia e reportagem, cita, reiteradas vezes, os manuais de estilo de o *Estado de São Paulo*, da *Folha de São Paulo* e do *Globo*, entremeando-os com teóricos da área. Ressalva-se que o procedimento não é incomum, tampouco se considera a remissão aos jornais em tela menos rigorosa do que a recorrência a pesquisas acadêmicas reconhecidas pelo campo. Apenas o registro consubstancia o que se está afirmando.

Nesse sentido, convém situar o jornal do qual se extraiu o universo e, deste, o *corpus* de análise, no contexto da sociedade brasileira. Apresenta-se a seguir o perfil simplificado do jornal a *Folha de São Paulo*, enfocando o contexto econômico-empresarial em que se insere o jornal; as origens e a trajetória da *Folha* no Brasil; os percursos histórico-culturais que colocaram e mantêm o veículo no mercado da comunicação no país; as atuais estratégias empresarias e mercadológicas da *Folha*, incluindo o perfil do leitor da edição impressa e, fechando, apresentam-se os valores que norteiam a linha editorial do jornal. Ressalva-se que o perfil se atém aos aspectos descritivos, não tendo objetivo de realizar uma análise crítica da linha editorial do veículo, tampouco realizar valoração das formas de atuação do jornal no mercado ou do seu engajamento político-ideológico, em suma, as informações foram mobilizadas com a intenção de possibilitar maior entendimento ao objeto.

Esclarecidas as questões que balizam a abordagem sobre a *Folha*, passa-se a falar do *Grupo Folha*, que tem no jornal seu principal produto. Nesse sentido, o site do veículo (2014) registra a visão empresarial do grupo: “consolidar-se como o mais influente grupo de mídia do país”. Uma meta exequível, tendo em vista que, no atual estágio de desenvolvimento das empresas de comunicação do Brasil, a *Folha de São Paulo* integra o que Silva (2005) classifica como grandes veículos de comunicação no país. A classificação da autora tem base nos eixos de atuação desses veículos.



Eles possuem interesses diretos e indiretos no desenvolvimento do sistema capitalista, pois são sujeitos interessados enquanto empresa. Possuem relações capitalistas com os demais agentes. A força da imprensa se dá pelo seu poder dissuasório, de convencimento, e de criação de visão de mundo, o que está também diretamente relacionado com a necessidade de reprodução do sistema (seja pela defesa de padrões de consumo, por exemplo). Interligando esses aspectos está o caráter de possibilitar e facilitar o gerenciamento em torno das necessidades do capitalismo: através da formulação, a organização e a ação vigilante em torno da execução do planejado. Isso nos leva ao papel político e partidário desempenhado pela imprensa, a partir do qual ela cumpre o papel de estado maior das relações do capital, em conjunto com outras formas associativas (SILVA, 2005, p. 21).

Eixos que, ainda pensando com Silva (2005), inserem a linha editorial da *Folha* no campo da imprensa liberal/neoliberal, alinhada, portanto, a ideias tradicionalmente associadas ao liberalismo econômico e político. Nesse sentido, a *Folha* se autoreconhece como praticando um jornalismo pautado em princípios e valores como “independência econômica e editorial; compromisso com o leitor; ética; defesa da liberdade de expressão; da livre iniciativa; do pioneirismo e respeito à diversidade.” (FOLHA DE S. PAULO, 2014, online). Consta como missão do jornal:

Produzir informação e análise jornalísticas com credibilidade, transparência, qualidade e agilidade, baseado nos princípios editoriais do grupo *Folha* (independência, espírito crítico, pluralismo e apartidarismo) por meio de um moderno e rentável conglomerado de empresas de comunicação que contribua para o aprimoramento da democracia e a conscientização da economia.

Ao que se pode deduzir, a visão/missão empresarial do *Grupo Folha* vai-se consolidando, pois, conforme Barbosa (2007), nos últimos anos do século XX, “a tradicional imprensa diária se concentrou cada vez mais: em São Paulo, a supremacia do Grupo Folha, tendo, na Folha de São Paulo, seu principal título e, no Rio, a supremacia incontestada do Jornal o Globo”. Uma situação que aponta para a possibilidade de o *Grupo Folha* alcançar uma posição de hegemonia, entre os órgãos de imprensa no Brasil. A título de contextualização, considera-se importante apresentar um pouco da cronologia que deu origem à *Folha de São Paulo*. Tudo começa em 1921, com a fundação do jornal *Folha da Noite*; depois, em 1925, criou-se a *Folha da Manhã*; 24 anos depois, surge a *Folha da Tarde*. Em 1960, os três diários se unem e surge a *Folha de São Paulo*. Dois anos depois, os empresários Octávio Frias de Oliveira e Carlos Caldeiras Filho tomam posse da empresa e começam a implantar um projeto

empresarial, em consonância com as demandas sociais e de mercado da sociedade brasileira de então.

Confirma Nassif (2002) que, com o início da industrialização brasileira e consequentes mudanças de comportamento social, iniciam-se, também, mudanças importantes na mídia. Segundo o autor, a *TV Globo* e a *Editora Abril* saíram na frente, de modo a consolidar liderança na área e estabelecer um parâmetro empresarial e de produção de conteúdos, nas décadas seguintes, que ficaram conhecidos como padrão *Veja* e padrão *Globo* de qualidade. Os jornais impressos, contudo, não acompanharam, de pronto, a estratégia empresarial da *Abril* e da *Globo*, de tal forma que, só a partir dos anos 80 do século passado, evidencia-se uma mudança editorial profunda na grande imprensa do Brasil, com o surgimento do que denomina Nassif de um “movimento de afirmação propriamente política da imprensa.” (2002, p. 20).

Ainda, de acordo com Nassif (2002), nesse contexto, a *Folha*, até meados dos anos 80, era uma espécie de segundo jornal de São Paulo, com posição mais liberal e plural que a do jornal o *Estado de São Paulo*, incluindo-se uma maior preponderância de colunistas, um texto e diagramação mais leves e forte penetração no interior do estado, devido a um sistema de distribuição mais eficiente. Situação que começa a mudar três anos depois, haja vista que, já em 1983, consolidada financeiramente, a *Folha* passou a disputar jornalistas no mercado. Em seguida, abraçou a campanha das *diretas já*. Foi um marco na imprensa brasileira. Nesse cenário, de reivindicação popular por eleições livres e democráticas, a posição da *Folha* conferiu prestígio nacional ao jornal, sobretudo porque a redemocratização do país “lançava na cena política um novo personagem: a chamada sociedade civil organizada.” (NASSIF, 2002, p. 21- 22). Acrescenta, ainda, o autor que, já no final dos anos 80, em decorrência ou por inspiração dos ventos da *Folha*, o *Estadão* procedia à sua reforma editorial, e *O Globo* “saía da toca” para disputar o mercado do jornalismo de opinião. “Todos buscavam seguir os princípios consagrados pela *Folha*.”

Os anos 90 começaram com a ‘*Folha*’ consolidada na posição de mais influente veículo brasileiro, mas com o ‘*Estadão*’ e ‘*O Globo*’ começando a entrar no jogo. Entre as semanais, ‘*Veja*’ continuava na liderança, com ‘*Isto É*’, em segundo, mas sem ameaçá-la. Nas TVs, a *Globo* era absoluta, mas ainda não descobrira o marketing do jornalismo de opinião. (NASSIF, 2002, p. 23).

É importante resgatar que o *Projeto Folha* desenvolveu-se no clima político de redemocratização. Nesse contexto, a *Folha de São Paulo* realizou “a primeira incursão do

jornalismo brasileiro no campo do marketing da notícia e na defesa programática clara dos interesses difusos do cidadão.” (NASSIF, 2002, p. 21). Esta defesa se destaca, desde então, na figura do leitor que, conforme o *Projeto Folha*, sintetiza três condições comuns: é “cidadão, contribuinte e consumidor.” (NASSIF, 2002, p. 22). Leitor, aliás, que, desde 1980, tem um perfil construído por meio de pesquisas. As últimas indicam que, atualmente, 06 (seis) milhões de leitores acompanham o jornal impresso com regularidade; metade desse contingente lê a *Folha* há, pelo menos, 10 (dez) anos. Destes, 83% (oitenta e três por cento) a consideram *imparcial* e 86% (oitenta e seis por cento), *pluralista*; já 88% (oitenta e oito por cento) a consideram um veículo *equilibrado*. (FOLHA DE S. PAULO, 2014, online).

Em relação ainda ao leitor da versão impressa da *Folha*, a pesquisa indica que estes ocupam o topo da pirâmide social: 41% (quarenta e um por cento); 75% (setenta e cinco por cento) destes que estão no topo têm curso superior e 24% (vinte e quatro por cento) fizeram pós-graduação. A maioria compreende que o jornal traz prestígio a quem o lê. Há que se registrar que a *Folha* foi o primeiro jornal na imprensa brasileira a ter um ombudsman<sup>38</sup>, ou provedor do leitor. Estes dados são importantes para a nossa análise, uma vez que o perfil do leitor é um componente das operações de enunciação, por ser um dos vértices responsável pelos processos enunciativos do jornal.

De certo que o leitor da *Folha* faz opção pelo jornal, motivado pelos valores editoriais que empresa vende. Valores que, de acordo com Sponholz (2009, p. 70, 71), têm como princípio-guia a compreensibilidade. Princípio que revela a influência da imprensa norte-americana na *Folha*, mais precisamente do jornal *USA Today*, o que se traduz em: *cobertura orientada mais para os fatos; textos padronizados* (manual de redação); *dados estatísticos no tratamento do tema para maior precisão da informação; orientação editorial baseada na função de cão de guarda da imprensa (watchdog); imparcialidade, neutralidade* (abstenção da própria opinião, tratando os temas pelo princípio do pluralismo), entre outros. Para a autora,

A reforma [...] envolveu não somente os textos e a diagramação do jornal, mas também o processo de produção. O projeto apresentou uma nova forma de organizar a produção de notícias, de redigir os textos, de classificar os conteúdos (divididos em cadernos temáticos)

---

<sup>38</sup> O termo “ombudsman” é de origem nórdica. Segundo Guillén (apud ÁNGELIS, 1983, p. 145), a palavra se decompõe no prefixo *om*, da raiz *bud*, e do sufixo *man*. *Man* significa em germânico ocidental (nórdico, gótico, holandês, alemão, frisão, anglo-saxão), homem; *bud* equivale ao termo alemão *bote*, ao flamengo *bode*, é o enviado, embaixador, delegado; e, *om*, em alemão *um* e holandês *om*, significa movimento ao redor de um ponto médio, em torno, em direção para. Literalmente “ombudsman” significa “homem que dá trâmite.” (FRANZONI, 2013, p. 15).

[...]

Este projeto, que consolidou a Folha de São Paulo como líder de mercado no Brasil, é ambivalente. Por um lado, adotou a compreensibilidade e o pluralismo como princípio, prometeu uma relação transparente com o leitor e incentivou um papel de cão de guarda com relação ao governo. Por outro lado, teve consequências polêmicas entre os jornalistas e se baseou em critérios de qualidade questionáveis. (SPONHOLZ, 2009, p. 70- 71).

Considera-se pertinente a posição da autora, quanto a problematizar a qualidade do projeto *Folha* e, conseqüentemente, do tipo de jornalismo praticado pelo jornal a *Folha de São Paulo*. Isto para deixar claro que não se está adotando uma visão ingênua a esse respeito, embora não seja propósito desse trabalho, como já se deixou claro, discutir a linha editorial do jornal, muito menos ainda atribuir valor às práticas discursivas do veículo. Interessa do percurso realizado reafirmar a convicção de ser a *Folha* representativa dos *modos de dizer* do jornalismo brasileiro. Os fatos apresentados justificam a opção pela *Folha de São Paulo*, um veículo que fez história e influenciou, como ainda influencia, grande parte do jornalismo brasileiro, a ponto de ser considerada uma referência na produção da notícia no Brasil.

#### 4.2.2.2 Universo e corpus

Escolhido o veículo, passa-se, neste item, à descrição dos critérios quanto ao universo da pesquisa a partir do qual se delimitou o corpus de análise. Conforme o problema da pesquisa, já exposto neste capítulo, considerou-se apropriado estabelecer, em processo de extração, varredura e flechagem recorte temporal da pesquisa em 08 (oito) anos, no intervalo entre 1994 a 2002, observando-se as primeiras eleições de Fernando Henrique Cardoso (1994) e Luiz Inácio Lula da Silva (2002). Justifica-se a opção por esse intervalo de tempo por dois motivos. O primeiro, porque este período está inserido em contexto de normalidade democrática no Brasil. Nesse sentido, acompanhando Traquina (2002, p.13), compreende-se que, “tal como a democracia sem uma imprensa livre é impensável, o jornalismo, sem liberdade, é farsa ou é tragédia.”

É claro que há o que questionar quanto aos tipos de democracia e de jornalismo, contudo é fato que, em regimes totalitários, marcados pela censura, o exercício do jornalismo e, conseqüentemente, a manutenção dos critérios que balizam as práticas do campo estão mais propensas a flutuações. O segundo critério relativo ao tempo está relacionado ao primeiro. Explica-se: durante o período escolhido (1994 a 2002), foram realizadas três eleições de abrangência nacional (para presidente e para composição do Congresso Nacional – senadores

e deputados federais); eleições que impulsionam as representações que se realizam sobre os brasileiros e sobre o país em todos os segmentos sociais, sobretudo no jornalismo.

Por conseguinte, é exatamente nos anos em que se realizam disputas eleitorais e/ou em momentos de crise política e institucional que as relações de poder se evidenciam com mais força discursiva nos meios de comunicação, principalmente na imprensa escrita (jornais e revistas), especialmente os jornais, uma vez que as pesquisas indicam ser estes responsáveis pelo agendamento (Mc COMBS, 2009) das questões mais importantes do dia a dia, influenciando, desse modo, a agenda pública. Razões pelas quais se torna ainda mais relevante o exercício de apreensão das marcas textuais das notícias, objetivando inferir os tipos de interação que o jornalista estabelece com o leitor (suas posições sobre os estados dos fatos/coisas e das pessoas), bem como os regimes (critérios de verdade e de valores) sobre o que ele (jornalismo/jornalista) noticia. Levando-se, portanto, em consideração a lógica que expôs até aqui, acrescenta-se que a opção por analisar as eleições de 1994 e 2002 deveu-se, também, ao fato de que tanto FHC quanto Lula se elegeram, pela primeira vez, presidente da República levando-se em conta o ineditismo do fenômeno eleitoral e, concomitantemente associar a vitória de ambos à contribuição da variável mídia (jornalismo, especificamente).

Do recorte acima mencionado, extraiu-se o *corpus* da pesquisa, este que, na concepção de Moraes (2003), refere-se a um conjunto de produções textuais/linguísticas referentes a determinados fenômenos e originados em determinado tempo. São produtos que expressam discursos sobre “fenômenos que podem ser lidos, descritos e interpretados, correspondendo a uma multiplicidade de sentidos que, a partir deles, podem ser construídos.” (MORAES, 2003, p. 194). O autor esclarece que os textos que compõem um *corpus* podem ser construídos para os fins de determinada análise (entrevistas, registros de observação, diários, etc.) ou podem ser documentos já existentes (publicações de diversas naturezas, incluindo revistas e jornais, entre outros).

Partindo das tipologias acima descritas, Moraes (2003, p. 104) recomenda que, em se tratando de documentos já existentes, como nesta pesquisa, “seleciona-se uma amostra capaz de produzir resultados válidos e representativos em relação aos fenômenos investigados.” Seguindo a recomendação do autor, apresentam-se os critérios utilizados para se chegar a um *corpus* de análise significativo, tanto em tamanho, quanto em representatividade e relevância para o fenômeno pesquisado. Desse modo, as notícias foram selecionadas a partir dos seguintes critérios: a) temática e abrangência: *notícias sobre política, com abrangência nacional que tenham como personagens os dois, então candidatos, que lograram êxito no*

*pleito daquele ano; b) hierarquização e visibilidade: notícias que se destacam na primeira página do jornal.*

Ratifica-se a escolha por entender que, em razão da atribuição de importância/relevância, alguns temas ganham maior ou menor visibilidade, “merecendo” ou não espaço na primeira página. No tema, Cervi e Massuchin (2013) realizaram uma pesquisa em três jornais diários: *Folha de São Paulo* (de abrangência nacional); *Gazeta do Povo* (de abrangência regional) e *Diário dos Campos* (de abrangência local, o Paraná, de onde falam os pesquisadores), sobre os temas agendados pela mídia impressa brasileira, durante a campanha política de 2010. Os pesquisadores concluíram que, embora o tema eleições não tenha sido visibilizado, da mesma forma, pelos jornais pesquisados (a Folha deu mais destaque à campanha eleitoral que os outros dois diários). A política configurou-se, por conseguinte, como um tema de grande visibilidade nos jornais investigados.

Os temas políticos tendem a ter boa visibilidade de modo geral (tenderam a aparecer nas manchetes dos três jornais. Isso pode ser observado na relação dos temas com o formato e tamanho dos textos). [...] Além disso, o tema político-institucional apresenta percentuais próximos nos três jornais, o que significa que, independente do tipo de veículo, assuntos relacionados às instituições políticas ganham destaque na primeira página. (CERVI, MASSUCHIN, 2013, p. 239).

Primeira página, aliás, que se constitui em critério também adotado para a seleção do *corpus* desse trabalho, tendo em vista que a primeira página é o espaço de maior visibilidade do jornal, resultando na constatação, já consensual na área, de que a notícia de primeira página tem duas vezes mais leitura que do que as que estão localizadas nas páginas internas. Explica Ferreira Júnior (2002 apud CERVI, MASSUCHIN, 2013, p. 226) que “a primeira página é expressão imagética que impacta o leitor

## 5 EM CENA, OS MODOS DE DIZER DO JORNALISMO BRASILEIRO

por isso  
 é correto dizer  
 que o poeta  
 não revela  
     o oculto:  
 inventa  
     cria  
 o que é dito  
     (o poema  
 que por um triz  
     não nasceria)

Neste capítulo, realiza-se a análise dos modos de dizer do jornalismo brasileiro, buscando “desentranhar o comunicacional” nos acontecimentos noticiosos sobre os dois personagens (FHC e Lula), em torno dos quais se avalia o regime de verdade nos dispositivos interacionais da notícia. Convém aqui pontuar, como o faz Strelow (2010, p. 208), que “ter como objeto um produto jornalístico é um desafio”. “É uma opção temática e metodológica que suscita diferentes questionamentos, os quais, na maioria das vezes, não podem ser respondidos apenas com a existência física do objeto”, uma condição que, de certo, inquieta o olhar, mas também permite a observação, a recolha e o recorte bem como o uso de táticas de análise pelo cruzamento de diferentes perspectivas metodológicas.

Nesse sentido, considerando a reflexão teórico-metodológica que se realiza neste trabalho, importa demarcar que, para chegar aos textos que compõem o *corpus* de análise nesta pesquisa e, a partir dos códigos disponíveis no enunciado das notícias, realizar inferências que apontem para os sentidos produzidos pelo acionamento dos dispositivos interacionais que remetam a possíveis regimes de verdade produzidos discursivamente pelo jornalismo, passa-se a descrever, neste tópico, as estratégias de leitura e organização e/ou os protocolos de leitura utilizados para chegar ao *corpus*. E, do *corpus*, à construção das cenas enunciativas.

Nesse estágio, a reflexão de Moraes (2003, p. 1993) sobre os processos de análise textual acalma os anseios. Ao analista de um texto o autor recomenda: “colocar entre parênteses as próprias ideias e teorias e exercitar uma leitura a partir da perspectiva do outro.” Uma condição, ao mesmo tempo, desejável e extremamente difícil, exigindo do (a)

pesquisador (a) uma atitude de vigilância constante no tocante a evitar as “contaminações” que possam impedir que o “novo” se manifeste ou emerja da análise. Mas o autor reconhece que:

Toda leitura é feita de alguma perspectiva teórica, seja esta consciente ou não. Ainda que se possa admitir o esforço em colocar entre parênteses essas teorias, toda leitura implica ou exige algum tipo de teoria para poder concretizar-se. É impossível ver sem teoria; é impossível ler e interpretar sem ela. Diferentes teorias possibilitam os diferentes sentidos de um texto. Como as próprias teorias podem sempre modificar-se, um mesmo texto sempre pode dar origem a novos sentidos. (MORAES, 2003, p. 193).

A experiência de leitura das notícias, um gênero aparentemente de <<fácil leitura>>, tendo em vista a própria ambição (ou essência?) do jornalismo. (Esta é a concepção de Lage (2005, p. 85), por exemplo), ao defender que “a informação jornalística [...] destina-se a público diversificado, disperso [...] isso obriga o jornalismo a ser atraente [...] facilmente compreensível e conformar-se a formas e ritmos, aspirações e fantasias de um público” (p. 85). Como se observa, as teorias clássicas do jornalismo assim definem o gênero, contudo a experiência de leitura e análise dos textos, dos jornalísticos, em específico, como se praticou no processo de construção deste trabalho, confronta a tese de <<contenção dos sentidos>>, pois o que se constata (já em nível de reiteração) é que não há texto em si; não há, portanto, significação controlada. O que evidencia a instabilidade e a desordem no ato do dizer, “já que não é da linguagem/ dizer tudo”, posto que há, neste <<mistério>>, “o que se nega/ à fala [...] o que escapa/ ao acurado apuro/ do dizer.” (GULLAR, 2015, p. 557). Por assim entender, reafirma-se que os movimentos de leitura para ir ao encontro do *corpus* de pesquisa desta investigação exigiram, ao mesmo tempo, prudência e risco.

Prudência quanto a não obscurecer o conhecimento sobre a área, especialmente, reconhecer a importância e a relevância das experiências metodológicas experimentadas e consolidadas na área. Mas também risco, principalmente coragem, para abrir mão do caminho seguro que os métodos e técnicas já experimentados possibilitam. Entende-se, porém, que assumir risco faz parte da jornada, por isso, neste trabalho, optou-se pela “mestiçagem” entre as diferentes táticas de leitura e análise, tendo em vista que, na maioria das vezes, torna-se difícil obedecer, exclusivamente, a um método, quando se parte do princípio de que uma unidade de análise textual representa um espaço de trocas entre os vários discursos acolhidos pelo (a) pesquisador (a) (MAINGNEAU, 2008). Eis a razão por que, partindo-se dos pressupostos que formatam as concepções teórico-metodológicas desta investigação e,



tomando por base o problema de pesquisa e os objetivos já explicitados, passa-se à descrição das estratégias ou dos protocolos de análise das notícias que possibilitaram a constituição do *corpus* desta pesquisa.

## 5.1 PROTOCOLOS DE LEITURA E ANÁLISE

O processo de leitura e seleção do corpus de análise desta pesquisa constituiu-se de uma série de etapas, iniciando-se pela determinação do recorte temporal e da definição dos acontecimentos e dos personagens, a partir dos quais se busca apreender/compreender os modos de dizer do jornalismo, critérios de seleção já descritos no seção 4.2.2.2 deste trabalho. Assim, pelo método indicial e inferencial (BRAGA, 2008), realizou-se uma leitura flutuante do material coletado. Fez-se, em sequência, um levantamento dos temas e abordagens, em busca de indícios essenciais (levando em conta o problema de pesquisa, a articulação com o contexto e o conhecimento sobre o objeto). Neste caso, foram selecionadas notícias que, por inferência, contivessem informações que remetesse às variáveis de conjuntura eleitoral. (LATTMAN-WELTMAN, 2004, 2011).

Em continuidade, da clivagem primeira, tornou-se possível agrupar as notícias em blocos temáticos não segmentais. (GUIMARÃES, 2005). Após agrupar as notícias por temas e observar que estas mantinham regularidades temáticas, em relação ao candidato que venceu a eleição em 1994 (FHC) e seu principal oponente (Lula), um fenômeno que se repetiu com o candidato que venceu a eleição em 2002 (Lula) e FHC/Serra, seus principais oponentes, decidiu-se constituir o corpus de 1994 de análise apenas com matérias nas quais FHC figurasse como personagem e, em 2002, com matérias em que Lula figurasse como personagem. Delimitação sobre o foco de análise não descarta, todavia, as notícias dos oponentes dos dois personagens. (Lula em 1994 e FHC/Serra, em 2002). Estas serviram, na análise, como contraponto para testagem ou verificação se falseabilidade (BRAGA, 2008). Tomando-se, pois, tais decisões, chegou-se ao seguinte quadro:

- 1- De 02 de agosto a 03 de outubro de 1994: 41 notícias de capa com FHC como personagem principal e 09 notícias de capa com Lula como personagem principal.
- 2- De 20 de agosto a 27 de outubro de 2002: 37 notícias de capa com Lula como personagem principal e 25 notícias com FHC/governo e Serra (este último, candidato oficial de FHC) como personagens principais.

Das decisões iniciais e, partindo do princípio de que a passagem dos enunciados para o texto/acontecimento não é segmental, chegou-se à sistematização das notícias, agrupando-as em 04 quadros, observando-se que, no quadro 1, as notícias sobre FHC, 1994, estão numeradas de N1 a N41 - FHC; no quadro 2, de N1 a N9-L, estão as notícias sobre Lula em 1994, utilizadas como testagem e/ou exercício de falseabilidade. O quadro 3, de N1 a N37-Lula, contém as notícias de 2002 sobre Lula; no quadro 4, de N1 a N25-F, localizam-se as notícias sobre FHC/Serra para testagem e/ou exercício de falseabilidade. Explicita-se que a ordem das notícias nas tabelas obedece a uma sequência temporal ascendente, no sentido agosto a outubro, 1994 e 2002, respectivamente. Apraz acrescentar que a numeração atribuída às notícias é utilizada para identificar os textos no processo de análise. Em síntese, descreve-se a sistematização dos textos:

- a) No Quadro 8, listam-se 41 notícias sobre FHC em 1994, distribuídas em quatro blocos temáticos: 1- disputas partidárias; 2- apoio oficial ao candidato/financiamento/denúncias; 3-estratégias de campanha; 4- pesquisas eleitorais. No Quadro 9, como contraponto, para verificar impressão de obviedade e falseabilidade, listam-se 09 notícias sobre Lula;

Quadro 8 – Corpus da Pesquisa FHC – 1994 (ANEXOS G a AU)

<b>Bloco Temático</b>	<b>Título</b>	<b>Chamada da capa</b>	<b>Data Editoria Edição</b>
Disputas Partidárias	N1-FHC – PSDB espera renúncia de Palmeira	PSDB espera saída de Palmeira	02/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.862
	N2-FHC – Palmeiras cede às pressões do PSDB e renuncia; Maciel é o novo vice de FHC	Maciel é o novo vice de FHC	03/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.863
	N3-FHC – Imposição de Maciel para vice de FHC irrita o PSDB e deixa petistas eufóricos	PSDB teme prejuízo com Maciel	04/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.864
	N4-FHC – Mercadante deve estudar mais, diz FHC	Mercadante deve estudar mais, diz FHC	07/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.867
	N5-FHC – Grupo de 21 do PPS decide aderir a FHC	PPS do Rio rompe com Lula e vai apoiar FHC	16/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.876
	N6-FHC – FHC tenta conciliar Estado e mercado	FHC tenta conciliar conflitos no programa	26/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.886
	N7-FHC – PFL poderia sair ‘mais caro’, diz FHC	Para FHC, acordo com PFL depois seria ‘caro’	21/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.912
	N8-FHC – FHC articula ‘presidência imperial’; SDB pode ser o partido do presidente	Tucanos querem superpartido com petistas e pefelistas	24/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.915

<b>Bloco Temático</b>	<b>Título</b>	<b>Chamada da capa</b>	<b>Data Editoria Edição</b>
Apoio oficial ao candidato/ financiamento/ denúncias	N9-FHC – Empresa faz campanha ilegal para FHC	Empresa dá foto de FHC junto com pagamento	06/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.866
	N10-FHC – Aristides pede inquérito para apurar uso de máquina; FHC deverá depor	Procuradoria quer apurar ajuda a FHC	27/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.887
	N11-FHC – Ricupero diz ajudar FHC, esconder inflação e confessa não ter escrúpulo	Ricupero admite esconder inflação	03/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.894
	N12-FHC – Lixo do comitê de FHC revela doadores	Lixo de FHC revela seus financiadores	04/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.895
	N12-FHC – Lixo do comitê de FHC revela doadores	Lixo de FHC revela seus financiadores	04/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.895
	N13-FHC – ‘Irei onde Lula quiser para expor meus planos’	Novo ministro diz que não vai favorecer FHC	05/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.896
	N14-FHC – Ciro pagou viagens de tucanos à convenção com dinheiro público	Governo cearense pagou viagem Tucana	09/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.900
	N15-FHC – FHC defende Maciel, suspeito de ter sido eleito com o dinheiro de PC	Fernando Henrique sai em defesa de Maciel	19/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.910
	N16-FHC – Uso de máquina em favor de FHC provoca demissão de Stepanenko	Bilhetes derrubam Stepanenko	20/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.911

<b>Bloco Temático</b>	<b>Título</b>	<b>Chamada da capa</b>	<b>Data Editoria Edição</b>
	N17-FHC – TSE notifica Ciro Gomes, FHC e Tasso por desvio de dinheiro	Ciro terá que explicar acusação de ajudar FHC	22/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.913
	N18-FHC – TSE condena distribuição de cédula falsa pró FHC que prejudica Lula	TSE condena panfleto pró-FHC	01/10/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.922
Estratégias de campanha	N19-FHC – FHC quer fugir dos neoliberais; Lula procura escapar dos xiitas	FHC e Lula vão para o centro	14/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.874
	N20-FHC – Planalto e PFL pressionam, FHC recua de novo e participa do debate	Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT) se abraçam antes do debate entre candidatos a presidente ontem à noite na TV Bandeirantes	17/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.877
	N21-FHC – FHC foi o destaque dos Bandeirantes, segundo os paulistanos	Pesquisa diz que FHC teve melhor atuação	18/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.878
	N22-FHC – FHC já escolheu general para defesa	FHC estuda formar nova pasta militar	20/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.880
	N23-FHC – FHC teme alta dos preços e quer qualificar taxa oficial de inflação	Campanha tucana quer anular efeito da inflação	29/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.889
	N24-FHC – Tucano tem ajuda de assessores americanos	Empresas americanas trabalham para FHC	31/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.891

<b>Bloco Temático</b>	<b>Título</b>	<b>Chamada da capa</b>	<b>Data Editoria Edição</b>
	N25-FHC – FHC promete investir US\$ 20 bi das reservas em obras de infraestrutura	FHC quer investir reservas em obras	08/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.899
	N26-FHC – PSDB prepara 3ª fase do Real e propõe as reformas previdenciária e tributária	Tucanos já preparam ajustes do Plano Real	15/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.906
	N27-FHC – Tucanos tentam atrair moderados do PT	FHC inicia articulação para atrair os petistas	17/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.908
	N28-FHC – PSDB quer ‘revolução institucional’ e teme ‘sarneyzação’ de um governo FHC	PSDB quer reforma da Carta logo após eleição	23/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.914
	N29-FHC – FHC articula ‘presidência imperial’; SDB pode ser o partido do presidente	Tucanos querem superpartido com petistas e pefelistas	24/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.915
	N30-FHC – 94 milhões de eleitores vão às urnas amanhã para decidir a cara do Brasil	Leia textos dos presidencialistas FHC e Lula	02/10/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.923
Pesquisas Eleitorais	N31-FHC – FHC tem 36% e Lula cai para 29%, tucano ganha até entre mais pobres	FHC abre 7 pontos sobre Lula	12/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.872
	N32-FHC – FHC, com 41%, pode ganhar já até no primeiro turno; Lula cai para 24%	Hoje FHC ganharia sem 2º turno	21/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.881
	N33-FHC – Com 43%, FHC supera em pontos a soma de todos os seus adversários	Vantagem de FHC vai a 20 pontos	23/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.883

<b>Bloco Temático</b>	<b>Título</b>	<b>Chamada da capa</b>	<b>Data Editoria Edição</b>
	N34-FHC – Religião interfere em voto do eleitor	FHC lidera entre o eleitorado católico	28/08/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.888
	N35-FHC – Vantagem de FHC sobre Lula vai a 22 pontos, mas petista para de cair	Vantagem de FHC se estabiliza	01/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.892
	N36-FHC – FHC cai em regiões metropolitanas, mas mantém diferenças sobre Lula	Mantida diferença FHC-Lula	06/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.897
	N38-FHC – FHC está a 24 pontos a frente de Lula; cresce chance de vitória no 1º turno	FHC amplia vantagem sobre Lula	18/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.909
	N39-FHC – FHC mantém vantagem; 30% dos indecisos tendem a votar no tucano	FHC está perto da vitória no 1º turno	25/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.916
	N40-FHC – Adversários não conseguem reduzir vantagem de FHC; Enéas pode ser 3º	FHC tem 47% a 4 dias da eleição	29/09/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.920
	N41-FHC – FHC 48 x 22 LULA	Com 48%, FHC consolida a chance de ser eleito hoje	03/10/1994 Caderno Supereleições/E special Nº 23.924

Fonte: Elaboração da autora (2016)

Quadro 9 – Testagem -1994 (ANEXOS AV a BD)

<b>Título</b>	<b>Chamada da capa</b>	<b>Data Editoria Edição</b>
N1- L – Lula inclui manutenção do real a sua proposta no programa	Lula integra real a sua proposta de governo	03/08/1994 Caderno Supereleições /Especial Nº 23.863
N2- L – Lula tem liderança entre os descamisados	Conheça perfis dos eleitores de Lula e FHC	05/08/1994 Caderno Supereleições /Especial Nº 23.865
N3- L – Lula diz que desapropriará terras por preços abaixo do mercado	Lula diz que fará reforma agrária pelo valor venal	08/08/1994 Caderno Supereleições /Especial Nº 23.868
N4- L – PT acha que perdeu a classe média e decide mudar a campanha de Lula	A bela, a fera e o candidato	10/08/1994 Caderno Supereleições /Especial Nº 23.870
N5- L – Lula decide reduzir poder de radicais	Lula modifica o comando de sua campanha	25/08/1994 Caderno Supereleições /Especial Nº 23.885
N6- L – Obra do PT serve à campanha de Lula	Lula usa obra de prefeitura para comício	08/09/1994 Caderno Supereleições /Especial Nº 23.899
N7- L – Lula chora em SP e ataca o preconceito	PT faz último comício em SP	26/09/1994 Caderno Supereleições /Especial Nº 23.917
N8- L – Lula já planeja sua vida sem vitória	Lula quer continuar ‘caravana’ se perder	29/09/1994 Caderno Supereleições /Especial Nº 23.920



<b>Título</b>	<b>Chamada da capa</b>	<b>Data Editoria Edição</b>
N9- L – Lula propõe conversa com FHC após eleição para manter inflação baixa	Lula propões negociação com tucano	30/09/1994 Caderno Supereleições /Especial N° 23.921

Fonte: Elaboração da autora (2016)

- b) No quadro 10, listam-se 38 notícias sobre Lula em 2002, distribuídas em três blocos temáticos: 1- disputas partidárias/denúncias; 2- estratégias de campanha; 3- pesquisas eleitorais. No quadro 4, como contraponto, para verificar impressão de obviedade e falseabilidade, listam-se 25 notícias sobre FHC/governo e Serra, candidato de FHC.

Quadro 10 – Corpus da Pesquisa Lula – 2002 (ANEXOS BE a CP)

<b>Bloco Temático</b>	<b>Título</b>	<b>Chamada da capa</b>	<b>Data Editoria Edição</b>
Disputas partidárias/de nências	N1-Lula – FHC critica os que ‘gabam’ o regime militar	Ciro e FHC criticam posições de Lula	14/09/2002 Especial Eleições Nº 26.827
	N3-Lula – Discurso de Lula não é de esquerda, diz MST	Para Stedile, discurso de Lula não é de esquerda	16/09/2002 Especial Eleições Nº 26.829
	N3-Lula – Discurso de Lula não é de esquerda, diz MST	Para Stedile, discurso de Lula não é de esquerda	16/09/2002 Especial Eleições Nº 26.829
	N4-Lula – Empresário herda R\$ 70 mi em contratos	Contratos com o PT dão R\$ 70 mi a empresário	22/09/2002 Especial Eleições Nº 26.835
	N5-Lula – Empresário vê Lula estadista e declara voto	Staub apoia Lula e afirma que petista é um estadista	23/09/2002 Especial Eleições Nº 26.836
	N6-Lula – PT admite ser irreal criar 10 milhões de empregos formais	Metade da meta de empregos do PT é sem carteira	27/09/2002 Especial Eleições Nº 26.840
	N7-Lula – Prefeituras do PT contratam empresas de petistas em SP	Prefeituras de PT contratam firmas ligadas a petistas	30/09/2002 Poder Nº 26.843
	N8-Lula – Lula será eleito presidente, diz banqueiro	Para presidente do Itaú, petista vai ser eleito	01/10/2002 Especial Eleições Nº 26.844
	N9-Lula – Empresário ocultou doação a Lula e Dirceu	Empresário do lixo omite nome em doação ao PT	01/10/2002 Especial Eleições Nº 26,844
	N10-Lula – Governo explora economia, diz Lula	Lula diz que governo faz ‘terrorismo’ econômico	12/10/2002 Poder Nº 25.855

Bloco Temático	Título	Chamada da capa	Data Editoria Edição
	N11-Lula – Lula critica economia; FHC acusa ‘sapato alto’	Lula critica economia, e FHC o vê de sapato alto	18/10/2002 Especial Eleições Nº 26.861
	N12-Lula – Petistas usam cesta básica a favor de Lula	PT pede voto por carta a cadastrados na prefeitura	20/10/2002 Especial Eleições Nº 26.863
	N13-Lula – Serra diz que Lula vai retaliar não-aliados	Lula vai retaliar “não-aliados”, afirma Serra	22/10/2002 Especial Eleições Nº 26.865
Estratégias de campanha	N14-Lula – “Elite brasileira é perversa”, afirma Lula	Para Lula, a elite do Brasil é perversa	25/08/2002 Poder Nº 26.807
	N15-Lula – Aviões de Lula e Maluf passam panes	Aviões com Lula e Maluf têm panes	04/09/2002 Especial Eleições Nº 26.866
	N16-Lula – Lula quer encontro com FHC para ter explicação sobre alta do dólar	Lula pede nova reunião com FHC para discutir dólar	21/09/2002 Especial Eleições Nº 26.834
	N17-Lula – Na nossa festa, todos são bem vindos, diz Lula	Lula aceita apoio com baile no fim	28/09/2002 Especial Eleições Nº 26.841
	N18-Lula – PT diz a empresários que fará ajuste brabo	Lula prevê ajuste ‘brabo’ no governo	02/10/2002 Especial Eleições Nº 26.845
	N19-Lula – Lula precisa conter radicais do PT, diz Piva	Para Piva, Lula terá de ‘conter’ radicais do PT	04/10/2002 Especial Eleições Nº 26.847
	N20-Lula – Lula e Serra estão no segundo turno	Lula X Serra	07/10/2002 Especial Eleições Nº 26.850

<b>Bloco Temático</b>	<b>Título</b>	<b>Chamada da capa</b>	<b>Data Editoria Edição</b>
	N21-Lula – Lula acena a PPS e PSB em eventual governo	Lula discute programa em busca de apoio	08/10/2002 Especial Eleições Nº 26.851
	N22-Lula – Lula acerta coalizão com PDT e PPS de Ciro	PT faz acordo com PPS e PDT para apoio a Lula	09/10/2002 Especial Eleições Nº 26.852
	N23-Lula – Para empresários, país cresce com Lula ou Serra	Executivos acham que país cresce em 2003	14/10/2002 Poder Nº 26.857
	N24-Lula – Lula evita entrevistas e limita debate com Serra no 2º turno	Restrição de Lula a debate frustra eleitor e mídia	17/10/2002 Especial Eleições Nº 26.860
	N25-Lula – Lula recua e afirma que Regina Duarte tem direito a criticá-lo	‘Toquei num nervo’, afirma Regina Duarte sobre ‘medo’	19/10/2002 Especial Eleições Nº 26.862
	N26-Lula – A empresários, Lula reforça cumprimento de contrato	Petista reúne empresários e ensaia pacto	20/10/2002 Especial Eleições Nº 26.863
	N27-Lula – Lula e Serra discursam e travam duelo na TV	Lula e Serra travam duelo na televisão	21/10/2002 Especial Eleições Nº 26.864
	N28-Lula– FHC ‘extorquiu’ Estados, diz Lula	Para Lula, FHC só via Estados para extorquir	23/10/2002 Especial Eleições Nº 26.866
	N29-Lula – Na arena, Lula e Serra têm confronto mínimo	Serra e Lula dão ‘palestra’ em debate sem conflito	26/10/2002 Especial Eleições Nº 26.869
Pesquisas Eleitorais	N30 -Lula – Lula vai a 40%, Serra se isola em 2º; Ciro e garotinho estão em 3º	Lula sobe; Serra fica em 2º; Ciro e Garotinho empatam em 3º	10/09/2002 Especial Eleições Nº 26.823
	N31 – Lula sobe para 44% e abre 25 pontos sobre Serra	Lula sobe e abre 25 pontos sobre Serra	22/09/2002 Especial Eleições Nº 26.835

Bloco Temático	Título	Chamada da capa	Data Editoria Edição
	N32-Lula – Com 49% dos votos válidos, Lula fica a 1 ponto de vencer no primeiro turno	Lula atinge 49% dos votos válidos	29/09/2002 Especial Eleições Nº 26.842
	N33-Lula – Lula continua com 49% dos válidos, contra 22% de Serra	Lula mantém 49%; Serra vai a 22%	03/10/2002 Especial Eleições Nº 26.846
	N34-Lula – Empate técnico de Serra e Garotinho e a chance de Lula vencer no primeiro turno	Garotinho disputa com Serra 2º lugar; Lula segue na frente	06/10/2002 Especial Eleições Nº 26.849
	N35 – Lula atinge 58% contra 32% de Serra a 14 dias do segundo turno	Lula alcança 58%; Serra tem 32%	13/10/2002 Poder Nº 26.856
	N36-Lula – Lula vai a 61% e abre 29 pontos sobre Serra na TV	Lula vai a 61%; Serra mantém 32%	20/10/2002 Especial Eleições Nº 26.863
	N37-Lula –Lula tem 66% dos votos válidos; Serra, 34%	Lula mantém a vantagem sobre Serra	24/10/2002 Especial Eleições Nº 26.867
	N38-Lula – Lula, com 64% dos válidos, deve ser eleito hoje, Serra tem 36%	Pesquisa aponta vitória de Lula para presidente hoje	27/10/2002 Especial Eleições Nº 26.870

Fonte: Elaboração da autora (2016).

Quadro 11 – Testagem – 2002 (ANEXOS CQ a DS)

<b>Título</b>	<b>Chamada da capa</b>	<b>Data Editoria Edição</b>
N1- F – Aumenta o interesse pelo horário eleitoral gratuito	FHC obtém compromisso de Lula e Ciro	20/08/2002 Poder Nº 26.802
N2- F– Mercados pressionam por calote do país, afirma FHC	Para FHC, Brasil sofre ‘asfíxia’ dos mercados	21/08/2002 Poder Nº 26.803
N3- F– Crise é ‘ficção financeira’, não economia real, diz FHC	FHC diz que turbulência são ‘ficções financeiras’	22/08/2002 Poder Nº 26.804
N4- F – FHC distribuiu rádios e TVs educativas para políticos	FHC dá TVs educativas a políticos	25/08/2002 Poder Nº 26.807
N5- F – Dívida pública bate o 3º recorde seguido	Dívida pública dobra na gestão FHC	30/08/2002 Poder Nº 26.812
N6- F – Crise financeira emperra Avança Brasil	Crise faz governo priorizar só 6% do Avança Brasil	02/09/2002 Poder Nº 26.815
N7- F – Empresas de aviação ganham até R\$ 1 bi	Governo socorre aéreas com R\$ 1 bi	05/09/2002 Dinheiro Nº 26.818
N8- F – Oposição reage a acordo com FMI e rompe trégua com FHC	Oposição ataca governo por novo acerto com FMI	06/09/2002 Eleições Especiais Nº 26.819
N9- F – Candidatos sabiam do ajuste, diz Malan	Candidatos sabiam do ajuste, afirma Malan	07/09/2002 Eleições Especiais Nº 26.820
N10- F– FHC se corrige e afirma não ser fácil governar o Brasil	“Não é fácil governar o Brasil”, admite FHC	11/09/2002 Poder Nº 26.824

<b>Título</b>	<b>Chamada da capa</b>	<b>Data Editoria Edição</b>
N11- F–Serra omitiu empresa à Justiça Eleitoral	Serra não declarou empresa à Justiça	14/09/2002 Eleições Especiais Nº 26.827
N12- F – Serra reage a rumor sobre vitória de Lula e radicaliza ataques ao PT	Rumor de crescimento de Lula faz Serra mudar	17/09/2002 Eleições Especiais Nº 26.830
N13- F – FHC dá computador a menino que mora em cidade sem luz elétrica	FHC dá c computador de prêmio a aluno de região sem energia	20/09/2002 Poder Nº 26.833
N14- F – ‘Não aceitamos um falso nacionalismo’, afirma FHC	FHC faz crítica a ‘falso nacionalista’	24/09/2002 Eleições Especiais Nº 26.837
N15- F – A seis dias da eleição, FHC sobe no palanque de Serra pela 1ª vez	Pela primeira vez, FHC irá ao palanque com Serra	28/09/2002 Eleições Especiais Nº 26.841
N16- F – FHC diverge de Serra em declarações sobre Mercosul	Presidenciáveis irritam Argentina	27/09/2002 Eleições Especiais Nº 26.840
N17- F –FHC vê risco de passo no escuro	FHC alerta para ‘passo no escuro’	01/10/2002 Eleições Especiais Nº 26.844
N18- F – Serra sofre mais ataques que Lula no último debate na TV	Serra é mais atacado que Lula no Nordeste	04/10/2002 Eleições Especiais Nº 26.847
N19- F – Serra quer forçar comparações com petista	Serra quer fazer debate entre ‘emoção e razão’	08/10/2002 Eleições Especiais Nº 26.851

<b>Título</b>	<b>Chamada da capa</b>	<b>Data Editoria Edição</b>
N20- F – FHC elogia declínio do ‘caciquismo’ no país	FHC exalta queda de caciques	08/10/2002 Eleições Especiais Nº 26.851
N21- F – Bancada do PT cresce mais de 50% e será a maior da Câmara	Eleitor troca 47% dos deputados	09/10/2002 Eleições Especiais Nº 26.852
N22- F – Dividido, PFL recomenda apoio ao Serra	PFL recomenda ao seus diretórios apoio a Serra	10/10/2002 Eleições Especiais Nº 26.853
N23- F – Ermírio ataca ‘covardes que mudam de lado’	Deixar Serra é ‘covardia’, diz Ermírio	11/10/2002 Eleições Especiais Nº 26.854
N24- F – FHC prevê cenário sóbrio para sucessor	Com PT, Brasil terá privação, avalia FHC	13/10/2002 Poder Nº 26.856
N25- F – Com atrizes, Serra e Lula travam duelo do medo	Propaganda eleitoral vira disputa de atrizes globais	17/10/2002 Eleições Especiais Nº 26.860
N26- F – Economia derrota tucana, diz Bresser	Área econômica derrubou Serra, afirma Bresser	23/10/2002 Eleições Especiais Nº 26.866
N27- F – ‘Fascismo toma conta do país’, diz Jarbas	‘Fascismo toma o país’, diz Jarbas, aliado de tucano	23/10/2002 Eleições Especiais Nº 26.866

Fonte: Elaboração da autora (2016)

Registra-se que todo processo de sistematização das notícias realizou-se em movimentos e/ou processos tentativos, idas, vindas e o necessário tensionamento entre o problema da pesquisa, o objeto (as narrativas sobre os presidentiáveis e sua relação com o



contexto) e o conhecimento disponível que se tem sobre este fenômeno. Dessa forma, foi possível agrupar as notícias em blocos temáticos (conforme tabelas acima). Para identificar, porém, os indícios e distinguir “indícios essenciais” de “acidentais”, foi preciso fazer “articulações entre pistas, fazer inferências” [...] “desenvolver relações com uma proposição buscada” (BRAGA, 2008, p. 79). Seguindo a orientação do autor, construiu-se um modelo de “descrição reconstrutiva do objeto ou situação, baseada não na soma do [...] do maior número de detalhes, mas sim em perspectiva oposta a esta [...] número reduzido de indícios relevantes.” (BRAGA, 2008, p. 83).

Realizada, então, a primeira etapa, recorreu-se à aplicação de três conceitos da TOPE: *extração*, *varredura* e *flechagem* (CULIOLI 1990, p. 182, apud GONÇALVES; CUMPRI, 2012, p. 64) em fusão com a proposta teórico-metodológica de Moraes (2003, p. 191-193). Registra-se que o processo indicial e inferencial subjaz aos demais movimentos de seleção e análise desta investigação. A seguir, passa-se a descrever a apropriação dos métodos linguísticos. Primeiro, a *desmontagem dos textos ou unitarização* (a fragmentação dos textos para atingir unidades constituintes, enunciados referentes aos fenômenos estudados), associada à *extração* (individualização de uma ocorrência em relação a um sistema, tornando-se possível isolar um ou mais elementos de uma classe de ocorrência). Como resultado desse movimento, “o que antes era uma ocorrência de uma classe abstrata torna-se ocorrência singular, delimitada, com propriedades situacionais.” (CULIOLI 1990, p. 182, apud GONÇALVES; CUMPRI, 2012, p. 64). Este processo (desmontagem dos textos ou unitarização+extração) iniciou-se na seleção das notícias, seguida pela identificação de indícios e, em simultâneo, a realização de inferências. Da desmontagem dos textos, constituídos por notícias sobre os candidatos (FHC e Lula), durante as campanhas eleitorais, buscou-se a unitarização temática. Após unificar temas e abordagens, realizou-se a extração incidências e regularidades o que permitiu a extração de 04 (quatro) blocos temáticos, em 1994. Dessa maneira, as notícias de primeira página sobre FHC trataram, majoritariamente, dos seguintes temas: a) disputas partidárias; b) apoio oficial ao candidato/financiamento de campanha; c) estratégias de campanha; d) pesquisas eleitorais. Já, em 2002, as notícias sobre Lula sintetizaram-se em 03 (três) blocos temáticos: a) disputas partidárias/denúncias; b) estratégias de campanha; c) pesquisas eleitorais. Estes movimentos possibilitaram a construção dos modelos explicativos de 1994 e 2002.

## 5.2 MODELO EXPLICATIVO DE 1994: INDÍCIOS E INFERÊNCIAS (IMPRESSÃO DE OBVIIDADE E ENFRENTAMENTO DA FALSEABILIDADE)

Após reunir as notícias sobre FHC em blocos temáticos, a partir da leitura flutuante de temas e abordagens, passa-se a descrever os achados de 1994. No bloco *disputas partidárias*, registra-se que tanto o candidato do PSDB quanto o candidato do PT tiveram seus indicados a vices envolvidos em escândalos, fartamente divulgados pela imprensa; como consequência, PSDB e PT tiveram que substituir os candidatos a vice. No PT, José Paulo Bisol (PSB-RS) foi substituído por Aluizio Mercadante. Já no PSDB, Guilherme Palmeira (PFL-AL) foi substituído por Marco Maciel (PFL-PE). Nesse contexto, as notícias do bloco têm como núcleo principal as estratégias e as decisões do PSDB na escolha do vice da chapa Tucana, sobretudo, as notícias dão conta de um conflito relacionado a posições político-ideológicas conflitantes entre o PSDB (um partido social democrata) e o PFL do vice (um partido neoliberal, na classificação da *Folha*). Neste caso, FHC aparece com a tarefa de “conciliar Estado e mercado” (N6-FHC). É importante notar que os problemas da escolha dos candidatos a vices são tratados pela *Folha* como um problema tanto do PT quanto do PSDB (as notícias sobre os vices, embora tratem especificamente do vice da chapa Tucana, trazem em confronto as informações sobre o vice do PT).

Nessa lógica, o Jornal – como um locutor universal a quem cabe “dizer a verdade” – dedica-se a “apurar” “revelar”, a “mostrar” a importância da escolha dos vices (N1-FHC, N2-FHC, N3-FHC, N4-FHC). Em que pese, porém, a *Folha* insistir na “ambiguidade” da aliança entre PSDB e PFL, o Jornal demonstra que FHC irá diminuir o peso das alianças e que pretende construir um partido, se eleito, que seja um “superpartido”, capaz de lhe garantir governabilidade, uma presidência, nos termos da *Folha*, imperial (N8-FHC). Tal ocorreria, principalmente, se o Plano Real efetivamente continuasse a estabilizar a economia. Na “guerra dos vices” (como a *Folha* qualifica os episódios que o Jornal noticia sobre a engenharia dos partidos PT e PSDB para disputar a presidência), há indícios que apontam para a ênfase discursiva de duas variáveis: a econômica e a político-ideológica. A variável econômica faz-se presente quando, por exemplo, FHC critica o vice do PT, Aluizio Mercadante, de “não ter estudado [...] daí porque ele errou no julgamento do Plano Real” (N4-FHC) e/ou quando o PT critica a escolha do vice – Marco Maciel – alinhado a setores responsáveis pela crise econômica do Brasil. Mas é a variável político-ideológica que mais se destaca neste bloco temático. Nesse sentido, há indícios que apontam para uma imagem de FHC como um candidato do centro do espectro político, que busca equilibrar as razões do

mercado com as funções do Estado, com um opositor (Lula) que também tenta fugir da extrema esquerda.

No bloco *apoio oficial ao candidato/financiamento/denúncias*, as notícias sobre FHC não o colocam nem como enunciador, nem como Locutor. (GUIMARÃES, 2005). Em resumo, o agenciamento dos dizeres não passa por Fernando Henrique Cardoso. Neste bloco, em que, por óbvio, evidencia-se a variável candidatura oficial, percebe-se que as denúncias de irregularidades dão o tom das notícias (N9-FHC, N10-FHC). A *Folha* destaca-se como uma fonte de documentação a que recorre, inclusive, a justiça (os órgãos de controle) para apurar denúncias de irregularidades do governo e/ou de aliados que usam a máquina pública em favorecimento de FHC (N10-FHC). Ainda neste bloco, a divulgação pela *Folha* do maior escândalo envolvendo o governo Itamar Franco e seus ministros no processo eleitoral: o caso Ricúpero (N11-FHC) – já tratado neste trabalho, no terceiro capítulo no qual se contextualizam as eleições de 1994. Neste episódio, a *Folha* se ateu a descrever as circunstâncias em que se deu o fato: as declarações do então ministro do governo Itamar franco, Rubens Ricupero, de favorecimento ao candidato FHC com a possível omissão de dados econômicos que pudessem prejudicar o candidato tucano. Ricupero fala também da aquiescência e/ou comprometimento da Globo com a candidatura FHC. Não há, no tratamento da informação, aprofundamento; não há contraste de fontes, sequer uma fala (inérita) de Ricupero, nas notícias da *Folha* sobre o acontecimento.

Em atitude inversa, há, neste bloco, uma entrevista (N13-FHC) com o ministro Ciro Gomes cujo pretexto é a declaração do ministro sobre a disposição de discutir com Lula questões acerca do país, porém o que se infere da entrevista é que ela oportuniza ao ministro falar positivamente do governo, colocando o Plano Real no epicentro das questões tratadas. Ainda no bloco apoio oficial ao candidato/financiamento/denúncias, na notícia sobre a demissão do ministro das Minas e Energia do governo Itamar Franco, Alexis Stepanenko, denunciado pelo uso do Ministério em apoio à candidatura FHC, a *Folha* enuncia apresentando o contexto em que se deu a denúncia e a decisão de o ministro pedir demissão, fala dos bilhetes que comprovam a denúncia, mas não ouve FHC. Os indícios direcionam a leitura para uma deliberada decisão da *Folha* de deixar FHC isolado dos processos de denúncia que envolva, negativamente, o nome de Fernando Henrique Cardoso como um candidato favorecido pela máquina governamental.

Neste bloco, em que predomina a variável governo, os indícios e as inferências orientam para a conclusão de que a *Folha* ‘neutraliza’ e/ou ‘isola’ do candidato FHC em relação aos favorecimentos do governo Itamar Franco ao candidato oficial da Presidência

(FHC). Uma constatação que leva à impressão de obviedade, tornando-se conveniente buscar o enfrentamento da falseabilidade. Neste caso, verificando o comportamento do veículo com relação a denúncias de favorecimento à candidatura de Lula. Neste caso, uma notícia de chamada de capa (N6-L), em que Lula figura como beneficiado por uma obra realizada por uma prefeitura do PT, já no parágrafo de abertura, traz uma afirmativa de que Lula estaria tirando proveito político da obra realizada e comprova tal afirmação com fragmentos das falas de Lula, durante o comício. Ele é, neste caso, o sujeito do dizer, o Locutor do PT. (GUIMARÃES, 2005). É importante observar que a matéria faz um paralelo entre o PT que denuncia FHC pelo uso da máquina do governo e o PT que se “locupleta” da mesma situação. O agenciamento da fala de Lula na cena enunciativa da notícia confirma a tese da *Folha*.

O comício de Luiz Inácio Lula da Silva em Santos (72 km a sudeste de São Paulo), anteontem à noite, foi montado para que ele tirasse proveito político de uma obra realizada pela prefeitura municipal, administrada pelo PT.

[...]

O PT está pedindo na Justiça Eleitoral a impugnação da candidatura de Fernando Henrique Cardoso (PSDB). O tucano é acusado de se beneficiar eleitoralmente de obras e programas do governo.

[...]

Lula descreveu o projeto em Santos como um “exemplo do que o PT realiza quando é governo”.

[...]

O candidato prometeu ainda que se for eleito presidente da República vai dar apoio “para que a obra seja terminada ainda no governo do Davi (Davi Capistrano, prefeito do PT).” (N6-L).

No bloco *estratégias de campanha*, encontra-se o conjunto de textos/notícias de maior regularidade temáticas: as notícias giram em torno do Plano Real, conseqüentemente, neste espaço, é que melhor se visualizam as variáveis: governo e economia, sobretudo economia. As notícias giram em torno da campanha, com destaque para as orientações do governo e de assessores quanto ao comportamento de FHC (N20-FHC); a *Folha* dá destaque às propostas de FHC na continuidade do Plano Real e na montagem da equipe de governo de FHC (N22-FHC, N25-FHC, N26-FHC). Nas propostas de FHC, infere-se o movimento do candidato tucano em se manter e reafirmar sua posição ideológica no centro do espectro político, incluindo o aceno de FHC aos “moderados” do PT para comporem o governo do PSDB (N27-FHC). No contraponto ou na experiência de falseabilidade, a *Folha* apresenta as estratégias de campanha de Lula destacando um candidato que é obrigado a mudar de tática: integrar o real a sua proposta de governo; o reconhecimento do candidato quanto a ter perdido o apoio da classe média e a decisão de mudar o rumo da campanha e, por fim, a divulgação de

que o petista aceita negociar com o tucano, após as eleições para manter o controle da inflação. Todas essas estratégias ratificam a importância do movimento dos candidatos para se localizar no centro do espectro político-ideológico. A notícia do dia 14/08/1994 (N19-FHC), que traz FHC e Lula como personagens principais, na chamada de capa, lê-se: *FHC e Lula vão para o centro* e título: *FHC quer fugir dos neoliberais; Lula procura escapar dos xiitas*, é representativa da análise.

Foto 4 – FHC e Lula



Fonte: Folha de S. Paulo (1994, online)

Por fim, no bloco *pesquisas eleitorais*, vê-se que, para além da divulgação dos números que vão montando uma imagem positiva do candidato com a possibilidade de FHC eleger-se, já no primeiro turno da eleição (o que de fato ocorreu), a *Folha* dedica-se a explorar aspectos que beneficiam a candidatura do PSDB, como, por exemplo, a identificação da vantagem de FHC no eleitorado de maior renda, mas também registra que FHC vem ganhando espaço entre os mais pobres (N31-FHC). Um indício relevante neste bloco é a divulgação dos percentuais da pesquisa associada a uma pesquisa a respeito do comportamento político-eleitoral do segmento religioso (N34-FHC). A matéria apresenta dados sobre os religiosos no Brasil, revelando como se comportam os diversos e variados segmentos religiosos em relação a FHC e Lula. O jornal traz para a fonte do dizer um Locutor

do campo científico, Antônio Flávio Pierucci, do Departamento de Sociologia da USP – Universidade de São Paulo, então secretário executivo da ANPOCS – Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – com um discurso competente com o qual a *Folha* se autorreferencia.

Outro indício relevante neste bloco relaciona-se com a variável governo que se evidencia quando a *Folha*, ao divulgar as pesquisas, após o escândalo Ricupero, abre a matéria sobre as pesquisas que dão vantagem a FHC, associando os percentuais ao escândalo e reafirmando que a crise não interferiu na preferência do eleitorado ao candidato tucano.

*A crise que levou à saída do ministro Rubens Ricupero (Fazenda) não alterou a posição de Fernando Henrique Cardoso (PSDB), mas sua vantagem caiu nas regiões metropolitanas e entre os eleitores com maior poder aquisitivo e maior escolaridade.*

(Grifo nosso) (N36 - FHC)

[...]

Uma semana após a crise que provocou a demissão do ministro Rubens Ricupero (Fazenda), o quadro da disputa pela Presidência da República continua inalterado. (N37-FHC)

### 5.3 MODELO EXPLICATIVO DE 2002: INDÍCIOS E INFERÊNCIAS (IMPRESSÃO DE OBVIIDADE E ENFRENTAMENTO DA FALSEABILIDADE)

Utilizando-se o mesmo procedimento adotado com relação às notícias de 1994, as notícias sobre Lula, em 2002, foram reunidas em blocos temáticos, a partir da leitura flutuante de temas e abordagens. Passa-se, portanto, à descrição dos achados de 2002. Iniciando-se pelo bloco *disputas partidárias/denúncias*. Neste bloco, as rivalidades entre os candidatos trazem para a cena o governo FHC, já bastante fragilizado pela crise econômica. Nesse sentido, tanto Lula quanto os demais candidatos de oposição, no primeiro turno, além de Lula, Anthony Garotinho (PSB), Ciro Gomes (PPS), Rui Costa Pimenta (PCO), criticam o governo FHC. Mas a economia frágil serve também de combustível para o governo alertar a população para o fato de que, em crise, o presidente a ser eleito deve ter experiência e conhecimento para lidar com a situação. Nota-se, porém, que o Lula das notícias da *Folha* critica o PSDB, defende-se da tal falta de conhecimento e experiência para lidar com a crise, mas reza na cartilha neoliberal que é, essencialmente, defendida tanto por Lula quanto por seu principal opositor: Serra/FHC, conforme se pode inferir nos fragmentos abaixo:

O candidato do PT à presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, acusou o governo de estar explorando a fragilidade da economia brasileira com propósitos eleitorais.

[...]

Foi uma resposta a declarações feitas pela coligação tucana, que anteontem relacionou a vitória de Lula à possibilidade de o Brasil passar por crises como a da Argentina, que vive a pior recessão de sua história, e da Venezuela, em que há ameaça de destituição do governo por opositoristas. “O que não pode é o governo ficar brincando de fazer terrorismo com a economia brasileira, que é frágil. O Brasil tem potencial, mas não se pode brincar com coisa séria”, declarou o petista.

[...]

O presidenciável petista disse ainda que o PT já expôs na campanha seu compromisso com a estabilidade econômica, o respeito aos contratos e à manutenção do superávit primário. “Volto a repetir. O PT no mês de junho apresentou um documento, chamado Carta ao Povo Brasileiro, em que está delineado seu compromisso com as questões econômicas”, afirmou (N10-Lula).

Nesses termos, com o candidato do PT alinhado ao compromisso com a política neoliberal de FHC, iniciada com a implantação do Plano Real, surgem outros atores dissonantes da esquerda no cenário político brasileiro aos quais a *Folha* dá voz, como o economista João Pedro Stedile, então um dos dirigentes do MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra). Stedile, em entrevista à *Folha*, critica as propostas de Lula e identifica semelhanças entre as propostas de Serra e Lula. Um detalhe que chama atenção é que a própria *Folha* convida Stedile para tentar associar propostas de reforma agrária a seus

autores (Lula e Serra). A *Folha* informa que Stedile, “por ironia, atribuiu ao presidenciável José Serra – candidato do governo ao qual tem combatido há oito anos – trecho do programa de Lula – a quem apoia desde a campanha de 1989” (N3-Lula). A *Folha* ressalta: “Lula, o próprio, admite não é mais o mesmo, e Stedile não tem gostado de seu novo discurso” (N3-Lula). Indícios e inferências, pelos quais e nos quais, o *Jornal* cristaliza a variável espectro ideológico de centro ao candidato Luiz Inácio Lula da Silva. Assim reafirmando e legitimando a avaliação do entrevistado, a *Folha*, por meio da mobilização do discurso direto de Stedile, agencia-se como um enunciador universal a quem cabe mostrar, revelar a verdade:

Evidentemente que não é um discurso de defesa de um programa de esquerda de ou das necessárias mudanças radicais de que nossa sociedade precisa. É um discurso de centro, no espectro ideológico”, afirma.

[...]

Para um movimento que prega a radicalidade, “discurso de centro” é quase palavrão. O líder dos sem terra assiste inquieto a aproximação de Lula a políticos como os peemedebistas José Sarney e Orestes Quécia e com o liberal José de Alencar.

[...]

Esse tipo de aliança feriu a tradição de esquerda e a coerência do partido, critica (N3-Lula).

A *Folha* acentua ainda a ocupação do candidato do PT ao centro do espectro político-ideológico quando noticia, com destaque, a adesão ao candidato petista de empresários e banqueiros que passam a enxergar Lula como “estadista” (N5-Lula) e entendem que “a eleição dele não é uma rejeição ao que vem sendo feito, não se pode ver grandes diferenças entre os programas de Lula e de [José] Serra” (N8-Lula). Ainda no espaço das disputas partidárias a *Folha* traz ao seu leitor informações reiteradas de suspeita de corrupção em administrações do Partido dos Trabalhadores (em nível de estado e/ou município). As pistas ou indícios encontrados nas notícias levam à compreensão de que o modo de governar do PT não difere dos demais partidos, incluindo-se aí o uso da máquina pública para fins eleitorais.



No caso das denúncias sobre as administrações do PT, identifica-se uma *Folha* vigilante, que não apenas reproduz versões do fato, investiga, apura, localiza contratos, detalha a natureza das irregularidades (N7-Lula) e mais, verifica-se, inclusive, uma mudança na forma de construção da notícia, ao estilo jornalismo-literário<sup>39</sup>, quando o Jornal denuncia o uso eleitoral de cestas básicas pelo governo do Estado do Mato Grosso do Sul. A *Folha*, com um repórter que não se identificou como <<uma espécie de agente infiltrado>>, acompanha e narra toda a movimentação de líderes do PT, funcionários do governo, pessoas da comunidade, ações cheias de emocionalidades e proselitismo político são narradas, criando a matéria uma atmosfera em que se comprova sem dizer de forma literal que o PT de Lula está trocando votos e apoio por cestas básicas.

Houve pelo menos 14 reuniões em dois dias da semana passada. Sem que fosse pedida a identificação à reportagem, a Folha acompanhou uma dessas reuniões na última quarta-feira. A plateia é formada por cerca de 60 mulheres, muitas delas com crianças no colo, e quatro homens. Todos ouvem a palestra com atenção e alguns apertam na mão títulos de eleitor e carteiras de identidade.

[...]

No centro da roda, no quintal de uma casa de três cômodos na periferia de Campo Grande, a psicóloga Isabel Fernandes Alvarenga, 47, discursa: “Dia da eleição, é 13. É fácil, não é mais complicado. Aperta o botão verdinho, põe 13 de novo, aperta o verdinho. Só. Ninguém vai saber em quem vocês votaram.” (N12-Lula).

Acrescenta-se que, no bloco disputas partidárias/denúncias, é também bastante relevante a centralidade que assume a economia, tendo sempre o PT (Lula) questionado pelos concorrentes, especialmente o candidato da situação, José Serra, quanto à sua capacidade de entendimento da conjuntura e, conseqüentemente, a suas condições técnicas de dar conta de administrar um país em crise econômica. Ora acusam Lula de desconhecer o que o espera; ora de ele ser oportunista e estar fingindo ser o que não é. No epicentro do debate, observa-se a

---

<sup>39</sup> De acordo do Martinez (2009), “o Jornalismo Literário é um gênero fronteiro, que tira partido das técnicas literárias e dos elementos básicos jornalísticos, como levantamento de informações, para produzir um texto bem apurado e escrito. A história do Jornalismo Literário começa bem antes de sua fase mais famosa, o Novo Jornalismo norte-americano dos anos 1960, com o trio formado por Gay Talese, Truman Capote e Norman Mailer. É que as origens dessa escola remontam aos escritores europeus do século 17, como Daniel Defoe. No Brasil, marcos são Euclides da Cunha e João do Rio, pseudônimo do multimídia da época Paulo Barreto. A revista Realidade e o Jornal da Tarde continuam referências, num cenário que tem se aberto com a criação de revistas com Brasileiros e Piauí, além de sites. Os livros-reportagem seguem sendo o lugar onde a literatura e o jornalismo mais se encontram.” Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2009v6n1p71>>. Acesso em 9 jun. 2016.

movimentação do presidente Fernando Henrique Cardoso, <<o magistrado>>, o <<professor experiente>> que puxa a orelha dos candidatos, sobretudo a Lula a quem julga estar de “sapato alto” (N11-Lula) no processo eleitoral

Em continuidade ao exercício indicial e inferencial, no bloco *estratégias de campanha*, nota-se que, apesar de publicar notícias nas quais Lula ainda faz críticas à elite brasileira, mesmo evidenciando a contradição da postura do candidato:

Após ir a Brasília para dar apoio, com reservas, ao acordo entre o Brasil e o FMI (Fundo Monetário Internacional), Lula voltou, em cima de um palanque, ao discurso mais agressivo contra o fundo e suas políticas (N14-Lula).

Nota-se, todavia, que a *Folha* vai mudando a tônica das notícias, sobretudo quando as pesquisas começam a dar como certa a realização de segundo turno (entre Serra e Lula) e a possibilidade de o candidato do PT vencer. Assim, a maioria das notícias apresenta um Lula que tem como compromisso dar prosseguimento à política econômica do seu antecessor, integrado à lógica do capital e do mercado e assumindo a posição de centro no espectro político-ideológico; um Lula conciliador que aposta nas alianças partidárias e festeja adesões para vencer as eleições.

São indícios que apontam para a leitura que se faz:

*O Lula integrado à lógica do capital e do mercado:*

Ao falar em “autonomia”, e não em independência, o PT está enviando um sinal aos mercados para tranquilizá-los, o que, de resto, foi a tônica do sábado. [...] o PT aproveitou a reunião para anunciar que vai, sim, negociar com a Alca (Área de Livre Comércio das Américas) (N18-Lula).

[...]

*O Lula conciliador, um candidato com perfil de centro e com disposição para a alianças e adesões:*

Lula reafirmou que não adotará uma posição de enfrentamento: “Eu quero estar bem com todo mundo. Não quero brigar com ninguém, nem com meus adversários” (N16-Lula).

[...]

“Para reforçar um perfil calmo, distante dos embates da campanha, Lula diz: ‘estou na minha, sou como um telespectador’” (N15-Lula).

O presidenciável discursou sobre a importância das alianças para garantir sua governabilidade, dizendo que o “grande feito” da sua campanha foi a conscientização de que um país complexo como o Brasil não pode ser governado por um único partido político (N17-Lula).

Já no bloco *pesquisas eleitorais*, a *Folha* registra, durante a campanha eleitoral, o crescimento do candidato Lula, numa abordagem factual sem análise, exceto pelo fato de o Jornal divulgar associações entre o crescimento e a queda dos candidatos na preferência dos eleitores à avaliação dos leitores sobre governo FHC. Neste caso, no segmento que avalia bem o governo do PSDB, José Serra assume a dianteira. Nos demais segmentos, o Jornal destaca que a avaliação negativa sobre o governo o FHC, em razão da crise econômica, conduz o eleitor a optar pelo candidato Lula. A construção enunciativa das notícias didatiza os dados do *Datafolha* (escolaridade, faixa etária, gênero, profissão, classe, nível econômico, localização geográfica) são categorias destacadas pela *Folha* em relação às preferências do eleitorado, dando, porém, ênfase à relação entre o desempenho dos candidatos no Horário Eleitoral Gratuito e os desdobramentos na preferência do leitor. Em específico, a *Folha* informa que o ambiente de confronto e ataques favorece ao candidato do PT

#### 5.4 VARIÁVEIS CONJUNTURAIS ELEITORAIS NAS NOTÍCIAS

Após a apresentação dos modelos explicativos de 1994 e 2002, em sequência, realizou-se a *flechagem*, identificação no texto de uma estabilidade existencial, isto é, “dada uma primeira ocorrência extraída de P, haverá flechagem, se uma segunda ocorrência de P for idêntica à ocorrência anterior” (CULIOLI 1990, p. 182, apud GONÇALVES; CUMPRI, 2012, p. 64), associando-se a flechagem ao *estabelecimento das relações ou a categorização* (construção das relações entre as unidades de base, combinando-as e classificando-as no sentido de compreender como esses elementos unitários podem ser reunidos na formação de conjuntos mais complexos, as categorias). Neste movimento, identificaram-se ocorrências noticiosas as quais estabilizaram, nos enunciados, sentidos que corporificam/materializam, na enunciação, as variáveis conjunturais eleitorais, no processo enunciativo das notícias. Assim, a flechagem e o estabelecimento das relações e/ou a categorização conduziram à identificação das notícias que dão a ver ou que materializam as variáveis conjunturais eleitorais (sempre utilizando como ferramenta o método indicial e inferencial para chegar a termo).

Passa-se, então, a analisar, nos enunciados, os dispositivos que acionam sentidos sobre as variáveis conjunturais eleitorais. Informa-se que, do movimento de flechagem, construíram-se quatro categorias de análise, correlatas às variáveis conjunturais eleitorais. (LATTMAN-WELTMAN, 1994; 2002). Em 1994: FHC – o candidato oficial (a variável governo); FHC – o Plano Real (a variável econômica); FHC – o candidato do centro (a variável político-ideológico). Em 2002: Lula – o candidato da oposição (a variável governo);

Lula – o candidato enquadrado (a variável econômica); Lula – o candidato do centro (a variável político-ideológico). Assim, os enunciados evidenciados, nos quadros de análise, são fragmentos representativos das notícias analisadas que ilustram/demonstram as inferências realizadas.

#### 5.4.1 FHC em 1994

<b>VARIÁVEIS CONJUNTURAIS ELEITORAIS NA NOTÍCIA 1994</b>
<b>FHC – O candidato oficial (a variável governo)</b>
<p><b>N10- FHC – Aristides pede inquérito para apurar uso da máquina; FHC deverá depor</b></p> <p>O procurador-geral da República, Aristides Junqueira, pediu ontem a abertura de investigação judicial sobre o uso da máquina do governo Itamar Franco em favor da candidatura do tucano Fernando Henrique Cardoso.</p> <p>Junqueira quer que sejam convocados para depor os ministros Alexis Stepanenko (Minas e Energia) e Aluizio Alves (Integração Regional), o próprio Fernando Henrique e seu vice, Marco Maciel. O pedido deve ser acatado pelo corregedor-geral-eleitoral, Flaquer Scartezzini, que funciona como fiscal das eleições.</p>
<p><b>N11- FHC – Ricupero diz ajudar FHC, esconder inflação e confessa não ter escrúpulo</b></p> <p>O ministro também revelou estar utilizando a TV Globo para fazer campanha a favor do candidato a presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB). "Para a Rede Globo foi um achado", disse o ministro. "Em vez de terem que dar apoio ostensivo a ele (FHC), botam a mim no ar e ninguém pode dizer nada." Ricupero deu entrevistas para o "Jornal Nacional" e "Jornal da Globo" anteontem. Disse que estaria "disponível" para aparecer em outros programas.</p>
<p><b>N13- FHC – Novo ministro diz que não vai favorecer FHC 'Irei onde Lula quiser para expor meus planos'</b></p> <p>O governo precisa demonstrar para a população que não há envolvimento na máquina por duas razões básicas: o presidente Itamar Franco não admite e o senador Fernando Henrique não aceita este tipo de comportamento e nem parece necessitar. Nós precisamos vigiar para que um ou outro mais açodado, dentro da estrutura do governo, não cometa a incoerência de fazer isto.</p>

**N16- FHC– Uso da máquina em favor de FHC provoca demissão de Stepanenko**

As denúncias de uso do Ministério das Minas e Energia em apoio à candidatura à Presidência do tucano Fernando Henrique Cardoso, publicadas pela Folha, derrubaram ontem o ministro Alexis Stepanenko.

A Folha publicou bilhetes que Stepanenko enviou a seus subordinados propondo que a inauguração de obras tocadas por seu ministério fosse antecipada para antes da eleição. Entre as obras, estava a Usina Hidrelétrica de Xingó.

O ex-ministro mandou também um bilhete ao ministro Beni Veras (Planejamento) em que pedia apoio para a obra de energia elétrica em Sinop (MT), apontada no documento como "de interesse do presidente, de FHC e meu".

**N17- FHC – Ciro terá que explicar acusação de ajudar FHC**

O ministro da Fazenda, Ciro Gomes, foi notificado pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral) para que se defenda da acusação de desvio de dinheiro público em favor da campanha de Fernando Henrique Cardoso (PSDB).

O corregedor-geral eleitoral, Flaquer Scartezini, determinou também a notificação do próprio FHC e do candidato do PSDB ao governo do Ceará, Tasso Jereissati. Eles têm cinco dias para entregar a defesa.

Ciro Gomes é acusado de haver patrocinado com dinheiro do Estado, quando ainda governador do Ceará, a viagem de uma comitiva do PSDB à convenção que lançou a candidatura de FHC, em Contagem (MG). A Folha revelou o caso na edição de 9 de setembro.

**N20- FHC – Planalto e PFL pressionam, FHC recua de novo e participa de debate**

A desistência de FHC causou um princípio de crise no comando da campanha. O empresário Sérgio Motta e o ex-deputado Pimenta da Veiga eram contra a ida ao debate.

O presidente Itamar Franco, o ministro Henrique Hargreaves (Casa Civil), além dos deputados Luís Eduardo Magalhães (PFL-BA) e Gustavo Krause (PFL-PE) eram favoráveis. Itamar, Hargreaves e Krause chegaram a telefonar ontem para o candidato. Ele estava na produtora Diana, que grava seus programas.

N36- FHC – A crise que levou à saída do ministro Rubens Ricupero (Fazenda) não alterou a posição geral de Fernando Henrique Cardoso (PSDB), mas a sua vantagem caiu nas regiões metropolitanas e entre os eleitores com maior poder aquisitivo e maior grau de escolaridade.

**CÓDIGOS + INFERÊNCIAS = DISPOSITIVOS INTERACIONAIS**

Sobre a construção noticiosa incluída na variável candidatura oficial, os dispositivos interacionais apontam para:

- 1- A Folha publica notícias sobre favorecimento do governo federal e mesmo de governos estaduais aliados à candidatura FHC e reafirma esta verdade por meio de declarações de representantes dos órgãos envolvidos e dos próprios acusados (membros do governo e/ou aliados nos estados);
- 2- O Jornal por meio, inclusive de provas, apresenta esclarecimentos sobre os fatos (as suspeitas de favorecimento) do candidato tucano, reafirmando o seu compromisso com a “verdade” dos fatos, evidenciando favorecimento à candidatura de FHC, portanto, o candidato oficial está sendo favorecido pelo governo federal que lhe dá abertamente apoio;
- 3- A Folha reafirma estas verdades, contudo com raras provas judiciosas, as fontes são personagens do judiciário, às voltas com encaminhamento de denúncias e membros do próprio governo, quase sempre, os discursos destes personagens servem como provas;
- 4- Infere-se também que, em quase todos os acontecimentos noticiosos que tratam das irregularidades pelo uso da máquina pública em favor do candidato tucano, FHC é poupado, como se tais irregularidades não tivessem a sua participação e/ou, pelo menos, conivência de sua parte. Como se observa, outros personagens são expostos em irregularidades, contudo não há nos enunciados marcas que possam relacionar tais irregularidades a ações realizadas por FHC. Bem ao contrário disso, em trechos dos enunciados, o Jornal deixa claro que tanto o governo federal quanto FHC não concordam com as atitudes “isoladas” de alguns “mais açodados”;
- 4- Não há quaisquer aprofundamentos nas notícias sobre a assimetria entre o candidato oficial e os outros, sobretudo seu principal opositor, Luiz Inácio Lula da Silva. É um tema tão “irrelevante” para a Folha que não há, entre as matérias de capa sobre Lula, referências ao problema de favorecimento do candidato FHC por parte do governo federal;
- 5- As narrativas da Folha apresentam, com naturalidade e sem questionamento, a participação do governo Itamar Franco e seus ministros na campanha de FHC e também naturaliza escândalos envolvendo, inclusive, a participação de outro grupo de comunicação supostamente concorrente do grupo Folha;
- 5- Um detalhe aparentemente insignificante é indicativo de como a Folha lida com o candidato FHC: o Jornal noticia que, apesar de um grande escândalo, comprovadamente envolvendo um ministro em favorecimento do candidato tucano, o escândalo não prejudicou o candidato que mantém vantagem nas pesquisas eleitorais, o que se infere como uma construção discursiva sobre FHC que o exclui da arena das denúncias. Ele passa ao largo destas questões.

## VARIÁVEIS CONJUNTURAIS ELEITORAIS NA NOTÍCIA – 1994

### FHC – O Plano Real (a variável econômica)

#### N6- FHC – **FHC tenta conciliar Estado e mercado**

O programa de governo de Fernando Henrique Cardoso para as áreas de saúde, educação e agricultura reflete a ambiguidade da aliança que une o social-democrata PSDB ao neoliberal PFL.

A perspectiva social-democrata dá mais ênfase à intervenção do Estado na sociedade; a neoliberal aposta mais nas forças de mercado. Coordenada pelo economista Paulo Renato Souza, a equipe já concluiu os documentos com as principais metas do eventual governo. Essas metas vão balizar o programa, cujo texto final será divulgado na próxima semana.

N8- FHC – O Plano Real, principal fator de virada na posição do candidato nas pesquisas eleitorais, também é atribuído ao exclusivo risco pessoal de FHC.

Agora se considera que, se o Plano Real conseguir estabilizar de fato a economia e o país entrar em ritmo acelerado de crescimento, nada impede que se transforme essa Presidência "imperial" de FHC em trampolim para um segundo mandato, o que obviamente implicaria alterações constitucionais.

Aí, acredita o comando tucano ligado a FHC, se consumaria a "utopia" a que tanto se refere FHC em sua campanha.

N23- FHC – O principal cabo eleitoral de FHC é o real. Num discurso de 15 minutos na sexta-feira à noite, na região da Grande Florianópolis (SC), o candidato citou o real, direta ou indiretamente, 14 vezes – quase uma vez por minuto. O fato de o IPC-R estar apontando uma alta de preços maior do que a esperada por FHC preocupou o comando da campanha. Por isso, a importância do índice oficial será minimizada.

Antes da implantação do real, um trabalhador assalariado recebia aumentos mensais, que acompanhavam a inflação. Para os que podiam manter uma conta bancária, o dinheiro estava sempre protegido em aplicações financeiras.

Para os trabalhadores que não conseguiam aplicar os seus salários – por não terem como abrir uma conta bancária – a situação atual é melhor.

Mas os cerca de 12% de inflação acumulados em dois meses de real começam a complicar de novo o planejamento econômico do eleitor de baixa renda.

O que os coordenadores da campanha tucana querem evitar é uma reação negativa à alta de preços. Pelo menos, até a eleição.

#### N25- FHC – **FHC promete investir US\$ 20 bi das reservas em obras de infra-estrutura**

Segundo o coordenador do programa, Paulo Renato Souza, as reservas seriam

utilizadas para financiar importações. Os importadores receberiam dólares para evitar que o aumento do volume de dinheiro na economia causasse inflação.

O programa de FHC calcula a obtenção de R\$ 100 bilhões para o financiamento da infra-estrutura em quatro anos. Segundo o programa, cerca de R\$ 75 bilhões seriam gastos em transportes (R\$ 14 bilhões), energia (R\$ 43 bilhões) e telecomunicações (R\$ 18 bilhões).

**N26- FHC – Tucanos já preparam ajustes do Plano Real  
PSDB prepara 3ª fase do Real e propõe as reformas previdenciária e tributária.**

Fernando Henrique Cardoso – candidato da coligação PSDB-PFL-PTB à Presidência da República – já prepara os ajustes do Plano Real, que serão encaminhados ao Congresso caso vença a eleição.

As medidas incluem uma reforma tributária – sem a penalização dos mais ricos – e previdenciária, a alteração do exercício financeiro e a extinção de alguns ministérios.

As medidas serão encaminhadas ao Congresso ainda nesta legislatura na forma de emendas constitucionais. Não há preocupação com a aprovação ainda neste ano.

Os assessores da coligação explicam que, se as emendas forem "empurradas" para o próximo Congresso, será possível retomar a reforma constitucional.

**N28- FHC – PSDB quer ‘revolução institucional’ e teme ‘sarneyzação’ de um governo FHC**

Se eleito presidente da República, Fernando Henrique Cardoso vai lançar uma vigorosa blitz para promover uma "revolução institucional" já nos seis primeiros meses de governo.

O objetivo é assegurar que a estabilização da economia se mantenha e criar condições, através do saneamento do Estado, para um vigoroso crescimento econômico.

O sentimento de urgência nas medidas constitucionais é dado por uma frase de Sérgio Motta, secretário-geral do PSDB, principal coordenador da campanha e o mais próximo amigo de FHC:

"Eu tenho brincado com o Fernando dizendo que, se não houver revisão constitucional em seis meses, ele deve renunciar à Presidência", diz Motta.

**N30- FHC – 94 milhões de eleitores vão às urnas amanhã para decidir a cara do Brasil**

O tucano Fernando Henrique Cardoso, que detém 47% das intenções de voto segundo o Datafolha, alçou-se candidato nas asas do Real. O plano mitigou a inflação, um dos flagelos da economia brasileira, tida como o mais caro imposto pago pelo consumidor.



N41- FHC – No início de maio, pesquisa Datafolha dava a Lula 42% das intenções de voto contra apenas 16% de FHC. Essa diferença de 26 pontos começou a sumir com a criação da nova moeda, o real, em 1º de julho. Nos dias 8 e 9 de agosto, FHC já estava na dianteira com 36% e Lula havia despencado para 29%.

Se confirmar seu favoritismo, Fernando Henrique Cardoso será o 38º presidente do Brasil em 105 anos de história republicana. A eleição de hoje é a maior já realizada no país.

### CÓDIGOS + INFERÊNCIAS = DISPOSITIVOS INTERACIONAIS

*Na variável econômica, os dispositivos indicam que:*

*1-A Folha toma como missão “informar” relacionando e reafirmando FHC como pai do Plano Real;*

*2-Os enunciados deixam antever que o candidato está legitimado a não só falar como <<pai do real>>, mas também apresentar as estratégias para manter o plano que debelou a inflação e estabilizou a economia;*

*3-O único problema de FHC com relação à variável econômica é conciliar a social democracia do PSDB com o neoliberal PFL;*

*4-Em todas as notícias que têm como tema centra a variável econômica, FHC figura como o candidato que não apenas implantou o real, mas principalmente, já tem planos de como vai dar continuidade ao processo de estabilização da economia;*

*5-A Folha reafirma e naturaliza o fato de ser o Plano Real o principal cabo eleitoral de FHC, o Plano é descrito como principal “cabo eleitoral” do candidato tucano, responsável pela “virada” de FHC na campanha (um trunfo e um risco) pessoal de Fernando Henrique Cardoso. “O Plano mitigou a inflação, um dos flagelos da economia brasileira” tida como o mais caro imposto pago pelo consumidor”. Paralelo a estabilização da economia, é também um candidato que “propõe uma ‘revolução institucional’ já nos seis primeiros meses de governo”;*

*6-Observa-se pelas marcas dos enunciados que a Folha, em relação ao Plano Real, apaga completamente a importância do governo Itamar Franco do processo de implantação do Plano. O Jornal, inclusive, destaca a “presidência imperial” que FHC irá fazer nas “asas” da estabilidade econômica e já vislumbra suas possibilidades de exercer um segundo mandato (o que chama atenção é que, então, o estatuto da reeleição ainda não havia sido aprovado).*

*7-Em resumo, o que se percebe é que, ao dar destaque ao candidato FHC como “pai” do Plano Real, um plano que “pode fazer o país entrar num ritmo acelerado de crescimento com a implantação do real”; para o trabalhador, “a situação atual” é “melhor”, a Folha aciona dispositivos que direcionam para:*

*a) Indubitavelmente, a proposta econômica do Plano Real é a melhor para o país, assegura a continuidade ao Plano: “PSDB prepara 3ª fase do Real e propõe reformas previdenciária e tributária. Observa-se que o PDSB (leia-se: FHC) é quem prepara a terceira fase do Plano que àquelas alturas não era só um plano, já era uma política de governo. Claramente alinhado à proposta política neoliberal, o Jornal destaca, por exemplo, que as reformas propostas por FHC “incluem uma reforma tributária sem penalização dos mais ricos”, um*

*dispositivo que assegura tranquilidade ao mercado;*

*b) O candidato FHC é o mais indicado para dar conta de continuar controlando a inflação e viabilizar crescimento ao país, mais emprego, mais renda, e mercado favorecido;*

*c) FHC, portanto, na enunciação da notícia, é um candidato que sobe nas pesquisas, a cada dia, em razão da implantação da “nova moeda, o real [...] e, enquanto isso Lula vai [...] despencando”;*

*d) Sim, este é o candidato que tem reais possibilidades de vencer as eleições e garantir conquistas ao país, não apenas na economia, mas imediatamente (já nos seis primeiros meses de governo) “revolucionar institucionalmente” o Brasil.*

## VARIÁVEIS CONJUNTURAIS ELEITORAIS NA NOTÍCIA – 1994

### FHC – O candidato de centro (a variável político-ideológica)

#### N5- FHC – **PPS do Rio rompe com Lula e vai apoiar FHC**

O fato tem maior importância política do que propriamente eleitoral. Embora não traga votos para Fernando Henrique, o manifesto do PPS do Rio enfraquece um dos principais argumentos de Lula.

O candidato petista vinha repisando a tecla de que FHC é apoiado por uma frente de políticos "conservadores".

Com a adesão dos aliados do PT, Fernando Henrique consegue munição para contra-atacar.

No manifesto, os integrantes do PPS do Rio declaram: "Nos preocupa a política de frente de esquerda desenhada pela Frente Brasil Popular, onde elementos de uma política de confronto vêm sendo apresentados pela maioria de seus representantes".

#### N19- FHC – **FHC e Lula vão para o centro FHC quer fugir dos neoliberais; Lula procura escapar dos xiitas**

A Folha na semana passada com os dois candidatos no momento em que eles lideravam as pesquisas. Na terça, em São Paulo, com um Lula ainda a frente do ex-ministro da Fazenda. Na quinta, em Brasília, com FHC, quando os números do dia indicavam que ele tinha virado o placar das pesquisas eleitorais.

Os dois dizem que dormem cinco horas por dia e não tomam nenhum

medicamento especial. Os dois também convergem na medida a ser tomada, caso eleitos: negociar com o país e com o Congresso uma reforma fiscal.

FHC foge da direita e do neoliberalismo. Lula da esquerda e dos xiitas. Trombam no centro. Os dois coincidem até na surrada fitinha baiana branca dos três desejos amarradas no pulso direito.

#### CÓDIGOS + INFERÊNCIAS = DISPOSITIVOS INTERACIONAIS

*Infere-se, da variável político-ideológica, a partir dos enunciados, que:*

*1- Já assentado como um candidato alinhado ao centro do espectro político-ideológico, FHC é apresentado de forma 'confortável e naturalizada' como um candidato de centro-direita. Tal condição, porém, só aparece, significativamente, nas marcas linguísticas do enunciado, quando comparado ao seu principal opositor, Luiz Inácio Lula da Silva, apresentado como um candidato, marcado por um radicalismo de esquerda;*

*2-A Folha assume esta condição, ao noticiar um acontecimento jornalístico: o rompimento do PPS do Rio de Janeiro com Lula e o apoio dos dissidentes a FHC, avaliando os fatos que têm maior importância política do que eleitoral, porque o apoio do PPS (pelo menos de um grupo) "enfraquece um dos principais argumentos de Lula" de que FHC seria apoiado por "uma frente de políticos conservadores". O fato político é descrito pelo o Jornal como "munição" para Fernando Henrique "contra-atacar";*

*3-No contraponto, os enunciados apresentam o candidato Lula fugindo da posição 'incômoda' de espectro político-ideológico de esquerda, um candidato apoiado "por elementos de uma política de confrontos" (voz retirada no manifesto de um dos dissidentes). Observa-se que a Folha, ao mobilizar o discurso direto dos dissidentes da frente partidária que apoia Lula, aciona o entendimento de que Lula é um candidato alinhado a composições políticas de extrema esquerda e que, não sendo esta a posição 'desejável', procura escapar dos "xiitas", termo cunhado pela mídia, então, para designar políticos de espectro político-ideológico de 'extrema esquerda';*

*4-Nota-se, ainda, a partir dos enunciados, que ocupar a posição do centro do espectro político é considerado uma situação desejável pelos dois candidatos de tal forma que "FHC foge da direita e do neoliberalismo e Lula da esquerda e dos xiitas";*

*5-Em síntese: os enunciados flechados e categorizados na variável político-ideológica possibilitam inferir que a variável "centro", na enunciação das notícias sobre FHC e Lula, em 1994, consolidam FHC neste lugar ideológico e apresentam seu opositor, Lula, como um candidato, 'coagido' pelas circunstâncias a se movimentar para o centro. Nas notícias que compõem a testagem para verificar o valor de falseabilidade, pode-se verificar tal conclusão: "Lula decide reduzir poder de radicais" (N5-L).*

## 5.4.2. Lula em 2002

<b>VARIÁVEIS ELEITORAIS NA NOTÍCIA - 2002</b>
<b>LULA – O candidato da oposição (a variável governo)</b>
<p data-bbox="373 629 1212 701"><b>N10- Lula – Lula diz que governo faz ‘terrorismo’ econômico Governo explora economia frágil, diz Lula</b></p> <p data-bbox="373 741 1444 813">O candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, acusou o governo de estar explorando a fragilidade da economia brasileira com propósitos eleitorais.</p> <p data-bbox="373 853 1444 1435">Foi uma resposta a declarações feitas pela coligação tucana, que anteontem relacionou a vitória de Lula à possibilidade de o Brasil passar por crises como o da Argentina, que vive a pior recessão de sua história, e da Venezuela, em que há ameaça de destituição do governo por opositoristas. “O que não pode é o governo ficar brincando de fazer terrorismo com a economia brasileira, que é frágil. O Brasil tem potencial, mas não se pode brincar com coisa séria”, declarou o petista, após rápida visita feita a senadora eleita Roseana Sarney (PFL-MA), que se recupera de cirurgia para retirada de nódulos benignos, no seio no hospital Sírio-Libanês. Antes de saber do anúncio de novas medidas do Banco Central para controlar o dólar que se aproximou nessa semana do patamar de R\$ 4, Lula cobrou ação mais firme do governo no controle da norte-americana. Até o dia 31 de dezembro, o presidente e sua equipe econômica precisam tratar com carinho da moeda brasileira. O governo não pode permitir que o dólar continue assustando a sociedade brasileira “, afirmou. O PT tem procurado jogar a responsabilidade sobre a crise financeira na conta do atual governo, tentando desvinculá-la do receio dos mercados à vitória do petista.</p> <p data-bbox="373 1476 1209 1547"><b>N11- Lula – Lula critica economia, e FHC o vê de sapato alto Lula critica economia; FHC acusa ‘sapato alto’</b></p> <p data-bbox="373 1588 1444 1727">O candidato Luiz Inácio Lula da Silva (PT) criticou ontem em São Bernardo do Campo a política econômica do governo. À tarde, de Brasília, o presidente Fernando Henrique Cardoso rebateu, dizendo que o petista está colocando "sapato alto antes da hora".</p> <p data-bbox="373 1767 1444 1906">Lula classificou a equipe econômica de "cega" e criticou o governo por insistir numa política que, em sua opinião, privilegia o sistema financeiro em detrimento do setor produtivo. "O que deve motivar o investimento do dinheiro é a produção, não a especulação. Lamentavelmente, estamos subordinados à especulação."</p> <p data-bbox="373 1946 1444 2054">FHC, por meio de seu porta-voz, Alexandre Parola, disse que as críticas de Lula à política econômica atual não são válidas porque o petista não teria "domínio pleno" sobre o assunto.</p>

Parola, ao ser questionado sobre a opinião de FHC em relação às declarações de Lula criticando a elevação das taxas de juros e atribuindo à política econômica uma suposta subordinação à especulação, disse: "A esse respeito, o presidente sublinha que é muito ruim a atitude de colocar sapato alto antes da hora e sobretudo falar de assuntos em relação aos quais não tem domínio pleno".

#### **N12- Lula – PT pede voto por carta a cadastrados na prefeitura Petistas usam cesta básica a favor de Lula**

Coordenadores do programa de distribuição de cestas básicas do governador de Mato Grosso do Sul, José Orcírio, o Zeca do PT, têm feito reuniões com moradores pobres nos bairros de Campo Grande para pedir votos a Luiz Inácio Lula da Silva e Zeca, candidato à reeleição. O programa distribui 60 mil cestas por mês.

Houve pelo menos 14 reuniões em dois dias da semana passada. Sem que fosse pedida identificação à reportagem, a Folha acompanhou uma dessas reuniões na última quarta. A platéia é formada por cerca de 60 mulheres, muitas delas com crianças no colo, e quatro homens. Todos ouvem a palestra com atenção e alguns apertam na mão títulos de eleitor e carteiras de identidade.

[...]

Na reunião, Isabel se identifica como coordenadora do Programa de Segurança Alimentar e pede votos para Zeca do PT e para Lula: 'Quem tem trânsito na sociedade, seja do mais simples sem-terra ao maior? É o Lula, gente. É uma pessoa que tem trânsito, que tem respeito. Então, a gente não tem que ter medo. É da Silva, sim. É Luiz Inácio Lula da Silva. Igual muita gente que é Silva'.

Uma senhora concorda: 'Eu também sou Silva'. Encorajada, a oradora segue em frente: 'É nossa hora, nós temos chance, como o Lula tem chance'.

#### **PT pede voto a cadastrados da Prefeitura de SP**

O PT está pedindo voto, por meio de cartas, a pessoas cadastradas em programas sociais, habitacionais e educacionais da Prefeitura de São Paulo, administrada pela petista Marta Suplicy. Até criança de 7 anos recebeu esse tipo de correspondência.

O coordenador de comunicação do PT no Estado, Marcos Silva, nega que o partido tenha utilizado o cadastro da prefeitura para endereçar as cartas. Diz que os beneficiados pelos programas de Marta também fazem parte de cadastros de movimentos sociais ligados ao PT. No entanto ele não diz que organização tem uma lista em que os titulares são crianças. A Folha apurou que o Diretório Nacional do PT pagou, em setembro, aos Correios, R\$ 272,6 mil, referentes ao contrato de nº 7220104900, para remeter as cartas de pedido de voto. Entretanto esse contrato pode incluir outros tipos de correspondência.

[...]

As cartas enviadas pela prefeita - cuja produção e postagem foram pagas pelo diretório nacional do PT- usam três tipos de mote para pedir voto: educação, habitação e complementação de renda.

**“Elite brasileira é perversa”, afirma Lula**

No discurso, Lula usou a obra inacabada da rodovia Cuiabá-Santarém para atacar o governo federal. "O ministro da Fazenda, o ministro dos Transportes e o presidente da República não têm a decência de passar pela rodovia e perceber o quanto o povo sofre."

### **FHC 'extorqui' Estados, diz Lula**

O candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, criticou ontem, em comício em Macapá (AP), a política do presidente Fernando Henrique Cardoso afirmando que FHC só fazia reuniões com os governadores para extorquir dinheiro dos Estados, e não para discutir desenvolvimento regional e desigualdades sociais. "Todas as reuniões entre FHC e os governadores foram para discutir a dívida dos Estados com a União. Na verdade, a reunião era para extorquir dinheiro dos Estados e dar para o [Pedro] Malan [ministro da Fazenda] fazer superávit primário e pagar juros das dívidas que ele [FHC] mesmo contraiu", disse Lula.

### **CÓDIGOS + INFERÊNCIAS = DISPOSITIVOS INTERACIONAIS**

*A partir da flechagem e da categorização dos enunciados na variável governo, infere-se que:*

*1-Como candidato antigoverno, os enunciados que relacionam Lula ao governo FHC e ao candidato do PSDB, José Serra, acionam dispositivos que direcionam a uma imagem de um candidato de oposição reativo à avaliação de FHC quanto à afirmação de que sua eleição poderia aprofundar a crise econômica, então em curso. Ressalta-se da construção enunciativa da Folha que FHC (como 'pai do real', tem legitimidade para avaliar) a capacidade administrativa e o comportamento 'inadequado' do candidato do PT, sobretudo no enfrentamento da crise econômica "o petista não teria domínio pleno" sobre o assunto;*

*2-Em vários enunciados, porém, fica patente que a relação Lula e o governo FHC segue atenuada, pelo menos nas notícias que a Folha destaca como matéria de capa, as marcas linguísticas dos enunciados revelam críticas pontuais de Lula a FHC e, de igual modo, a Folha não acentua mais os "radicalismos" de Lula. Bem ao contrário disso, apresenta um Lula disposto a atender às diretrizes macroeconômicas da economia;*

*3-Em relação à variável governo, ainda, observa-se que a Folha evidencia um Lula que critica o governo FHC, mas toma cuidado de assegurar que está preparado para governar na lógica econômica neoliberal, cuidando de negar qualquer possibilidade de substituir o Plano Real. O enunciado em destaque confirma esta inferência: "Até o dia 31 de dezembro, o presidente e sua equipe econômica precisam tratar com carinho da moeda brasileira";*

*4-Ainda na variável governo/apoio institucional, como Lula é um candidato que se opõe ao governo federal, por óbvio, não há registro nas notícias de favorecimento do governo FHC ao candidato do PT, porém tal condição não isenta o petista de estar relacionado a favorecimentos de governos, em nível estadual e/ou municipal, à candidatura de Lula. Neste particular, a Folha, em longa reportagem, fugindo do relato ao estilo sintético/conciso, descreve em detalhes as reuniões realizadas pelo governo de Mato Grosso do Sul (Zeca do PT) com moradores da periferia de campo Grande. O Jornal constrói cenas*

*enunciativas em que os moradores/eleitores participam de reuniões com funcionários do governo do PT para, usando a oportunidade institucional de cadastrar eleitores em programas sociais, de verdade, fazem campanha eleitoral para os candidatos do PT;*

*5- Nesse caso, os dispositivos orientam o olhar para o fato de que PT, quando pode, também faz uso da máquina pública em favor dos candidatos do partido. Isto é, desde que haja oportunidade, as práticas são as mesmas que o partido condena em relação às candidaturas do PSDB.*

## VARIÁVEIS ELEITORAIS NA NOTÍCIA - 2002

### LULA – O candidato enquadrado (a variável econômica)

#### **Ciro e FHC criticam posições de Lula**

A três semanas das eleições, o presidente Fernando Henrique Cardoso elevou o tom da defesa de seu governo e atacou indiretamente o candidato Luiz Inácio Lula da Silva (PT).

[...]

Segundo ele, seu principal feito, o controle da inflação, ajudou a corrigir a corrupção endêmica, desconcentrar a renda e dar valor à renda dos trabalhadores, ainda que o aumento numérico não tenha sido o desejável. A queda de renda dos trabalhadores e a pequena queda da concentração de renda, foram as principais críticas que recebeu nesta semana.

#### **N5- Lula – Staub apoia Lula e afirma que petista é um estadista Empresário vê Lula estadista e declara voto**

Nos últimos meses, o empresário Eugênio Staub, 60, presidente da Gradiente, uma das maiores empresas do setor eletroeletrônico do país, viveu um dilema. Amigo há quase 20 anos do candidato à Presidência José Serra e eleitor histórico do PSDB, ele estava dividido entre votar no tucano ou no petista Luiz Inácio Lula da Silva. Há um ano, ele mantinha conversas frequentes com Lula. Poucos tinham conhecimento disse. Os dois discutiam um projeto econômico para o Brasil.

Na semana passada, depois de assistir ao programa de Serra com ataques ao PT, ele comunicou ao PT que iria votar no Lula e que gostaria de tornar pública sua decisão. Na sexta-feira passada, Staub gravou um depoimento de 30 segundos para o programa eleitoral do PT, que foi ao ar na noite de sábado. Foi o primeiro grande empresário de São Paulo a declarar o apoio a Lula.

#### **N8- Lula – Para presidente do Itaú, petista vai ser eleito Lula será eleito presidente, diz banqueiro**

"Não tenho dúvida de que o Lula será o próximo presidente do Brasil. Esta não é uma eleição populista. Ele está sendo eleito porque está fazendo uma boa campanha. Ele é honesto e fala ao coração do povo." As declarações foram dadas ontem pelo banqueiro Roberto Setubal, que comanda o segundo maior conglomerado financeiro privado do Brasil, o Itaú.

[...]

A defesa que Roberto Setubal fez de Luiz Inácio Lula da Silva foi destinada a uma platéia na qual se encontravam muitos executivos de Wall Street. "Isso [a eleição de Lula] não é uma revolução, é uma transição democrática. Eu diria que, neste momento, a comunidade empresarial brasileira está preparada para apoiar o Lula", disse Setubal a espectadores em silêncio quase absoluto, visivelmente surpresos.

[...]

Ele lembrou que Lula se comprometeu com as premissas macroeconômicas previstas no último acordo do Brasil com o FMI (Fundo Monetário Internacional) e o candidato a vice na sua chapa, José Alencar, é um grande empresário e vem do PL.

**N16- Lula – Lula pede nova reunião com FHC para discutir dólar  
Lula quer encontro com FHC para ter explicação sobre a alta do dólar**

O candidato do PT ao Palácio do Planalto, Luiz Inácio Lula da Silva, disse ontem que pretende ter uma nova reunião com o presidente Fernando Henrique Cardoso na qual exigiria explicações para a alta do dólar em relação ao real.

"Eu propus ao presidente do meu partido, José Dirceu, que nós voltemos a conversar com o presidente Fernando Henrique Cardoso para exigir dele, do [Pedro] Malan e do Armínio Fraga uma explicação pública do porquê está acontecendo esse aumento do dólar, que não é por causa da eleição", disse Lula durante entrevista na sede do jornal "O Globo".

O petista não especificou quando pediria a nova conversa. Segundo Lula, não há nenhuma motivação eleitoral para a disparada do dólar, uma vez que ele mesmo, em reunião anterior com FHC, reiterou seu apoio ao acordo com FMI (Fundo Monetário Internacional) e reafirmou a promessa de respeitar os contratos.

O petista declarou que vem conversando com grandes banqueiros e que eles não têm manifestado medo com sua eventual vitória. "Acontece que há muitos bancos de investimento que ficam especulando", disse o candidato.

**N19- Lula – Para Piva, Lula terá de ‘conter’ radicais do PT  
Lula precisa conter radicais do PT, diz Piva**

O presidente da Fiesp (Federação das Indústrias de São Paulo), Horácio Piva, fez ontem advertência para que Lula "controle o ímpeto de seus correligionários", em referência aos radicais do PT, no caso de a eleição presidencial ser definida já no primeiro turno. De acordo com Piva, é preciso haver muita humildade e modéstia nas negociações para a formação de coalizão que considera "inevitável" entre PT e PSDB. Feita a advertência, o dirigente empresarial disse no entanto que acredita



ser muito difícil a uma definição da eleição no domingo.

**N21- Lula – Lula discute programa em busca de apoio  
Lula acena a PPS e PSB em eventual governo**

O PT, no entanto, prepara uma série de eventos com empresários e integrantes do mercado financeiro para o segundo turno, como forma de, mais uma vez, passar tranquilidade. Entre os atos previstos estão a divulgação de textos conjuntos com a Bolsa de Valores de São Paulo e com a Febraban. O presidenciável se preocupou ainda em cobrar da militância que não esmoreça com a necessidade de disputar uma segunda etapa.

"Eu estou mais animado do que nunca. Falta menos para ganhar do que faltava. Vai ser uma campanha tão aguerrida quanto no primeiro turno", afirmou.

**N23- Lula – Executivos acham que país cresce em 2003  
Para empresários, país cresce com Lula ou Serra**

Os empresários acreditam que, com José Serra (PSDB) na Presidência da República, a economia ficaria um pouco melhor do que com Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Com o tucano, a expectativa é que haveria mais crescimento e menos inflação no próximo ano.

Esse é o principal resultado de uma pesquisa de opinião realizada na quinta-feira passada pelo Datafolha com 154 empresários e executivos em São Paulo.

Os entrevistados não identificaram cenários substancialmente diferentes para a vitória de um ou outro candidato. Ganhando o tucano ou o petista - ambos defensores de projetos desenvolvimentistas -, a economia deve crescer mais no primeiro mandato do novo presidente do que no último ano de governo de Fernando Henrique Cardoso.

**N26- Lula – Petista reúne empresários e ensaia pacto  
A empresários, Lula reforça cumprimento de contratos**

O candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, reafirmou ontem de manhã, em encontro com empresários, sindicalistas e representantes de entidades civis, que a sua eventual gestão respeitará os contratos e vai promover mudança com segurança e responsabilidade - bordão que tem sido usado contra o petista pela propaganda de José Serra (PSDB).

[...]

"Sabemos que a atual crise nos mercados financeiros pode ser superada sem quebra de contratos e sem surpresas como as já sofridas pela população com o confisco e a sangria de suas poupanças", disse Lula, que leu o discurso "União pelo Brasil", uma espécie de versão para o segundo turno da "Carta ao Povo Brasileiro", documento divulgado em junho, que teve o objetivo de "acalmar o mercado" ao prometer que o PT não romperia os contratos já firmados pelo governo brasileiro.

**CÓDIGOS + INFERÊNCIAS = DISPOSITIVOS INTERACIONAIS**

*Dos enunciados selecionados para a análise do candidato Luiz Inácio Lula da Silva, infere-se que:*

*1- Os sentidos construídos sobre o candidato petista, referentes às variáveis*

*econômica e político ideológica (aqui sempre observando a migração do candidato ao centro do espectro político-ideológico), são as mais significativas, aquelas que mais permitem preencher os vazios com inferências que apontam para o fato de o candidato do PT ter se afastado das propostas mais à esquerda do seu partido e sua adesão à política econômica neoliberal como o principal motivo desta aproximação no plano do acontecimento noticioso;*

*2- Já nas notícias categorizadas na variável governo, percebe-se que a ausência de conflitos mais consistentes (sempre em referência à construção discursiva das notícias de primeira página da Folha, durante a campanha eleitoral) está diretamente relacionada à variável econômica. Isto porque o candidato do PT, nas construções enunciativas da Folha, não está em polo oposto a FHC, tampouco representa temor ao mercado;*

*3-Nesse sentido, na variável econômica, os enunciados levam à inferência de que Lula:*

*a)assume como candidato a continuação do programa econômico implantado por FHC e, apesar da crise econômica ou mesmo conta desta crise, Lula vem conquistando a confiança dos setores produtivos da sociedade, passando a contar com a adesão de importantes nomes do segmento empresarial/financeiro;*

*b) Lula é alçado da condição de reacionário a um candidato com status de “estadista” declarado por importante personagem dos mundos empresarial e financeiro, num aceno de que o setor não mais teme sua eleição, bem ao contrário disso, apoia a eleição de Lula, deseja sua eleição;*

*4- Tudo isso aproxima Lula de FHC, a tal ponto que o candidato Lula tranquiliza quanto respeitar acordos e contratos realizados pelo governo FHC. Os dispositivos interacionais dão conta de um candidato ‘enquadrado’ ao sistema e, portanto, gozando de confiança para governar o Brasil.*

## VARIÁVEIS ELEITORAIS NA NOTÍCIA - 2002

### LULA – O candidato do centro (a variável político-ideológica)

#### N3- Lula – **Para Stedile, discurso de Lula não é de esquerda Discurso de Lula não é de esquerda, diz MST**

Os discursos dos candidatos a presidente andam tão próximos que nem um tradicional aliado de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) reconhece mais as diferenças entre as suas propostas e, por exemplo, as do tucano José Serra.

O economista João Pedro Stedile, 48, um dos dirigentes nacionais e o principal ideólogo do MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra), aceitou convite da Folha para tentar associar propostas dos candidatos para a reforma agrária a seus autores.

Por ironia, atribuiu ao presidenciável José Serra - candidato do governo ao qual tem combatido há oito anos - trecho do programa de Lula - a quem apóia desde a campanha de 1989.

Talvez não tenha sido mero acidente causado por uma pegadinha jornalística. Lula, o próprio admite, não é mais o mesmo, e Stedile não tem gostado de seu novo discurso.

"Evidentemente que não é um discurso de defesa de um programa de esquerda ou das necessárias mudanças radicais de que nossa sociedade precisa. É um discurso de centro, no espectro ideológico", afirma.

Para um movimento que prega a radicalidade, "discurso de centro" é quase palavrão. O líder dos sem-terra assiste inquieto a aproximação de Lula a políticos como os peemedebistas José Sarney e Orestes Quércia e com o liberal José Alencar. "Esse tipo de aliança feriu a tradição de esquerda e a coerência do partido", critica.

#### N5- Lula – **Staub apoia Lula e afirma que petista é um estadista Empresário vê Lula estadista e declara voto**

Em entrevista exclusiva, concedida à Folha depois de gravar sua participação no programa, Staub diz que tomou essa decisão por achar Lula, hoje, o candidato com melhores condições de elaborar um projeto nacional aglutinando todos os segmentos da sociedade. "O Lula é o nome mais capaz de juntar empresários, trabalhadores e classe média", diz Staub.

#### N15- Lula – **Aviões com Lula e Maluf têm panes Aviões de Lula e Maluf passam panes**

Para reforçar um perfil calmo, distante dos embates de campanha, Lula disse: "Eu estou na minha, sou como o telespectador". Questionado sobre que atitude tomará caso se torne alvo de críticas, respondeu que tentará manter "o mesmo comportamento".

A respeito do fato de Serra ter dito que ele e Ciro se juntaram para acuá-lo nos debates, Lula afirmou que o tucano "só quer os bônus, não os ônus" de ser o candidato do governo.

Ele comentou também a possibilidade de FHC apoiar sua candidatura, caso haja um segundo turno entre ele e Ciro. Disse que aceita apoios de todos os ex-presidentes, menos o de Fernando Collor de Mello (que apóia Ciro). Mas ressaltou: "Não sei se o presidente Fernando Henrique Cardoso ousaria me apoiar".

Antes, em Passo Fundo, Lula declarou que seu possível triunfo pode representar uma mudança nas negociações dos países da América Latina com países de maior expressão econômica. "Imagine uma vitória nossa aqui, o que pode repercutir no Uruguai, na Argentina, no Equador, na Colômbia, em todos os países", discursou, escalando-se como um novo líder do continente. "E quem sabe a gente esteja, até sem saber, criando uma nova correlação de força para poder negociar com muito mais peso com o chamado mundo desenvolvido", afirmou.

**N16- Lula – Lula pede nova reunião com FHC para discutir dólar  
Lula quer encontro com FHC para ter explicação sobre a alta do dólar**

Lula voltou a evitar polarização direta com José Serra (PSDB). No máximo, reservou a ele algumas ironias: "Tudo que ele quer é duelar comigo: é como se fosse um afogado tentando estender a mão para mim". Em compensação, sobram farpas a Nizan Guanaes, publicitário do candidato tucano: "Parece que o marqueteiro tucano esqueceu do candidato dele e agora está disputando com meu publicitário [Duda Mendonça]", afirmou Lula em referência ao programa eleitoral de anteontem.

[...]

**"Pétalas de rosa"**

O presidenciável petista declarou que nunca defendeu a fabricação da bomba atômica, como foi sugerido por Serra em referência à crítica de Lula ao Tratado de Não-Proliferação das Armas Nucleares. "Eu sou tão pacifista que eu queria que a única bomba atômica que explodisse espalhasse pétalas de rosa", afirmou Lula.

Ele também cobrou do movimento sindical uma atitude mais participativa na vida política brasileira. Sugeriu que isso ocorra por meio da criação de fundos de pensão administrados por sindicatos. "A forma de interferir na política não é mais só fazendo greve. Isso eu fazia nos anos 80", afirmou o presidenciável.

**N17- Lula – Lula aceita apoio com baile no fim  
Na nossa festa, todos são bem vindos, diz Lula**

Cerca de 150 integrantes do partido, liderados pelo secretário-geral da executiva estadual, deputado estadual Jorge Picciani, lançaram ontem um manifesto de apoio a Lula. Entre os dissidentes estão outros quatro deputados estaduais, o prefeito de Itatiaia e cerca de 60 vereadores da Baixada Fluminense e do interior.  
[...]

Lula elogiou os presentes, dizendo que "não é apenas dentro do PT que tem gente boa. Tem muita gente boa e séria fora do PT, em outros partidos". Lembrou a importância do MDB na criação do PT. "Grande parte dos políticos petistas começou fazendo política no PT, mas grande parte já fez política no MDB. Foi com gente oriunda do MDB que foi possível criarmos o PT."

O presidenciável discursou sobre a importância das alianças para garantir sua governabilidade, dizendo que o "grande feito" da sua campanha foi a conscientização de que um país complexo como o Brasil não pode ser governado por um único partido político.

**N18- Lula – Lula prevê ajuste ‘brabo’ no governo  
PT diz a empresários que fará ajuste brabo**

O diálogo entre o PT e FHC está sendo o melhor possível. José Dirceu não apenas fala pelo telefone com o chefe do governo como se reúne com ele, sem holofotes, juntamente com Antônio Palocci, o coordenador do programa de governo de Lula, que vai assumindo funções cada vez mais relevantes.

Dirceu chegou a dizer aos presentes no encontro de sábado que a transição do governo FHC para um governo Lula "será a mais organizada possível". Por isso quase não houve críticas dos petistas à gestão do câmbio pelo BC. Quem atacou o BC, paradoxalmente, foi um empresário (Lawrence Pih).

**N27- Lula – Lula e Serra travam duelo na televisão  
Lula e Serra discursam e travam duelo na TV**

**Pacto**

Contrapondo-se ao discurso agressivo de Serra, Lula disse que não vai governar o país sozinho e prometeu "um governo de paz, sem mágoas e sem rancores", que terá como "marca o entendimento e a negociação". "Mais do que nunca, será preciso fazer um pacto pelo país, numa autêntica união", disse.

**N28- Lula – Para Lula, FHC só via Estados para Extorquir  
FHC ‘extorqui’ Estados, diz Lula**

O comício, para cerca de 30 mil pessoas, segunda a Polícia Militar, contou com a presença do senador José Sarney (PMDB-AP) pela primeira vez num palanque petista. No comício, Lula chegou a chamar Sarney "companheiro". Lula disse que, em um eventual governo petista, a cada 120 dias os governadores se reunirão com ele com ele no Palácio do Planalto. "Eu quero os 27 governadores deste país no Palácio do Planalto para discutir desenvolvimento regional, os problemas de cada Estado e como encaminhá-los", afirmou. Sarney, no comício, justificou o apoio a Lula: "Fui um dos primeiros a apoiar a candidatura de Luiz Inácio Lula da

Silva num dos momentos que a candidatura passava por dificuldades. Eu fiz porque acredito que nesse momento o meu dever é apoiá-lo para ser o futuro presidente do Brasil”. “Lula posse ser fazer o pacto social, pode reunir o capital e trabalho, pode unir forças nesse Brasil, diminuir aquilo que é uma vergonha nacional, que é a concentração de renda e os desníveis por reuniões”, afirmou o senador.

**N38- Lula – Pesquisa aponta vitória de Lula para presidente hoje  
Lula, com 64% dos válidos, deve ser eleito hoje, Serra tem 36%**

O candidato do Partido dos Trabalhadores à Presidência, o ex-torneiro mecânico Luiz Inácio Lula da Silva, 57, e seu vice, o empresário José de Alencar Gomes da Silva, 71, devem ser eleitos hoje, revela pesquisa Datafolha.

[...]

Confirmada a votação de Lula prevista na pesquisa, o petista será o presidente com maior número de eleitores da história. Hoje, o recordista é o americano Ronald Reagan, que obteve 54.455.075 votos em 1984. Com sua virtual vitória, será o primeiro líder de um partido de esquerda eleito presidente e, no cargo, o primeiro operário, o primeiro sem diploma universitário e o primeiro natural de Pernambuco a exercê-lo como titular [...]. Após três derrotas, adotou discurso mais conservador, com inflexão ao centro e alianças com a direita.

**CÓDIGOS + INFERÊNCIAS = DISPOSITIVOS INTERACIONAIS**

*Nos enunciados que se enquadram na variável político-ideológico (no caso a tendência de os candidatos abandonarem posições extremas à direita e/ou à esquerda e postarem-se no centro do espectro político-ideológico), os dispositivos interacionais conduzem às seguintes leituras/ atribuição de sentidos:*

*1- O candidato Lula, mais do que seu opositor José Serra, candidato apoiado por FHC, definitivamente, em 2002, é construído na enunciação da Folha como um candidato que ‘abandona’ a esquerda a ponta de aliados históricos reconhecerem e proclamarem as mudanças político-ideológicas;*

*2- Assim, nos processos enunciativos da Folha, o Lula de 2002 está ‘preparado’ para ser o presidente. Ele é:*

- a) não é mais radical (até seus antigos companheiros reconhecem isto);*
- b) o candidato com “melhores condições de elaborar um projeto nacional, aglutinando todos os segmentos da sociedade”;*
- c) ponderado, calmo, não reativo às agressões dos adversários;*
- d) disponível a apoios, sem restrições de pessoas e/ou de grupos políticos;*
- e) considera que greves sindicais não são a forma mais adequadas de interferir na política;*

*3-Em síntese, na enunciação da Folha, morre o Lula, um sindicalista reacionário de esquerda e nasce um líder, ponderado de centro-direita, que assume o compromisso de seguir a receita neoliberal, tão cara à manutenção do capitalismo e este, sim, está pronto para governar o Brasil.*

## 5.5 NA VARIÁVEL MÍDIA/JORNALISMO: AS CATEGORIAS DE ANÁLISE EM CENAS ENUNCIATIVAS

Em continuidade à análise e, realizados os movimentos de *desmontagem dos textos ou unitarização+extração*, quando foi possível construir os modelos explicativos de 1994 e 2002 (itens 5.2 e 5.3), seguindo-se do movimento de *flechagem+estabelecimento das relações ou categorização*, por meio do qual se tornou viável enquadrar/categorizar as notícias em variáveis eleitorais, verificando-se como tais variáveis constituem-se nos modos de dizer do jornalismo (itens 5.4.1 e 5.4.2), passa-se, neste tópico, à *varredura* (identificação dos valores observáveis de classes de ocorrências abstratas do interior de um domínio, sem se ater a um valor específico em relação a uma situação particular) e, da varredura, à *captação do novo emergente* (processo decorrente da impregnação do (a) pesquisador (a) desencadeado pelos movimentos anteriores, possibilitando a compreensão renovada do todo). Interessa destacar que os investimentos na comunicação dessa nova compreensão (varredura, captação do novo emergente) assim como de sua crítica e validação, constituem o último elemento do ciclo de leitura/análise.

Cumprida esta última etapa, o metatexto resultante desse processo representa um esforço em explicar a compreensão que se apresenta como produto de uma nova combinação dos elementos construídos ao longo dos passos anteriores. Esse movimento viabilizou identificar a ação dos sujeitos em configuração dos agenciamentos enunciativos e, a partir deste estágio, foi possível construir as cenas enunciativas mais importantes nos acontecimentos noticiosos do jornal a Folha de São Paulo, durante as campanhas eleitorais em estudo e, por meio destas, observar o regime de verdade nos modos de dizer do jornalismo, estabilizados nos dispositivos interacionais captados (código+inferências) para se chegar aos elementos constitutivos das cenas enunciativas mais utilizadas nos processos enunciativos do jornal *a Folha de São Paulo*.

Necessário se faz retomar aqui que se parte do princípio e/ou da hipótese heurística de que seria possível e recomendável “desentranhar o comunicacional” dos estudos realizados por Lattman-Weltman (2005; 2011), relativos a quatro variáveis eleitorais conjunturais determinantes na disputa das eleições presidenciais brasileiras, entre 1989 a 2010: a) controle da economia/expectativas econômicas; b) candidatura oficial/popularidade do governo em exercício; c) ocupação do centro do espectro político-partidário-ideológico; d) timing da mídia/engajamento da mídia na disputa eleitoral. Neste caso, a problematização que conduziu

esta pesquisa resume-se na tese de que a mídia/jornalismo/notícia é um vetor no qual e pelo qual as demais variáveis do modelo dão-se a ver. Recomendável e possível, tendo em vista que os movimentos anteriores possibilitaram identificar, nas notícias sobre FHC e Lula, as variáveis conjunturais eleitorais de Lattman-Weltman (2004; 2011) e, a partir destas, construir categorias de análise, conforme os itens 5.4.1 FHC em 1994 e 5.4.2 Lula em 2002.

Desse exercício ou movimento denominado neste trabalho como flechagem+estabelecimento das relações ou categorização emergiram as seguintes categorias de análise: a) FHC – o candidato oficial (a variável governo); b) FHC – o Plano Real (a variável econômica); c) FHC – o candidato do centro (a variável político-ideológico), em 1994 e, a) Lula – o candidato da oposição (a variável governo); b) Lula – o candidato enquadrado (a variável econômica); c) Lula – o candidato do centro (a variável político-econômico). Sobre a categorização, convém ponderar que todo processo de análise textual qualitativa tem a categorização como procedimento central da pesquisa. Para Moraes (2003, p. 197), “as categorias são parte da luz que emerge do processo analítico”. De acordo com o autor, a categorização implica nomear e definir, com rigor e precisão, as categorias. Para dar conta desse processo, o (a) pesquisador (a) pode lançar mão do método dedutivo, partindo do geral para o particular, resultando na constituição de categorias a priori. O contrário também ocorre, quando o (a) pesquisador (a) caminha do particular para geral, num processo de comparação e contraste, resultando em categorias emergentes. O (a) pesquisador (a) pode também combinar os dois métodos (indutivo e dedutivo), num processo misto em que, partindo de categorias definidas a priori, com base em teorias escolhidas previamente, encaminham-se transformações gradativas no conjunto inicial de categorias, a partir do exame de informações do corpus de análise. Moraes acrescenta ainda o caráter intuitivo no processo de categorização.

Chegar a um conjunto de categorias por meio da intuição exige integrar-se num processo de auto-organização em que, a partir de um conjunto complexo de elementos de partida, emerge uma nova ordem. O processo intuitivo pretende superar a racionalidade linear que está implícita tanto no método dedutivo quanto no indutivo. (MORAES, 2003, p. 198).

As reflexões de Moraes (2003, p. 197, 198) evidenciaram-se nas apostas realizadas. É certo que, em princípio, partiu de categorias deduzidas do arcabouço teórico no qual se aportou a compreensão do fenômeno examinado. Todavia, como se vem discutindo, de idas e vindas, a construção das categorias de análise não se restringiu aos processos dedutivo, indutivo e/ou mesmo a um processo misto (indução-dedução). Na verdade, a experiência com



o empírico, com as notícias, produziu, principalmente, movimentos de pura intuição, chegando-se ao estágio em que “*insights* de luz se apresentem ao pesquisador, por uma intensa impregnação nos dados relacionados ao fenômeno” (p.198). É, pois, a partir desta impregnação que se realiza a varredura e a captação do novo emergente em cenas enunciativas da notícia.

### 5.5.1 As cenas enunciativas da notícia: dispositivos interacionais e regime de verdade

Como já se apresentou nos capítulos anteriores, cenas enunciativas, na concepção de Guimarães (2005), representam as formas de assunção da palavra por aquele que fala e aquele para quem se fala no processo de enunciação, isto é, uma cena enunciativa é constituída por lugares enunciativos (configurações específicas do agenciamento enunciativo de emissores e receptores de uma mensagem); estes que não são pessoas, mas “uma configuração do agenciamento enunciativo”. “São lugares constituídos pelos dizeres e não por pessoas donas do seu dizer.” (GUIMARÃES, 2005, p. 23). Nestes lugares, os sujeitos – emissores (Locutores e enunciadores) e emissores, pelo funcionamento da língua, disputam os direitos de dizer e os modos de dizer, numa disputa eminentemente política. Em síntese,

O espaço de enunciação é assim decisivo para se tomar a enunciação como uma prática política e não individual ou subjetiva, nem como uma distribuição estratificada de características. Falar é assumir a palavra neste espaço dividido de línguas e falantes. É sempre, assim, uma obediência e/ou uma disputa. Se é que se pode falar em simples obediência [...]

A noção de agenciamento da enunciação está aqui a partir do que Deleuze e Guattari (1980) colocam em *Mille Plateaux*, ao caracterizarem a enunciação a partir da conceituação de Ducrot (1972) faz dos atos ilocucionais. A diferença é que para mim este agenciamento é político. Ou seja, não é que ele é coletivo, como um “acordo” de um grupo. Ele é, para mim, afetado politicamente por se dar segundo os espaços de enunciação. (GUIMARÃES, 2005, p. 22, 23).

Ressalta-se, por imprescindível para a análise, que numa cena enunciativa, acompanhando Guimarães (2005, p. 23-31), há sempre um locutor (L) que, ao assumir a palavra, tornando-se origem do dizer, ele o faz predicado por um lugar social a que o autor chama de locutor x, ou seja, “é preciso distinguir o Locutor do lugar social do locutor, e é só enquanto ele se dá como lugar social (locutor x) que ele se dá como Locutor. Ou seja, o Locutor é díspar a si.” (p.24). Isto significa que quando se diz: “o procurador-geral da

República, Aristides Junqueira, pediu ontem abertura de investigação judicial sobre o uso da máquina do governo Itamar Franco em favor da candidatura do tucano Fernando Henrique Cardoso” (N10-FHC), um locutor x apresenta-se predicado pelo lugar social de procurador da República. Mas há também um lugar de dizer simplesmente, um lugar individual, um eu que não representa um lugar social. Neste caso, Guimarães (2005, p. 25) classifica este lugar de dizer de *enunciador-individual*. Também nesta categoria estão outros sujeitos da enunciação que se caracterizam por não conter a circunstancialidade que lhe confere o lugar social. São estes: o *enunciador-genérico* que profere enunciados diluídos num todo, o que ele diz todos dizem, como os enunciadores de adágios populares, por exemplo; há ainda o *enunciador-universal*, um lugar de dizer fora da história ou acima dela, como o lugar de dizer da ciência e do jornalista.

A cena enunciativa coloca em jogo [...] *lugares de dizer* que estamos chamando aqui de enunciadores. E estes se apresentam sempre como a representação da inexistência dos lugares sociais de locutor. [...] Temos então enunciadores como: enunciador-individual, quando a enunciação representa o Locutor como independente da história; enunciador-genérico, quando a enunciação representa o Locutor como difuso num todos em que o indivíduo fala como e com outros indivíduos; enunciador-universal, quando a enunciação representa o Locutor como fora da história e submetido ao regime do verdadeiro e do falso. (GUIMARÃES, 2005, p. 26).

Partindo-se, pois, do referencial que qualifica a cena enunciativa como espaços de linguagem agenciados por sujeitos do dizer, numa disputa política cujo objetivo é criar e/ou reproduzir relações de poder, pelo exercício da linguagem entre emissores e receptores e, por meio destas, tornar-se possível ao emissor realizar a interação que deseja, bem como tornar públicas suas posições e verdades sobre as pessoas e os fatos descritos em enunciados (PINTO, 1994, p. 81), passa-se a descrever as principais cenas enunciativas que constituem os modos das notícias sobre FHC e Lula, a partir das categorias construídas nas seções 5.4.1 e 5.4.2.

#### 5.5.1.1 As cenas enunciativas de FHC em 1994

- a) Em FHC – o candidato oficial (a variável governo), os sujeitos do dizer são Locutores predicados por lugares sociais que os credenciam a falar e a disputar os dizeres, tais como: autoridades do Poder Judiciário; o presidente Itamar Franco e ministros do seu governo e a *Folha* que, como um enunciador-universal, com a

“palavra final” sobre a verdade dos fatos narrados e, sobremaneira, sobre a verdade dos sujeitos construídos discursivamente. Destaca-se, nesta variável, que, embora boa parte das narrativas trate de denúncias acerca de favorecimentos ao candidato tucano por parte do governo federal, nas cenas enunciativas desta variável, não há sequer um espaço de enunciação ocupado pelo principal opositor de FHC, o candidato do PT; Confirma-se tal constatação em notícias que servem como testagem (Quadro 2) no processo. Também ali, mesmo com Lula figurando como personagem de capa da Folha, não registra indício de agenciamento do dizer deste personagem que aponte para uma disputa enunciativa sobre o tema.

Um indício especialmente relevante diz respeito ao fato de que também FHC não é agenciado nas cenas enunciativas desta variável. Dessa forma, nas cenas enunciativas que tratam do apoio oficial do governo federal ao candidato FHC, nos conflitos e/ou as disputas do dizer agenciados pelos Locutores, não aparece o Locutor-candidato Fernando Henrique Cardoso. Ele está fora da cena, mas não excluído dos modos de dizer da *Folha*, pois, se FHC não figura como um Locutor ou como um enunciador, não significa que este não esteja construído discursivamente, tendo em vista que, pelo acionamento dos dispositivos interacionais, percebe-se que o Jornal/jornalista, como enunciador-universal, naturaliza o apoio do governo federal ao candidato FHC e também o neutraliza com relação a quaisquer denúncias quanto ao uso da máquina governamental em favor do candidato tucano. Assim, nesta variável, os direitos de dizer e os modos de dizer representam uma assimetria na disputa pelos espaços de enunciação, demonstrando que a variável governo e/ou apoio oficial do governo à candidatura FHC construiu uma verdade sobre a candidatura FHC que se pode resumir da seguinte forma: *Sim, FHC é o candidato oficial do governo e é legítimo que assim o seja e, se alguma irregularidade houve por parte de algum membro do governo, são atitudes individuais que não tiveram a participação e/ou aquiescência de FHC*. Acenando tal “verdade” ao leitor, a *Folha* não apenas constitui, pela enunciação da notícia, a variável conjuntural eleitoral governo como também (e principalmente) potencializa esta variável o que favorece o candidato FHC.

- c) Em FHC – o Plano Real (a variável econômica), ao contrário da variável anterior “governo/candidato oficial”, FHC é aqui o sujeito do dizer, o Locutor de maior relevância nesta cena, ocupa os espaços da enunciação como autoridade do ‘pai do real’ a quem cabe dar continuidade ao processo de estabilização da economia. Por sua vez, o Jornal, como enunciador-universal, assume, em todas as situações enunciativas analisadas, a responsabilidade pelas informações sobre o Plano Real,

numa relação de onisciência sobre FHC e o Plano Real. Assim é que, no dizer da *Folha*, infere-se a associação entre o candidato tucano e a estabilidade econômica, bem como a consequente melhoria da qualidade de vida do brasileiro. O Locutor Jornal enuncia uma reforma institucional que está por vir e, principalmente, mobiliza as falas de FHC de modo a que ele seja “ouvido” como o futuro presidente.

Os conflitos políticos na cena só são evidenciados no apagamento dos dizeres discordantes. Os dispositivos apontam para a leitura de que, para o jornalismo da *Folha*, o sujeito da enunciação capaz de falar, ou seja, de trazer à cena questões relevantes sobre o Plano Real é FHC, É ele também agenciado pela enunciação com capacidade para garantir a continuidade e o aprimoramento do plano, para criar um “vigoroso crescimento econômico.” (N28-FHC).

- d) Em FHC – o candidato do centro (a variável político-ideológica), FHC e Lula presentificam-se nas cenas enunciativas das notícias que constituem esta variável. Daí serem os espaços do dizer disputados pelos dois candidatos. As notícias, por conseguinte, trazem à cena os dois Locutores predicados pelo lugar social de candidatos, contudo o agenciamento que o Jornal faz dos dois personagens da notícia evidencia o antagonismo nas posições político-ideológicas de ambos. Desse modo, o lugar social do dizer de FHC é o lugar de um Locutor que se assume numa posição de centro no espectro político-ideológico; já o Locutor Lula constitui-se nas cenas, como um Locutor que foge da posição indesejável do radicalismo de esquerda. Vale destacar que o jornal, na posição de enunciador-universal, com domínio da verdade sobre os fatos e sobre os sujeitos (FHC e Lula) coloca- os, com sutis diferenças, em lugares de dizer que os direcionam a um mesmo espaço de enunciação quanto ao desejo de serem reconhecidos como candidatos identificados com o centro do espectro político-ideológico. Aliás, esta disputa pelo centro do espectro político-ideológico inicia-se no Brasil na eleição de 1994 e, como afirma Lattman-Weltman (2004, p. 329), tornou-se, em alguns pleitos como, por exemplo, em 1994 e 2002, “a posição cômoda de espaço de arbitragem e definição final dos rumos da balança”.

### 5.5.1.2 As cenas enunciativas de Lula em 2002

- a) Em Lula – o candidato da oposição (a variável governo), os Locutores que mais se destacam nas cenas enunciativas das notícias que compõem esta variável são Lula e FHC. Assim, a configuração do agenciamento enunciativo da *Folha* coloca em cena as disputas dos dois personagens pelos espaços de enunciação. É importante retomar um detalhe bastante relevante já citado nesta pesquisa. Como se sabe, em 2002, o candidato Luiz Inácio Lula da Silva teve como seu principal oponente, na “corrida” ao Planalto, o candidato do PSDB José Serra, contudo a disputa pelos espaços do dizer ocorreu entre os dois personagens cujo capital político os colocava em disputa: Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva. De tal maneira que as cenas enunciativas das notícias desta variável evidenciam o confronto político e/ou o conflito entre FHC e Lula. Nesta variável, além do agenciamento enunciativo dos dois personagens nas principais cenas enunciativas, destaca-se ainda o agenciamento da *Folha* como enunciador-universal demonstrando verdades quanto ao comportamento “reprovável” dos aliados políticos do candidato Lula que usam a máquina governamental de estados e municípios (dirigidos por políticos do Partido dos Trabalhadores) em prol da candidatura do candidato do PT;
- b) Também em Lula – o candidato enquadrado (variável econômica), destacam-se agenciamentos enunciativos dos principais personagens das narrativas noticiosas, durante a campanha eleitoral: FHC e Lula, em embate pelos espaços do dizer, ambos como Locutores, constituídos pelo lugar social de locutor. FHC, um presidente que assume o dizer e ratifica sua importância como o presidente que “controlou a inflação, ajudou a corrigir a corrupção endêmica; descentrou a renda dos trabalhadores”, entre outros benefícios e Lula, um Locutor, candidato de oposição que se credibiliza com o capital da garantia de continuar desenvolvendo a mesma política econômica do governo a que se opõe: FHC. Neste sentido, registra-se que outros Locutores que ocupam lugares sociais autorizados a falar pela classe empresarial e em defesa do capital são agenciados em seus dizeres, pela *Folha*, a proferirem suas falas em favor de Lula. Nesta variável, a *Folha*, na condição de enunciador-universal que profere verdades as quais avalizam a posição de Luiz Inácio Lula da Silva como um Locutor-candidato que, na configuração do agenciamento enunciativo, é um locutor cujos dizeres o enquadram como um defensor e um assegurador da política econômica neoliberal.

Nesse sentido, observa-se que, à medida que Lula vai mudando seu direcionamento sobre a economia, manifestando claramente sua disposição de manter a política econômica, mais ele é evidenciado, nos espaços de enunciação/nas cenas enunciativas dos acontecimentos noticiosos da *Folha*; mais o Jornal o agencia discursivamente;

- c) Em Lula – o candidato do centro (a variável político-ideológica), as cenas enunciativas das notícias constituem-se em torno de agenciamentos enunciativos que tornam clara a mudança de posição político-ideológica do candidato do PT. Nesta variável, as disputas e os conflitos característicos dos empates entre uma posição de radicalismo à esquerda de Lula encontram-se apagadas nas cenas enunciativas das notícias que têm Lula como personagem. É importante notar que o Jornal, na condição de enunciador universal, assegura a mudança de Lula por meio de várias estratégias enunciativas, inclusive e, principalmente, pela mobilização de alguém com fé pública para reconhecer em Lula um candidato que se alinha agora ao centro do espectro político ideológico. Na cena enunciativa da notícia, portanto, Lula ocupa um espaço de dizer no qual e pelo qual o jornal o apresenta como um candidato que merece a confiança do *establishment*. Nessa lógica é que as cenas enunciativas das notícias que constituem esta variável tornam-se emblemáticas de um lugar pacificado ao qual convergem sujeitos enunciativos de perfis bastante diferenciados como líder um líder de extrema esquerda e líderes empresários e/ou representantes do capital agenciados discursivamente para avaliar o personagem da notícia Luiz Inácio Lula da Silva.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

é que só o que não se sabe é poesia

assim

o poeta inventa

o que dizer

e que só

ao dizê-lo

vai saber

o que

precisava dizer

ou poderia

pelo que o acaso dite

e a vida

provisoriamente

permite

(GULLAR, 2015, p. 556).

Partindo-se da premissa de que é possível desentranhar o comunicacional (BRAGA, 2016) das demais ciências que estudam sociabilidade, esta investigação encontrou, nossos estudos sobre o processo político brasileiro, o problema de pesquisa ao qual buscou solução: os estudos de Lattman-Weltman (2004; 2011), relativos a quatro variáveis conjunturais eleitorais determinantes na disputa das eleições presidenciais brasileiras, entre 1989 a 2010, a saber: a) controle da economia/expectativas econômicas; b) candidatura oficial/popularidade do governo em exercício; c) ocupação do centro do espectro político-partidário-ideológico; d) timing da mídia/engajamento da mídia na disputa eleitoral, um princípio que direcionou a hipótese de que, na mídia/jornalismo/notícia, concentram-se as demais variáveis do modelo, uma condição que transforma a comunicação/mídia em vetor de integração daquelas variáveis, mas, principalmente, vetor de interação entre as diferentes instituições e/ou campos sociais, o que implica reafirmar o papel estratégico do jornalismo como uma instituição política, operacionalizando-se, por conseguinte, uma inversão nas variáveis, colocando a comunicação/jornalismo em primeiro.

Seguindo-se, pois, a lógica acima referida é que, do exercício de “desentranhamento”, foi possível constatar, por meio da análise realizada nesta pesquisa, que a variável mídia jornalismo/notícia potencializa-se, no processo eleitoral, não apenas pela adesão do veículo de comunicação (no caso o jornal a *Folha de São Paulo*) a um projeto político, mas, principalmente, porque, de forma vicária, as demais variáveis determinantes no processo eleitoral estão presentes, construídas discursivamente, na variável

mídia/jornalismo/notícia, o que torna a mídia/jornalismo/notícia de fato um vetor de interação entre as diferentes instituições e/ou campos sociais.

Da constatação, portanto, de que as demais variáveis presentificam-se e se instituem, no acontecimento noticioso, é que se tornou possível, pelo acionamento dos dispositivos interacionais, ir ao encontro das variáveis conjunturais eleitorais determinantes na disputa das eleições presidenciais brasileiras e, por meio destas, inferir elementos indicativos do regime de verdade sobre os personagens Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva e, conseqüentemente, sobre os processos enunciativos constituintes dos modos de dizer do jornalismo impresso brasileiro, personificado no jornalismo de referência praticado pelo periódico a *Folha de São Paulo*.

Nesse sentido, conforme se defende neste trabalho, o jornalismo se sustenta por um regime de verdade, este que, para Foucault (1999, p. 12), “não existe fora do poder ou sem poder”. Desse modo, a análise das notícias que compõem a dimensão empírica deste trabalho reafirma ser o regime de verdade da *Folha* enquadrável à tese de Foucault (1999), quanto à verdade, sobretudo no que diz respeito a ser esta (a verdade) “submetida ao poder econômico e ao poder político” (p.13). Há, porém, que se acrescentar um dado evidenciado na análise: as variáveis econômica e a político-ideológica são determinantes nos processos enunciativos do Jornal, principalmente, nas notícias sobre os dois personagens acerca dos quais a análise se debruçou. Os dispositivos interacionais dão conta de que há, nas narrativas noticiosas da *Folha*, a adesão a um projeto político-ideológico alinhado ao capital nacional e internacional, sendo tal adesão definidora na produção das verdades que a *Folha* constrói e reitera, a cada notícia, uma constatação que se pode ilustrar com construção enunciativa sobre a personagem Lula em 1994 e em 2002. Em 1994, um Lula pouco evidenciado em primeira página, durante a campanha e, quando assomava à posição de notícia de primeira página, não correspondia ao “ideal” de um presidente capaz de conduzir um país com competência, sobretudo assegurando a continuidade da política econômica incensada pelo Jornal como um projeto (implantado por FHC) capaz de colocar o país na rota de crescimento e estabilidade, um candidato, em suma, que assustava o mercado. Já em 2002, ao aderir ao projeto econômico neoliberal, Lula tornou-se um candidato “ideal”. Neste caso, mesmo não sendo o candidato oficial da presidência (uma variável determinante nas eleições presidenciais, todavia menos potencializada discursivamente), o fato de Lula ter se enquadrado ao projeto econômico e político-ideológico que a *Folha* defende e (ao fim e ao cabo) a maioria da imprensa – a chamada imprensa de referência – também o fez tornou o personagem Lula aceito e legitimado pelo jornalismo.



Tal achado possibilita comprovar que, de fato, nas cenas enunciativas da notícia, “os falantes são tomados por agenciamentos enunciativos, configurados politicamente”, ou seja, os lugares de enunciação são “constituídos pelos dizeres e não por pessoas donas do seu dizer” (GUIMARÃES, 2005), o que implica compreender/constatar a enunciação como uma prática, tendo em vista ser a enunciação um acontecimento de linguagem que se realiza pelo funcionamento da língua, na relação, historicamente constituída, do sujeito com a língua. Nesse sentido, a análise empírica demonstrou que a construção enunciativa das notícias sobre FHC e Lula emerge de enunciados que dão do sentido ao texto noticioso, sempre considerando, com Guimarães, o texto em movimento integrativo (BENVENISTE, 1996 apud GUIMARÃES, 2005, p. 7-8), pelo qual o sentido de uma unidade linguística está condicionado ao modo como este elemento linguístico constitui uma unidade maior e mais ampla, ultrapassa a dimensão enunciado-texto para o acontecimento de linguagem.

Assim, as cenas enunciativas das notícias foram construídas, segundo a perspectiva teórica de Guimarães (2005, p. 27), “por sobre a segmentalidade, ou seja, sobre as fronteiras dos enunciados.” Nas cenas enunciativas, pela localização do espaço e dos lugares de enunciação e, por meio destes, pela identificação da posição do sujeito no acontecimento jornalístico, chegou-se, pelo acionamento dos dispositivos interacionais das notícias que compõem o corpus de análise da pesquisa, ao processo de interação que o jornal realiza com o leitor; a posição do jornal sobre os estados de coisas/fatos narrados e, em consequência, os regimes (critérios) de verdade e de valor sobre os personagens: Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva.

Sobre o regime de verdade, nas cenas enunciativas da notícia sobre FHC, em 1994, e Lula, em 2002, conclui-se que tanto FHC quanto Lula são personagens protagonistas de uma disputa pela ocupação de um espaço ou um lugar de enunciação referendado por aquilo que *establishment* determina como adequado à situação político-econômico e ideológica daquele momento. A pesquisa de Borba (2008, p. 314) corrobora com esta compreensão. O autor, analisando a influência das campanhas e o papel da mídia nas eleições presidenciais de 2002, refuta a hipótese de que a cobertura noticiosa dos jornais a *Folha de São Paulo*, o *Estado de São Paulo* e o *Globo* e, por via de consequência, a aproximação de Lula com a linha editorial destes veículos, ocasionando uma cobertura jornalística favorável ao candidato Lula tenha sido resultado de uma campanha profissionalizada com a adoção de estratégias eficientes de marketing. Para ele, as mudanças só ocorreram “no período posterior a do seu acerto de conta com o *establishment*.”

Conclusões que foram/são determinantes ao entendimento de que desentranhar o comunicacional dos estudos sobre a política, especialmente em relação às eleições presidenciais na ‘jovem’ democracia brasileira, não é exatamente “descobrir” algo novo ou inusitado com relação aos atos (fatos) e às falas (construções jornalísticas) da política brasileira. É, antes, descobrir o *como*. E, neste estudo, o *como* aponta para o fato de que, do conglomerado dos entes que constituem o *establishment* (aqui compreendido como a ordem ideológica, econômica, política e legal que constitui o Estado brasileiro e, também, a elite social, econômica e política do Brasil), a mídia/o jornalismo dá especial atenção à manutenção do sistema econômico liberal/neoliberal e opta por construir cenas enunciativas enquadrando positivamente personagens que se responsabilizam pela manutenção do sistema, uma condição que reafirma o jornalismo como uma instituição política.

A análise descarta, não obstante, a dimensão assumidamente política do jornalismo brasileiro pela adesão pura e simples ao (s) governo (s), tendo em vista já o reconhecimento de que os meios de comunicação têm suas linhas editoriais bastante “afetadas pelo patrocínio, subsídios e proteção oficial e reconhecimento legal” (COOK, 2011, p. 20), mas, principalmente, em concordância com Lattman-Weltman (2011), acredita-se que a institucionalização política do jornalismo dá-se, sobretudo, pela defesa de um “programa ideal” para o país pós-ditadura que se efetiva com a adesão da mídia à candidatura de Fernando Collor de Mello em 1989, numa aposta que fracassou e colocou em risco o programa, rapidamente recuperado, quando a mídia se colocou frente ao processo de deposição do presidente Collor “e, a rigor, o conduziu, sob a forma de um enredo novelesco que, catarticamente, reconciliou a Nação afrontada com seus princípios morais ideais.” (LATTMAN-WELTMAN, 2011, p. 9).

Nesses termos, é emblemático que o presidente Collor tenha sucumbido, mas o programa, recuperado, sobrevivido com autonomia, a tal ponto de ser retomado e aprimorado pelo governo Itamar Franco e encontrado a forma “perfeita” na concepção e implantação do Plano Real por Fernando Henrique Cardoso.

Desta vez, o processo se dava com um grau de intencionalidade e de consistência muito maior, num movimento de sugestão muito mais claramente identificado no sentido de alto para baixo, num processo de concertação informal intra-elites muito nítido e auto-consciente. Desta vez não se deixaria maiores espaços abertos ao acaso, à improvisação e ao risco. (LATTMAN-WELTMAN, 2011, p. 324).

Uma economia simbólica que foi possível apreender nos modos de dizer do jornalismo brasileiro, uma experiência de análise que se realizou, tomando-se a linguagem e o jornalismo como instituições interdependentes. Seguindo-se este caminho, esta pesquisa compreende que o jornalismo, como instituição, teve/tem papel determinante nos processos de interação/comunicação realizados no Brasil, nas campanhas eleitorais para presidente, realizadas em 1994 e 2002, duas campanhas que solidificaram um “programa ideal”, construído intraelites (LATTMAN-WELTMAN, 2011), cabendo ao jornalismo o domínio de técnicas e de conhecimentos que o transformam em *operador do dizível*, ao tecer, segundo operações que lhe são singulares, uma construção da realidade e das coisas na e pela linguagem.

Daí que, com o aporte teórico e metodológico da linguística da enunciação, a partir da Teoria das Operações Predicativas e Enunciativas ou a Teoria das Operações Enunciativas – a TOPE (CULIOLI, 1990, 1996, 1999a, 1999b), realizou-se a ancoragem nas formas e na observação destas, em enunciados, por meio dos quais se chegou à enunciação das notícias; observando-se, principalmente, a significação entre o enunciado e os sujeitos, em cenas enunciativas, conforme já abordado nestas considerações finais. No processo de análise, além de identificar os sujeitos do dizer ou da enunciação em cenas enunciativas, ao mesmo tempo também se analisou a enunciação no jornalismo brasileiro, pelo mapeamento das marcas linguísticas dos enunciados, verificando-se como tais marcas são utilizadas (ou modalizadas) pelos jornalistas na construção de dispositivos enunciativos que viabilizem instruções ao receptor (interlocutor) para que este refaça as operações do emissor-jornalista (interlocutor), criando, assim, universos de referência compartilhados que apontam para “incidências institucionais”; “construções do leitor”; “modos de endereçamentos”; enfim, “contextos significativos de produção”, de apropriação e de “resposta social” (BRAGA, 2006 apud BRAGA, 2016, p. 137), sempre considerando que a TOPE não separa as formas dos sujeitos: “não [...] sujeitos que utilizam formas, mas [...] formas que marcam e constroem sua presença [...] traçam a atividade dos sujeitos.” (PAILLARD; FRANCKEL; VOGÜE, 2012, p. 9).

Desse modo, *as* intenções/objetivos jornalista/jornal em relação ao receptor/leitor são inferíveis em modalidades da enunciação. Tais modalidades, contudo, apreendem-se, corporificam-se em modalidades do enunciado pelos quais se torna possível compreender como os valores probabilísticos referentes a fatos e/ou a pessoas são acionados para dar conta das intenções dos jornalistas. É importante lembrar que todos esses movimentos se dão a ver nas modalidades da mensagem, tornando-se possível, pelas marcas textuais, identificar a transformação das operações de enunciação/enunciado em textos. Assim, por serem as

modalidades da enunciação e do enunciado constituintes das modalidades da mensagem, na análise realizada, tomando-se em conjunto tais modalidades, pode-se observar regularidades na textualização das notícias que apontam para:

- 1- As modalidades da mensagem (as marcas textuais que identificam a transformação das operações da enunciação/enunciado em textos) seguem um padrão, com raras exceções que só justificam a regra. Nas mensagens, o processo de focalização entre os parágrafos ocorre por justaposição, sempre com novas mensagens que vão se agregando ao núcleo principal. No tocante à estrutura interna dos parágrafos, os períodos se relacionam também por justaposição. O foco não é marcado ocorrendo coesão e coerência pela temática central;
- 2- Já em relação às modalidades enunciação/enunciado que constituem as intenções/objetivos do jornalista/jornal em relação ao receptor/leitor+valores probabilísticos referentes a fatos e/ou a pessoas, registra-se o predomínio da modalidade declarativa, tendo em vista que a intenção do Jornal é criar/reproduzir uma realidade a ser aceita como verdadeira. Assim é que apresentar a realidade de forma credível, transparente, consensual é a estratégia do Jornal que torna verdadeira e possível a informação. Daí porque faz parte da racionalidade de produção jornalística lançar mão de uma instituição e/ou personagens que têm o poder consensual de dizer a verdade ou legitimar uma informação. Eis a razão pela qual o enunciado das notícias, predominantemente, constitui-se pelas modalidades lógico-semânticas: *alética* (probabilidade de ser verdadeira a informação) e *ôntica* (probabilidade de o fato ser real e possível). Neste caso, o quadrado semiótico se desloca de I para A. Isto é, o enunciado traduz alta probabilidade de ser real e de se revelar possível e/ou como também se identificam enunciados constituídos por as operações lógico-semânticas em modalidades epistêmicas que revelam o grau de certeza de um enunciado. O movimento no quadrado semiótico, neste caso, ocorre de A para I, ou seja, a afirmação encontra-se na condição de certeza entre o “plausível” e o “certo” em relação à mensagem.

Da varredura ao novo emergente, conclui-se que, no processo de enunciação, reescritura e textualidade realizada, observou-se que: a) nas modalizações das mensagens, as operações de organização estrutural da mensagem são semelhantes, até iguais (incluindo o uso dos mesmos léxicos); b) os esquemas frasais abstratos, que possibilitam a transformação da enunciação em texto, também iguais, prevalecendo a realização de operações enunciativas

recorrentes nos anos pesquisados; c) na enunciação, revela-se fortemente o uso das modalidades declarativas (em maior incidência) e representativas (em casos mais raros), realizadas pela prevalência das modalidades ônticas e aléticas nas operações lógico-semânticas do enunciado, representando, assim, a permanência dos parâmetros da racionalidade jornalística, aos moldes do jornalismo industrial, nos processos enunciativos da *Folha*.

O que se constata como relevante é uma construção textual aos moldes do jornalismo industrial e que tem recebido críticas do campo científico há, pelo menos, 50 (cinquenta anos), com valores e modos enunciativos que resultam, na crítica de (RESENDE, 2005, p. 1), no texto das lógicas<sup>40</sup>, textos “óbvios e/ou superficiais”, na tentativa de serem “pragmáticos”, “claros e objetivos.” Textos produzidos nessa lógica são classificados pelo autor como narrativas *atrofiadas ou cegas* que demandam uma relação maniqueísta do mundo, reforçam a ordem comum, baseiam-se nas lógicas que as precedem.

Refletindo sobre as narrativas midiáticas, Fernando Resende pergunta: “O que pode a história construída no hoje – esta que os jornais e a televisão ajudam a tecer – nos contar sobre um fato outrora acontecido? Podem os relatos do cotidiano, no jornal, indicar percursos, ao invés de tão somente se esforçar para mapear o nosso dia-a-dia?” (RESENDE, 2008, p. 142). Questionamentos a que o autor responde com Certeau:

Michel de Certeau refere-se aos relatos de espaço como sendo de dois tipos distintos: um como um “mapa” e outro como um “percurso”. Os relatos que mapeiam, segundo este autor, são aqueles que dão a ver, que apresentam um quadro, que visam conhecer a ordem dos lugares. Os outros são aqueles que organizam movimentos, que nos apontam os processos, podemos assim dizer que nos fazem experimentar os durantes. (RESENDE, 2008, P. 142).

Ainda pensando com Certeau, Resende identifica as mudanças que ocorreram entre os séculos XV e XVII com os mapas geográficos, que eram verdadeiros indicadores de percursos, para mais tarde se tornarem autônomos, apagando-se os itinerários. Sintoma da modernidade, as descrições do percurso, as lendas, os mitos, entre outros aspectos simbólicos, desaparecem dos mapas, passando estes apenas a indicar lugares, eliminando as práticas que os produziram. Conclui o autor que igual fenômeno dá-se com a história moderna, constituída por relatos que omitem os percursos e pensam o mundo como um lugar de causas e efeitos. “Sem reconhecerem que a representação é faltosa em si mesma, eles fazem um mapeamento

---

<sup>40</sup> Categoria construída por Resende em “O Olhar às avessas – a lógica do texto jornalístico.” (RESENDE, 2004).

do passado, reiterando a ideia de que sobre este passado haveria um único sentido a ser produzido.” (RESENDE, 2008, p. 143). Para o autor, na perspectiva da lógica moderna que subjaz à história, também o jornalismo tem tratado fielmente de contribuir para o procedimento de mapear o mundo, num movimento de dar a ver, na tentativa de apresentação de um quadro. De um esforço de observação dos movimentos, o narrador-jornalista crê que a realidade observada é a própria matéria. Termo que referencia a relação entre a realidade e o texto jornalístico. No jargão da profissão, o trabalho do jornalista consiste, antes de tudo, em produzir uma matéria. (RESENDE 2008, p. 143). Desse modo, no imaginário das sociedades modernas, consolida-se a concepção de que o mundo segue o seu curso em linha reta e que as práticas de escritura, tanto da história quanto do jornalismo, são capazes de mostrar (reproduzir) os acontecimentos, de mapear a realidade, portanto.

Pondera Resende (2008), contudo, que esse modo de apreender e dizer (do) o mundo mostra-se anacrônico ou insuficiente em face da complexidade dos mundos de ontem e de hoje. É, porém, na contemporaneidade, em sociedades de grandes avanços tecnológicos que se revela a pluralidade de relatos e percursos. Nesse sentido, assinala Resende (2008, p. 142) :

Há relatos que dotam o mundo de diferenças, enquanto há outros que não; há os que rechaçam as particularidades e ainda há os que as ressaltam; há os que dizem de um lugar em movimento – pois transformam lugares em espaços – e há os que narram o mundo como algo estático. São esses últimos os mais comuns no tecido do jornalismo. Nele, os relatos cumprem a função de mapear o mundo; eliminando o percurso, eles pretendem chegar à objetividade do acontecido; eles reduzem os seus objetos (que aí incluem outros sujeitos).

Vêm de Resende também (2007) alguns dos exemplos de narrativas no jornalismo que sinalizam para o questionamento e a busca por formas outras de narrar no jornalismo contemporâneo, como o relato do cotidiano da guerra, na coluna “*O diário de Bagdá*”, publicada na *Folha de São Paulo*, entre 20 de março e 20 de abril de 2003, trabalho produzido pelo repórter Sérgio D’Ávila e o fotógrafo Juca Varela. Cita-se também Kennedy Alencar, em entrevista publicada na *Folha de São Paulo*, em 17 de outubro de 2001. São exemplos que possibilitam redirecionar o olhar em busca de modos diferentes de narrar (de dizer) do/no jornalismo brasileiro que podem (e devem) contribuir para se investigar a(s) gramática(s) em uso e em construção nas produções noticiosas, em princípio, em jornais impressos diários de grande circulação.

Nesse contexto, torna-se um desafio identificar os processos enunciativos do jornalismo brasileiro, uma vez que, como afirmam Anscombre e Ducrot (apud FIORIN, 1996, p. 31), “a enunciação será para nós a atividade linguageira exercida por aquele que fala no momento em que fala”. Condição que implica a impossibilidade epistemológica de se desvendar o ato enunciativo enquanto tal, pois, de acordo com os autores referidos, ela (a enunciação) “é, portanto, por essência histórica, da ordem do acontecimento e, como tal, não se reproduz nunca duas vezes idêntica a si mesma”. Contudo a impossibilidade de a enunciação tornar-se um objeto científico não impede o estudioso da linguagem de buscar compreender o ato produtor do enunciado haja vista o que:

O linguista não mais opõe ‘a enunciação ao enunciado como o ato a seu produto, um processo dinâmico a seu resultado estático’, mas, impossibilitado de estudar diretamente o ato da enunciação, busca ‘identificar e descrever *traços do ato no produto*’. [...] Eric Landowski diz que a enunciação é o ‘ato pelo qual o sujeito faz ser o sentido’, e ‘o enunciado, o objeto cujo sentido faz ser o sujeito’ (1989, p. 222). Fazer ser é a própria definição de ato. Observe que o sujeito que, por um ato, gera o sentido, é criado pelo enunciado. Trata-se, pois, de uma entidade semiótica. (FIORIN, 1996, p. 31).

Por oportuno, retorna-se à cena com Genro Filho (1987, p. 21), quando afirma que, além de ser uma forma de comunicação que responde às funções tradicionais de socialização, funcionalidade, organização, etc., o jornalismo constitui, e leva a cabo, uma forma singular do conhecimento humano, cotidianamente produzido e veiculado no espaço social. Meditsch (1997 apud PONTE, 2005, p.105), partindo de Genro Filho, convida a pensar sobre o conhecimento produzido pelo jornalismo naquilo que ele tem de “único” e “original”, uma vez que o jornalismo constrói conhecimento diferente daquele que é produzido pela ciência. Posição com a qual se corrobora, quando se identifica a lacuna nos estudos e na produção de conhecimentos que contribuam para o entendimento desse campo, pela via das linguagens que o matizam e o diferenciam. De preferência, estudos que fujam das generalizações, haja vista que já não basta dizer, por exemplo, que “a linguagem jornalística é mais dinâmica que a linguagem formal”, importa identificar/desvendar os dispositivos linguístico-textuais que possibilitam que assim o seja.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, T W; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro. Editora Jorge Zahar, 2003.
- AGAMBEN, Giorgio. **O que é contemporâneo?** E outros ensaios. Chapecó: Argos, 2009.
- AMADO, Jorge. **A morte e a morte de Quincas Berro D'Água**. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- ANDRADE, Josefa M. e S. B. **As narrativas da Athenas brasileira**: modos de dizer e modos de ser no jornalismo maranhense. 2010. Dissertação (mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2010.
- \_\_\_\_\_. A guerra pelos pobres do Maranhão: a saga das falas nos jornais O Estado do Maranhão e Pequeno. In. FERREIRA JÚNIOR, José. **Crítica de mídia e a tessitura da Mediação**. São Luís: EDUFMA, 2012.
- ANDERSON, C. W; BELL, E; SHIRKY, C. Jornalismo Pós-industrial – adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**. São Paulo, n. 5, p. 30-89, abr./jun. 2013.
- AZEREDO, José Carlos de. **Gramática do Houaiss da língua portuguesa**. São Paulo: Publifolha, 2013.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- BARBOSA, Marialva Carlos. **Jornalismo no Brasil**: dois séculos de história. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria do discurso**: fundamentos semióticos. São Paulo: Atual, 1988.
- BARTHES, Roland. **Análise estrutural da narrativa**. Petrópolis: Vozes, 1973.
- BARTHES, Roland. **O rumor da língua**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- BENEDETI, Carina Andrade. **A qualidade da informação jornalística**: do conceito à prática. Florianópolis: Insular, 2009.
- BENETTI, Marcia. Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1985.
- \_\_\_\_\_. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.



BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BORBA, Felipe. A influência das campanhas nas eleições presidenciais: o papel da mídia. **Civistas**, Porto Alegre, v. 8, n.2, p. 300-322, maio/ago. 2008.

BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto. **10 perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2013.

BRAGA, José Luíz. Análise performativa: cem casos de pesquisa empírica. In: BRAGA, José Luíz Braga. LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. MARTINO, Luiz Claudio. **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.

\_\_\_\_\_. Comunicação é aquilo que transforma linguagens. **Revista de Comunicação Cultura e Política**, v. 10, n. 20, p. 41-54, jan./jun. 2010.

\_\_\_\_\_. Perspectivas para um conhecimento comunicacional. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Epistemologia da comunicação no Brasil: trajetórias autorreflexivas**. São Paulo: ECA/USP, 2016.

\_\_\_\_\_. Nem rara, nem ausente – tentativa. **Matrizes**, São Paulo, ano 4, n. 1, p. 65-81, jul./dez. 2010.

\_\_\_\_\_. O grau zero da comunicação. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação/E-compós**. Brasília-DF, v.18, n.2, p. 2-18, maio/ago. 2015.

\_\_\_\_\_. Comunicação, disciplina indiciária. **Matrizes**. n. 2, p. 73-88, abr. 2008,.

\_\_\_\_\_. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

BUCCI, Eugênio. Uma profissão, um conceito. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, n. 3, p. 26-30, out./nov./dez./2012.

CASADEI, Elisa Bachega. **Os códigos padrões de narração e a reportagem: por uma história do jornalismo de revista no século XX**. Disponível em <[www.compos.org.br/data/arquivos/premio\\_anual/trabalhos\\_arquivo\\_FV50KIVA42DOL7N\\_X03QP-420\\_06\\_03\\_2014](http://www.compos.org.br/data/arquivos/premio_anual/trabalhos_arquivo_FV50KIVA42DOL7N_X03QP-420_06_03_2014)>. Acesso em 06-10-2014>. Acesso em: 20 abr. 2016.

CARDOSO, Sílvia Helena Barbi. **A questão da referência: das teorias clássicas à dispersão de discursos**. Campinas: Autores Associados, 2003.

CARVALHO, Carlos Alberto. Premissas para o tratamento teórico-metodológico do acontecimento apanhado pela trama noticiosa. In: BRAGA, José Luíz Braga. LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. MARTINO, Luiz Claudio. **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

\_\_\_\_\_; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2008.

COOK, Timothy. O jornalismo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, DF, n. 6, jul./dez./2011.

CONNOR, Steven. **Cultura pós-moderna: introdução às teorias do contemporâneo**. São Paulo: Loyola, 1989.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade: para uma ética da informação**: Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

COSTA, Caio Túlio. Analógicos versus digitais. Revista de Jornalismo ESPM, São Paulo, n. 2, p. 11-15, jul./ago./set. 2012.

COSTA, Jorge Campos da. Comunicação e interferência em linguagem natural. **Letras de Hoje**. Porto Alegre, n. 139, p. 107-133, 2005.

CERVI, Emerson Urizzi; MASSUCHIN, Michele Goulart. Agenda da mídia impressa brasileira durante o período eleitoral de 2010: a visibilidade dos temas políticos, sociais e de entretenimento. **Observatório (OBS\*) Journal**, v. 7, n. 1, p. 219-242, 2013.

Disponível em:  
<[www.blogempublico.com/wpcontent/uploads/2013/03/2013\\_Artigo\\_TematizaçãoJornais\\_Obcom.pdf](http://www.blogempublico.com/wpcontent/uploads/2013/03/2013_Artigo_TematizaçãoJornais_Obcom.pdf)>. Acesso em 12 de out. 2013.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**, V.1, 10ª edição, 2007.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1998.

CUMPRI, M. L. A contribuição da teoria das operações predicativas e enunciativas para o estudo da produção textual. **Diálogo das Letras**, Pau de Ferros, v. 01, n.01, p.8-25, jan./jun.2012. [www.periodicos.uern.br/index.php/dialogosdasletras/article/viewFile/219/144](http://www.periodicos.uern.br/index.php/dialogosdasletras/article/viewFile/219/144). Acesso 27/06/2014.

\_\_\_\_\_. **Sobre o conceito de noção: a visão enunciativa do signo linguístico**. Disponível em : <[www.pgletras.uerj.br/palimpsesto/num11/estudos/palimpsesto11\\_estudos05.pdf](http://www.pgletras.uerj.br/palimpsesto/num11/estudos/palimpsesto11_estudos05.pdf)>. Acesso: 27 de jun. 2014.

CULIOLI, A. **Pour une linguistique de l'énonciation-opérations et représentations**. Paris: Ophrys, 1990. t. 1.

\_\_\_\_\_. **Pour une linguistique de l'énonciation: formalization et operations de repérage**. Paris: Ophrys, 1999. t. 2.

\_\_\_\_\_. **Pour une linguistique de l'énonciation: domaine notionnel**. Paris: Ophrys, 1999. t. 3.

DOSSE, François. **História do Estruturalismo: I. Campo do Signo – 1945/1966**. São Paulo: Ensaio, 1993.

FAUSTO NETO, Antonio. **Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação**. Leopoldo, RS: Unisinos, 2013.

\_\_\_\_\_. Narratividades jornalísticas no ambiente da circulação. In: PICCININ, Fabiana; SOSTER, Demétrio de Azeredo (Org.). **Narrativas comunicacionais complexificadas**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2012.

\_\_\_\_\_. As bordas da circulação. **Revista de Comunicação Cultura e Política**, v. 10, n. 20, jan./jun. p.55-69 2010.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília, DF: UnB, 2001.

FÍGARO, Isabel; NONATO, Cláudio; GROHMANN, Rafael (Org.). **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Salta, 2013.

FISCHER, Sophie; VÉRON (Org). **Escritos**. /Antoine Culioli./ Santiago: Arcos, 2010.

FLUSSER, Vilém. **Língua e realidade**. São Paulo: Annablume, 2007.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1999a.

\_\_\_\_\_. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

\_\_\_\_\_. **A verdade e as formas jurídicas**. 3. ed. Rio de Janeiro: NAU, 2009.

\_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2007.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão: UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

GARCIA, Afrânio da Silva. Retórica: a função heurística da linguagem. In: SIMPÓSIO DE ESTUDOS FILOLÓGICOS E LINGÜÍSTICOS, 1, 2008, Rio de. Anais... Rio de Janeiro: UERJ, 2008.

GOMES, Romulo Fernando Lemos; CONCEIÇÃO, Francisco Gonçalves da. Mudança política e discurso: Análise das estratégias discursivas dos jornais O Estado do Maranhão e Jornal Pequeno. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31, 2008, Natal. Anais... Natal, UFRN, 2008.

GONÇALVES, Paula de Souza; CUMPRI, Marcos Luiz. A ambiguidade da linguagem e o processo de construção referencial: a preposição em destaque. **Revista Prolíngua**, v.7- n. 2- jul. Jul/dez. 2012. Acesso em: 20 de jan. 2013.

GUIMARÃES, Eduardo. **Semântica do acontecimento: um estudo enunciativo da designação**. Campinas: Pontes, 2005.

GODOY, Arilda Schmidt. Estudo de caso qualitativo. In SILVA, Anielson Barbosa da Silva. GODOI, Christiane Kleinübing; MELLO, Rodrigo Bandeira de. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2010.

GULLAR, Ferreira. **Toda poesia**. Rio de Janeiro: J. Olympio, 2015.

HACKETT, Robert. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: Notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola, 1998.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e história**. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970.

HOHLFELDT, Antonio. Objetividade, categoria jornalística mitificada. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande-MS. Anais... São Paulo: Intercon/Portcom: Intercom, 2001. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1904/4363>>. Acesso em: 23 mar. 2014.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL. Tom. **Os elementos do jornalismo**. o que os jornalistas devem saber e o público exigir. Tradução de Wladir Dupont. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

KOCH, I G V. **Desvendando os segredos do texto**. São Paulo: Cortez, 2002.

\_\_\_\_\_. **Argumentação e linguagem**. São Paulo: Cortez, 1993.

KINDERMANN, Conceição Aparecida. O estudo dos gêneros do jornal: o caso da reportagem. In: ENCONTRO DO CELSUL, 5., 2005, Curitiba. **Anais...** Disponível em : <[Celsul.org.br/Encontro/05/pdf/047.pdf](http://Celsul.org.br/Encontro/05/pdf/047.pdf)>. Acesso em: 10 jun. 2012.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalística**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

\_\_\_\_\_. **Teoria e técnica de entrevista e pesquisa em jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

\_\_\_\_\_. **A gramática do texto jornalístico**. Disponível em: <[HTTP://www.crisluc.arq.br/Gram%20tica%20texto%20jornal%20stico.pdf](http://www.crisluc.arq.br/Gram%20tica%20texto%20jornal%20stico.pdf)>. Acesso em: 10 jun. 2012.

\_\_\_\_\_. **Estrutura da notícia**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1987.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

LEMOS, André; CUNHA, Paulo (Org.). **Olhares sobre a cibercultura**. Sulina, Porto Alegre: 2003; p. 11-23.

LIMA, L C et. al. **Teoria da comunicação de massa**. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1990.

LOPES, Fernanda Lima. **Ser jornalista no Brasil**: identidade profissional e formação acadêmica. São Paulo: Paulus, 2013.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Reflexividade e relacionismo como questões epistemológicas na pesquisa empírica em comunicação. In: BRAGA, José Luíz Braga. LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; MARTINO, Luiz Claudio (Org.). **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. A mídia nas eleições presidenciais brasileiras: uma variável em mutação. **Revista CONTRACAMPO** -Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, Niterói, n. 23, dez. 2011.

\_\_\_\_\_. Fernando. **Economia simbólica, aprendizado político e institucionalização da mídia no Brasil**. Lusotopie, 2004, p. 315-333.

MACHADO, Elias; ROSA, Tainar. Metodologias de pesquisas aplicadas ao jornalismo: um estudo dos manuais de referência (1970 a 2007). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, Iguaçú. Anais... São Paulo. Intercon/Portcom: Intercon, 2014. CD ROM.

MANIPULAÇÃO DA MÍDIA: ataques da Imprensa ao ex Presidente LULA visam Eleição de 2018. <<https://youtu.be/CYorqtBxT5g>>. Acesso em: 14 abr. 2016.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**: a saga dos cães perdidos. 2. ed. São Paulo: Hacker, 2002.

MARTINS. Gilberto de Andrade. **Estatística geral e aplicada**. São Paulo: Atlas, 2008.

MEDITSCH, Eduardo. **Pedagogia e pesquisa para o jornalismo que há de vir**: a função da universidade e os obstáculos para a sua realização. Florianópolis: Insular. 2012.

MELO, José Marques de. **Teoria do jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

\_\_\_\_\_. ASSIS, Francisco de A. A natureza dos gêneros Jornalísticos. In: SEIXAS, Lia, PINHEIRO, Najara Ferrari (Org.). **Gêneros**: um diálogo entre comunicação e linguística. Florianópolis: Insular, 2013.

MENDONÇA, Kleber. **Discurso e mídia**: de tramas, imagens e sentidos um estudo do Linha Direta. 2001. 131f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2001.

MIGUEL, Luís Felipe. Apresentação do Dossiê Mídia e Política. **Revista de Sociologia e Política**, n. 21, p. 7-12, jun. 2004.

\_\_\_\_\_. Meios de comunicação de massa e política no Brasil. **Diálogos Latinoamericanos**, n. 003, p. 43-70. 2001.

\_\_\_\_\_. A eleição visível: a Rede Globo descobre a política em 2002. **DADOS – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 46, n. 2, p.289 – 310, 2003

MIRANDA, Luciano. **Pierre Bourdieu e o campo da comunicação**: por uma teoria da comunicação praxiológica. Porto Alegre: EDPUCRS, 2005.

MOLOTOCH, H.; LESTER, M. News a purposive behavior: on the strategic use of routine events, accidents and scandals. **American Sociological Review**, v. 39, n. 1, 1974.

MORAES, Roque. Uma tempestade de luz: a compreensão possibilitada pela análise textual discursiva. **Revista Ciência & Educação**, v.9, n.2, p.191-211, 2003. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/ciedu/19n2/04/pdf>. >. Acesso em: 20 abr. 2014.

MOURA, Maria Betânia. **Os nós da teia**: desatando estratégias de faticidade jornalística. São Paulo: Annablume, 2006.

MOTTA, Luiz G. Vozes narrativas e jogos de poder no jornalismo: modelo plurivocal. In PICCININ, Fabiana. SOSTER, Demétrio de Azeredo (Org.). **Narrativas comunicacionais complexificadas**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2012.

\_\_\_\_\_. Jogos de linguagem e efeitos de sentido da comunicação jornalística. **Estudos de Comunicação e Mídia**. v. 1, n. 2, 2º semestre, 2004.

NASCIMENTO, Evandro. Texto, textualidade, contexto. In: SIGNORINI, Inês. **[Re]discutir texto, gênero e discurso**. São Paulo: Parábola, 2008.

NASSIF, Luís. **O jornalismo dos anos 90**. São Paulo: Saraiva, 2002.

NEVES, Janete dos Santos Bessa. **Estudo semântico-enunciativo da modalidade em artigos de opinião**. Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Letras, 2006. Disponível em: < [www.maxwell.lamda.ele.puc-rio/9025/9025\\_4.pdf](http://www.maxwell.lamda.ele.puc-rio/9025/9025_4.pdf).>. Acesso em: 6 de maio. 2012.

PAILLARD, Denis; FRANCKEL, Jean-Jaques; VOGÛE, Sarah. **Linguagem e enunciação**: representação, referenciação e regulação. São Paulo: Contexto, 2013.

PAVEAU, Marie-Anne; SARFATI, George-Elia. **Da gramática comparada à pragmática**. São Carlos: Claraluz, 2006.

PEREIRA JUNIOR, L C. **A apuração da notícia**: métodos de apuração na imprensa. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

PINTO, Milton José. A retórica e a análise de discursos. In: CONCEIÇÃO, Francisco Gonçalves da; MATOS, Marcos Fábio Belo. (Org.). **Comunicação**: outros olhares. São Luís, NEEC, 2004.

PINTO, Milton José. **As marcas linguísticas da enunciação**: esboço de uma gramática enunciativa do português. Rio de Janeiro: Editora, 1994.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e discurso**: introdução à análise ded. São Paulo. Hacker Editores, 1999.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias**: linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Insular, 2005.

POSTMAN, Neil. **Tecnopólio**: a rendição da cultura à tecnologia. São Paulo: Nobel, 1994.

RESENDE, Fernando Antônio. **Ausência na comunicação social e no jornalismo**: a lógica da rua. Disponível em: < <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/197/197.pdf>>. Acesso em: 8 jan. 2010.

\_\_\_\_\_. Discursividade e narratividade: vértices redimensionados no jornalismo. Revista Fronteiras: estudos midiáticos. v. 9, n. 2, p. 81-90. maio /ago. 2007.

Disponível PEREIRA JUNIOR, L C. **A apuração da notícia**: métodos de apuração na imprensa. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/fronteiras/article/view/5746/5204>>. Acesso em: 31 maio. 2010.

\_\_\_\_\_. O jornalismo e a enunciação: Perspectivas para um narrador-jornalista. Contracampo, Niterói, v. 12, p. 85-101, 2005. Disponível em: <[http://www.compos.org.br /data/biblioteca\\_846.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_846.pdf)>. Acesso em: 08 jan. 2010.

\_\_\_\_\_. O Jornalismo e suas narrativas: as brechas do discurso e as possibilidades do encontro. Revista Galáxia, São Paulo, n. 18, p.31-43, dez. 2009.

\_\_\_\_\_. O olhar às avessas: A lógica do texto jornalístico. In: ENCONTRO COMPÓS, 13. , 2004. São Bernardo do Campo. **Anais...** São Bernardo do Campo. 2004. Disponível em: <[http://www.compos.org.br /data/ biblioteca\\_668.pdf](http://www.compos.org.br /data/ biblioteca_668.pdf)>. Acesso em: 14 mar. 2010.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e cultura**: a experiência cultural na era da informação. Lisboa: Presença, 1994.

\_\_\_\_\_. **Dicionário breve da informação e da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2000.

\_\_\_\_\_. **Linguística e Comunicação**: a partitura invisível: para uma abordagem interactiva da linguagem. Lisboa, Portugal: Edições Colibri, 2001.

\_\_\_\_\_. **Dimensões pragmáticas do sentido do sentido**. Lisboa: Edições Cosmos, 1996.

\_\_\_\_\_. **As dimensões pragmáticas na comunicação**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

\_\_\_\_\_. **Introdução à semiótica.** Lisboa: Editorial Presença, 1991.

\_\_\_\_\_. **Estratégias da comunicação:** questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

\_\_\_\_\_. **Estratégias da comunicação:** questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

RICOEUR, P. **Tempo e Narrativa.** Campinas: Papyrus, 1994. 1v.

RÜDIGER, Francisco. **Introdução às teorias da cibercultura:** tecnocracia, humanismo e crítica no pensamento contemporâneo. Porto Alegre: Sulina, 2007.

ROJO, Roxane; BARBOSA, Jacqueline Peixoto. Gêneros jornalísticos e novos letramentos: novo ethos, curadoria, redistribuição. In: SEIXAS, Lia; PINHEIRO, Najara Ferrari (Org.). **Gêneros:** um diálogo entre comunicação e linguística. Florianópolis: Insular, 2013.

RUBIM, A. A. C. Contemporaneity as the media age. **Interface \_ Comunicação, Saúde, Educação.** v. 4 , n.7, p.25-36, 2000. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/icse/v4n7/03.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2016

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Novas configurações das eleições na idade mídia. **Opinião Pública,** Campinas, v. VII, n. 2, 2001, p. 168-181, 2004.

RUBIM, Antonio Albino Canelas; COLLING, Leandro. Mídia e eleições presidenciais no Brasil pós-ditadura. **Comunicação & Política:** Nova série, v. 22, n. 3, 169 -190, set./dez.

RUBIM, Antonio Albino Canelas.; AZEVEDO, Fernando Antonio. Mídia e política no Brasil: estudos e perspectivas. In: CONGRESSO LATINOAMERICANO DE CIÊNCIAS DE LA COMUNICACIÓN, 4., 1998. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rubim-albino-midia-politica-brasil.pdf>>. Acesso em 26 jun. 2014.

ROIZ, Diogo da Silva. A filosofia (da história) de Cornelius Castoriadis (1922-1997). **Revista de Teoria da História,** ano 1, n. 2, dez. 2009.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade.** São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. As linguagens como antídotos ao midiacentrismo. **Revista Matrizes,** São Paulo, n.1, out. 2007.

\_\_\_\_\_. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista Famecos,** Porto Alegre, n. 22, dez. 2003.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e pesquisas:** projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker, 2001.

SAUSSURE, Ferdinand de Saussure. **Curso de linguística geral.** São Paulo: Cultrix, 1995.



ILVA, Carla Luciana Sousa da. **Veja: o indispensável partido neoliberal (1989 a 2002)**, 2005, v. 1,2. Disponível em: <<http://marxismo21.org/wp-content/uploads/2012/08/Veja-Silva.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2014.

SIGNORINI, Inês. **[Re]discutir texto, gênero e discurso**. São Paulo: Parábola, 2008.

SIQUEIRA, Euler David de. Interação e comunicação na Escola Sociológica alemã. **LOGOS: Comunicação e Universidade**. v. 8, n. 2, 2001.

SPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, conhecimento objetividade: além do espelho e das construções**. Florianópolis: Insular, 2009.

SEIXAS, Lia. Para compreender gêneros jornalísticos – Teorias do jornalismo e midiologia. In: SEIXAS, Lia, PINHEIRO, Najara Ferrari (Org.). **Gêneros: um diálogo entre comunicação e linguística**. Florianópolis: Insular, 2013.

SHUEM, Li-Chang; AZEVEDO, Fábio Palácio de; ZEFINHA BENTIVI, Josefa M.S.B. Andrade. **Jornalismo e disputa da hegemonia: os cem primeiros dias de governo Flávio Dino na capa de O Estado de Maranhão**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 33., 2015. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro, 2015.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Comunicação e linguagens, 1999.

\_\_\_\_\_. **O que é jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In TRAQUINA Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Veja, 1993.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

WAINBERG, Jacques A. **Casa Grande e Senzala com Antena Parabólica: Telecomunicação e o Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

YAMAMOTO, Eduardo Yuji. Desentranhar o comunicacional: a comunicação segundo José Luiz Braga. **Questões Transversais: Revista Epistemológica de Comunicação**, v. 1, n. 2, jul./dez. 2013.

ZAMIN, Angela. Um acontecimento, três jornais: processos de produção no jornalismo latino-americano. **Revista INTERCOM**. São Paulo, v. 36, n. 1, janeiro/junho, 2013.

## ANEXO A

**PELA DEMOCRACIA**

Em face do grave momento vivido pelo país, a diretoria da Intercom reitera seu compromisso com a defesa do Estado de Direito, da democracia e das salvaguardas individuais garantidas pela Constituição. E, como entidade da área de Comunicação, ressalta a importância de uma atuação equilibrada da imprensa, que deve dar espaço ao contraditório e não pode funcionar, jamais, como tribunal midiático.

O mesmo senso de responsabilidade e compromisso devem demonstrar os Poderes constituídos, em especial o Judiciário, como obediente guardião das leis que asseguram a liberdade pela qual tanto lutamos. Todos somos inocentes até prova em contrário, todos temos direito à ampla defesa e à inviolabilidade de nossa intimidade. Justiça não pode se confundir com justicamento, sob qualquer pretexto.

Há menos de 30 anos, voltamos a ter o direito de escolher pelo voto o presidente da República. Nossa jovem democracia precisa de vigilância para que atalhos não comprometam seu pleno exercício e lancem o país em aventuras de triste memória.

Marialva Barbosa – presidente  
Ana Sílvia Médola – vice-presidente  
Fernando de Almeida – diretor financeiro  
Sônia Jaconi – diretora administrativa  
Iluska Coutinho – diretora científica  
Ana Paula Goulart – diretora de comunicação e memória  
Adriana Omena – diretora cultural  
Felipe Pena – diretor editorial  
Tassiana Camatti – diretora de projetos  
Giovandro Ferreira – diretor de relações internacionais  
Allan Rodrigues – diretor regional Norte  
Aline Grego – diretora regional Nordeste  
Daniela Ota – diretora regional Centro-Oeste  
Nair Prata – diretora regional Sudeste  
Márcio Fernandes – diretor regional Sul

## ANEXO B

### **Carta Aberta aos Associados**

A Diretoria e os Conselhos da SBPJor manifestam publicamente sua preocupação com o atual ambiente de insegurança político no Brasil, que coloca em xeque atribuições das instituições de poder nacionais e direitos das mais diversas ordens, conquistados historicamente.

Preocupa-nos especialmente a polarização de opiniões contrárias que tem sido, de forma irresponsável, estimuladas por agentes sociais os mais variados.

Reconhecendo a delicadeza do momento atual, reafirmamos nosso rechaço a atos de intolerância e violência em qualquer âmbito. Reafirmamos, portanto, a defesa dos valores constitucionais e o regime democrático, tendo-os como horizonte de nossa atuação científica e institucional.

Entre os agentes sociais, preocupa-nos particularmente a forma como a imprensa tem conduzido suas coberturas. A atividade jornalística tem papel e função social importantes, relacionadas à defesa da democracia e à garantia do exercício da cidadania. Não pode, portanto, abdicar desse lugar que, conforme nossas pesquisas têm pontuado, é esperado e exigido não apenas por parte das audiências, mas também é norteador da práxis jornalística.

Estamos cientes que nosso quadro associativo não pode ser pensado a partir de qualquer consenso, pois com certeza temos posições pessoais eventualmente diversas entre nós. Nesse contexto, defendemos o fortalecimento do que nos une como pesquisadores, isto é, o olhar reflexivo, analítico e compreensivo sobre o Jornalismo.

Mais do que nunca, além dos posicionamentos políticos que adotamos individualmente, cumpre a nós, como estudiosos da área, unir forças para avaliar, refletir e publicizar a qualidade do Jornalismo praticado no país, tendo sempre como base os princípios éticos e deontológicos que o norteiam.

Nesse sentido, firmamos nossa posição pelo respeito dos atores sociais às diferenças e conclamamos a todos, por meio das atividades de nossa comunidade, a defender que a atuação jornalística no cotidiano seja garantida pelas autoridades competentes, bem como exercida pelos profissionais de forma responsável e comprometida com os valores éticos da profissão.

Presidência, Diretoria e Conselhos da  
Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor)

## ANEXO C

*Os professores abaixo assinados, integrantes do Corpo Docente da Universidade Metodista de São Paulo, apresentam à comunidade acadêmica da instituição e à sociedade brasileira o seguinte*

**MANIFESTO EM DEFESA DAS INSTITUIÇÕES DEMOCRÁTICAS**

(Publicado em <https://goo.gl/LCWGg6>)

Acompanhando com atenção o cenário político atual, parece-nos evidente, a esta altura da crise política que o Brasil vive, a aglutinação de forças interessadas em desestabilizar ainda mais o país, reeditando fundamentalismos partidários. Alguns grandes veículos de comunicação insuflam esse clima de antagonismo, inclusive nas redes sociais, ao sabor daqueles que fazem a oposição irresponsável. Neste momento torna-se, portanto, urgente que, acima de quaisquer alinhamentos ideológicos e de afetos ou desafetos por lideranças políticas, reivindicemos que as instituições cumpram seu papel na garantia dos direitos civis constitucionais.

O lema “combate à corrupção”, que representa uma demanda legítima da sociedade brasileira, tem sido explorado à exaustão por grupos interessados em minar deliberadamente a confiança no país. Há também os oportunistas, aqueles que se pretendem “salvadores da pátria”, que emergem com seus discursos e práticas reacionárias, ultraconservadoras e obscurantistas, baseados no jogo político-partidário sob o manto da legalidade.

Nessa saraivada de acusações diárias, empresas de comunicação buscam proteger interesses particulares e impor sua ideologia conservadora, sensacionalizando cada capítulo do noticiário, com versões parciais e tendenciosas dos fatos, comportamento semelhante ao que ocorreu durante o golpe civil-militar em 1964, que teve forte apoio da imprensa hegemônica.

É urgente estarmos atentos à gravidade dos acontecimentos, com lucidez para entender o que está em jogo no futuro do país. A sociedade civil e suas lideranças, os jovens e suas famílias, trabalhadores e estudantes, os movimentos sociais e populares, e a mídia responsável, devem ficar atentos aos falsos discursos que reverberam na esfera pública e negam, de forma reacionária, as conquistas sociais alcançadas depois do fim do regime militar.

Por isso, nós, professores da Umesp não nos calam. Até porque o ambiente acadêmico da Universidade Metodista de São Paulo, coerente com a sua tradição de solidariedade e de respeito construídos ao longo de sua história, nos inspira este manifesto.

Unimo-nos a todos os colegas comprometidos com o Estado democrático e com o exercício isento e imparcial do Direito e da Justiça, em cobrar da mídia seu compromisso com a verdade dos fatos: a divergência é salutar à democracia; o linchamento moral e político, não.

São Bernardo do Campo, 17 de março de 2016

## ANEXO D

**7 de abril. Dia do Jornalista. Nota da FENAJ - Federação Nacional dos Jornalistas.****SONHOS E LUTA TRANSFORMAM A REALIDADE.**

“Cada ser humano recebe a anunciação e, grávido de alma, leva a mão à garganta em susto e angústia. Como se houvesse para cada um, em algum momento da vida, a anunciação de que há uma missão a cumprir. A missão não é leve. Cada homem é responsável pelo mundo inteiro”. (Clarice Lispector)

Há pessoas que, individualmente, promovem ações pequenas e que se tornam grandes, provocando mudanças na sua aldeia e no mundo. Há categorias profissionais que, pela natureza do seu trabalho, estão continuamente contribuindo para que as pequenas e grandes ações possam ser transformadoras. Hoje, 7 de abril, Dia dos Jornalistas, a Federação Nacional dos Jornalistas e seus 31 Sindicatos de Jornalistas prestam homenagem a cada jornalista e ao conjunto da categoria brasileira. Somos, individual e coletivamente, responsáveis pela missão que assumimos: informar à sociedade e constituir cidadania.

No dia consagrado nacionalmente à categoria, a FENAJ e os Sindicatos de Jornalistas reafirmam que o Jornalismo é um bem público essencial à democracia e não existe Jornalismo sem o profissional Jornalista. Somos aqueles que acompanham os fatos e produzem um conhecimento específico, o da realidade social imediata. Sem esse conhecimento, os cidadãos não podem formar juízos próprios nem atuar política e socialmente.

Somos aqueles que sonham com um mundo mais justo, mais democrático e mais fraterno e que se colocam na luta para que o sonho se torne realidade. Para isso, fazemos enfrentamentos diários nos nossos locais de trabalho, sempre em defesa da informação de qualidade, plural e diversa, produzida sob os princípios da teoria, da técnica e da ética jornalística.

Somos aqueles que têm em seu ofício o dever de questionar, investigar, criticar e expor as mazelas da sociedade, mas igualmente de difundir melhorias e avanços conquistados. No cumprimento de nosso papel de denunciar, algumas vezes somos ameaçados e agredidos; na difusão de fatos positivos, somos desrespeitados e acusados de não estar praticando Jornalismo.

Somos aqueles que, debaixo de sol ou de chuva, nos fins de semana e feriados, estão sempre a postos para a urgência dos fatos. Tanto esforço e tanta dedicação nem sempre são reconhecidos, a começar pelos baixos salários. Mas não desistimos, porque acreditamos que a informação jornalística é transformadora e sabemos que temos a responsabilidade social de produzi-la.

Somos aqueles que resistem às muitas tentativas de se desqualificar o Jornalismo, tratando a produção de informação jornalística com entretenimento, ficção e mera opinião. O Jornalismo continua e continuará necessário, enquanto houver democracia, ainda que haja mudanças na sua forma de produção e, principalmente, de difusão.

Somos aqueles que, verdadeiramente, lutam pela liberdade de expressão e de imprensa. Sabemos que a liberdade de expressão é um direito individual, consagrado a todos os cidadãos, mas sabemos da nossa responsabilidade de elevar esse direito individual à condição de direito coletivo, garantindo a diversidade e pluralidade de vozes na esfera pública.

No Dia do Jornalista, como categoria, reafirmamos nossos compromissos profissionais e pedimos o apoio da sociedade brasileira para a reconquista da regulamentação da profissão, com a aprovação da PEC que restitui a exigência do diploma de Jornalismo para o exercício profissional. Pedimos também o reconhecimento da importância do Jornalismo e do papel social dos Jornalistas. Acreditamos que somos sempre modificados pelo que sonhamos.

Federação Nacional dos Jornalistas.

Brasília, 7 de abril de 2016

ANEXO E – O Nordeste não é do PT

Revista Veja. Edição 2395. Ano 47, em 15/10/2014

**Entrevista** MARCUS ANDRÉ MELO

ANA CLARA COSTA

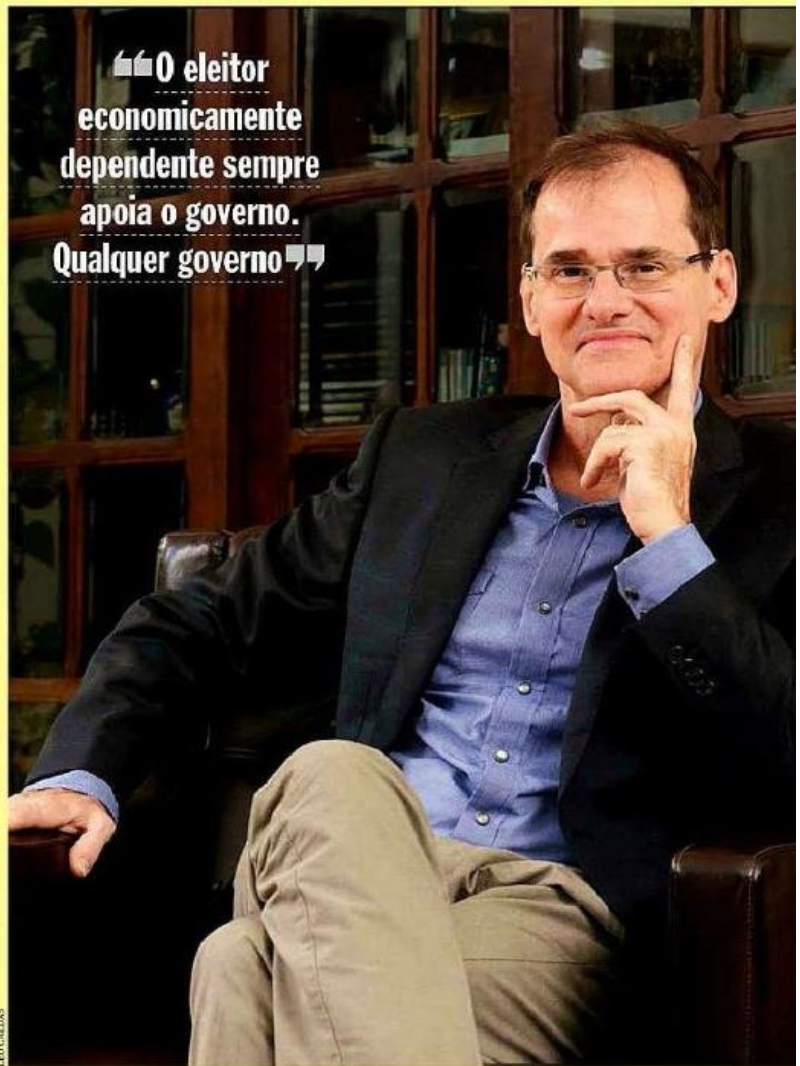
# O Nordeste não é do PT

**O cientista político diz que o eleitor mais desfavorecido sempre tende a votar a favor do governo e que a educação é fator essencial para aumentar a qualidade da política**

**N**o primeiro turno das eleições, a presidente e candidata à reeleição Dilma Rousseff se manteve na liderança em todos os estados nordestinos, à exceção de Pernambuco. No Piauí, Dilma levou 70% dos votos, o seu melhor desempenho estadual. Segundo o cientista político pernambucano Marcus André Melo, contudo, não se pode definir a região como petista. Professor da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), com Ph.D. na Universidade de Sussex, na Inglaterra, e pós-doutorado no Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), Melo observa que, nas áreas economicamente desfavorecidas, não há uma fidelidade mecânica ao partido. O que existe é um comportamento de adesão a qualquer governo vigente, justamente devido à dependência que a população dos grotões do Brasil guarda em relação às políticas públicas. *Qualunquismo* é a expressão usada por Melo para descrever esse fenômeno. Isso significa que o eleitor não está fechado a novas propostas que, nas palavras do acadêmico, “maximizem o seu bem-estar”.

**Como explicar o comportamento do eleitor que, neste primeiro turno, levou Marina Silva a liderar as intenções de voto, e depois se voltou para Aécio Neves, permitindo que ele arrancasse e chegasse ao segundo turno?** O que marcou esta eleição foi mesmo a desconstrução da imagem de Marina Silva pelo marketing agressivo do PT. Esse marketing atingiu em cheio a parcela volúvel do eleitorado. São os indecisos ou neutros, sujeitos a mudar de voto. Depois da morte de Eduardo Campos, esse eleitorado se voltou para Marina. Quando os ataques petistas, que miravam sobretudo a credibilidade da ex-senadora, se avolumaram, o grupo se dividiu e migrou para Aécio e para a própria Dilma. Mas este é o fato curioso: o marketing do PT beneficiou so-

“O eleitor economicamente dependente sempre apoia o governo. Qualquer governo”



veja | 15 DE OUTUBRO, 2014 | 15



ANEXO F – Governo adia votação de resultados negativos.

Jornal Folha de São Paulo. Ano 94. Edição 35949, 23/10/2014.

28/10/2014

Folha de S.Paulo – Edição de 23/10/2014

# FOLHA DE S.PAULO

Desde 1921

★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

folha.com.br

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

ANO 94 ★ QUINTA-FEIRA, 23 DE OUTUBRO DE 2014 ★ Nº 31.249

EDIÇÃO SP/DF ★ CONCLUÍDA ÀS 03H32 ★ R\$ 3,00

## Deputados aliviam dívidas de condenados por desvios

A Câmara dos Deputados aprovou medida que anistia parte das dívidas de condenados por desvios de recursos públicos. Pelo texto, que passará pelo Senado, as dívidas serão pagas com redução de juros e poderão ser parceladas em até 15 anos. O mecanismo foi incluído por emenda do senador Gim Argello (PTB-DF) na medida provisória do Refis, programa de parcelamento de dívidas tributárias. Poder A4

### SÓ DEPOIS DA ELEIÇÃO

Governo posterga divulgação de dados

**EDUCAÇÃO**  
Resultado detalhado de exame com 7 milhões de alunos. Estava previsto para: ago.

**ECONOMIA**  
Números da Receita sobre arrecadação de impostos. Estava previsto para: set.

**AMBIENTE**  
Indicadores do Inpe sobre o desmatamento na Amazônia. Estava previsto para: set.

**POBREZA**  
Análise do Ipea de pesquisa acerca da miséria no país. Estava previsto para: período eleitoral

# Governo adia divulgação de resultados negativos

Dados de educação e economia, entre outros, só serão conhecidos após eleição

Por decisão do governo Dilma (PT), o país chegará à votação de domingo (26) sem saber os dados atualizados da atuação de alunos em português e matemática na rede pública e da arrecadação de tributos—resultados potencialmente negativos à campanha da presidente.

Também serão divulgados só depois da eleição presidencial, na qual a petista concorre com Aécio Neves (PSDB), cálculos do desmatamento e sobre a pobreza. Na educação, o resultado de exame nacional, feito com 7 milhões de estudantes, costuma sair até agosto.

Nas demais áreas, as informações também eram fornecidas com mais antecedência. Há sinalização de que todos os indicadores mostrarão piora no cenário. Avaliações independentes ou informações oficiais publicadas apontam para desempenho pouco animador.

As instituições do governo responsáveis pelos dados citaram questões técnicas, administrativas ou legais a fim de justificar a postergação da divulgação das informações. Eleições 2014 pág. 1  
Para especialistas, expectativa positiva da população não se alinha às perspectivas para a economia. Pág. 4

### MÁRIA CRISTINA FRIAS

## Petrobras ameaça suspender envio de gás ao Amazonas

A Petrobras ameaça suspender o fornecimento de gás para o Amazonas, o que pode deixar Manaus sem energia às vésperas da eleição. A BR Distribuidora cobra solução até amanhã (24) para dívida de R\$ 3 bilhões. Mercado B2

## Atrador ataca Parlamento e mata soldado no Canadá

Um homem matou um soldado e atirou várias vezes dentro do Parlamento do Canadá, em Ottawa, onde estava o primeiro-ministro do país. Ao menos três pessoas ficaram feridas. O atrador foi morto pelo chefe da segurança. O ataque causou pânico na cidade. Mundo A8

## A FILHA DO PADRE

Para proteger o pai, Maria Helena de Aguiar manteve um segredo por décadas: é filha de um padre católico. A abertura do papa a homossexuais e casais fora dos cânones animou-a a contar sua história a Clóvis Rossi. Formada pela UnB, ela trabalha na Secretaria de Direitos Humanos. Cotidiano C10



## Aécio se diz alvo de 'atentados'; Dilma prioriza jovem e mulher

Aécio Neves usou nesta quarta (22) seu horário na TV para rebater ataques do PT, num "freio de arrumação" na campanha, após o Datafolha indicar queda do tucano em várias faixas do eleitorado. Afirmou ser vítima de "atentados" à sua honra, família e biografia. A petista Dilma Rousseff voltará os últimos dias para buscar votos entre jovens, mulheres e a nova classe média. Eleições 2014 pág. 3



## Ambição faz com que Dilma fale coisas em que não crê, afirma FHC

Eleições 2014 pág. 5

## Presidente do TSE quer debater com institutos regras para pesquisas

Eleições 2014 pág. 7

▶ BANDEIRAS NA MÃO No alto, marcha pró-Dilma em Duque de Caxias (RJ), onde a presidente pediu o fim da violência contra a mulher; acima, passeata pró-Aécio em SP, com 10 mil pessoas, segundo a PM —FHC e José Serra discursaram Eleições 2014 págs. 3 e 5

### EDITORIAIS Opinião A2

Leia "Deseducação", a respeito de programas de governo nas áreas de ensino e saúde, e "Passivo elétrico", sobre atraso na construção de usinas.

**ESPORTE**  
Dunga restringe boné, brinco, chinelo e celular na seleção D1

**TURISMO**  
Folha avalia 11 hotéis para quem viaja com bebês F1

**ILUSTRADA**  
Lider da parada dos EUA, cantora defende corpo fora do padrão E1

**CIÊNCIA**  
Homo sapiens tinha traço neandertal há 45 mil anos C11

Nesta eleição, não duelam visões realmente antagônicas. O fato de os blocos políticos não terem alvos muito diferentes alimenta uma oposição surda aos argumentos do outro, na qual a adesão leva cada um a abdicar de pensar por conta própria. Ilustrada E10



CIRCULAÇÃO 399.990/dia (impressos + digitais) 01/10/2014 27.873.687 visitantes únicos/mês

**FALE COM A FOLHA**  
Veja como entrar em contato com o serviço ao assinante, as editorias e o ombudsman fale.folha.com.br

**ATMOSFERA** Cotidiano C2  
Nebulosidade diminui na Grande SP Mínima 13°C. Máxima 25°C

**RODÍZIO** Cotidiano C2  
Não devem circular carros com placas cujo final seja: 7 ou 8

**mercado B4**  
Produção de alumínio cai, e país deve importar mais que exportar

## ANEXO-G QUADRO-8 N1-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	02/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 862	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>PSDB espera a saída de Palmeira</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>PSDB espera renúncia de Palmeira</b></p> <p><b>GILBERTO DIMENSTEIN E GABRIELA WOLTERS</b></p> <p>DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>O PSDB considera insustentável a situação do senador Guilherme Palmeira (PFL-AL) como vice de Fernando Henrique Cardoso, candidato do partido à Presidência.</p> <p>Palmeira é acusado de elaborar emendas para favorecer obras da empreiteira Sérvia e de ter duas aposentadorias precoces em cargos públicos. Os tucanos esperam que o senador renuncie.</p> <p>Ontem, em São Paulo, dirigentes do PFL e do PSDB se reuniram e divulgaram nota oficial de apoio ao vice de FHC (leia texto abaixo). A nota foi a saída honrosa encontrada pelos tucanos para dar espaço para que Palmeira tome a iniciativa de renunciar. Não passaria, assim, pela humilhação de ser afastado.</p> <p>Para o PSDB, as acusações de envolvimento do assessor de Palmeira, Carlos Abraão Moura, com a empreiteira Sérvia deixam o vice praticamente sem escapatória.</p> <p>Mesmo que se comprove que o senador não cometeu nenhum ato de corrupção, ele estaria passando um atestado de ingenuidade ao afirmar que não sabia das ligações de seu próprio chefe de gabinete com a construtora. Segundo os tucanos, esta "ingenuidade" o tornaria incapaz de ocupar o lugar de vice na chapa.</p> <p>A nota mostra a divergência do PSDB e do PFL sobre o caso. Embora a cúpula tucana estivesse presente à reunião, o documento só traz a assinatura do presidente do PFL, Jorge Bornhausen.</p> <p>Pelos bastidores, o caso Palmeira aumenta o conflito entre PSDB e PFL. Reservadamente, a cúpula tucana tem reclamado de que seus aliados não estão se empenhando como deveriam a favor de FHC.</p> <p>A prova disso seriam os baixos índices do candidato na maioria dos Estados do Nordeste.</p> <p>Com relação a Palmeira, o PSDB considera que as denúncias contra seu assessor tendem a ocupar mais espaço na imprensa.</p> <p>O próprio comitê de FHC já tem informações de que Moura transformou o gabinete do vice no Senado em um verdadeiro escritório de lobby da Sérvia. Moura é candidato a deputado estadual por Alagoas. O comitê também já descobriu que a sua campanha é uma das que possuem mais recursos no</p>



	<p>Estado.</p> <p>Já o PFL, considera que o afastamento agora de Palmeira seria precipitado. Segundo a avaliação do partido, ao invés de "fritar" o vice, o correto seria apressar as investigações no Senado já solicitadas por ele próprio.</p> <p>Palmeira encaminhou ao Senado autorização para a abertura de suas contas bancárias e o pedido de investigação da relação entre Moura e a Sérvia. O problema é que o PSDB considera que se deve evitar a todo custo um desgaste eleitoral como o que ocorreu com o candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva.</p> <p>O petista demorou 27 dias para trocar seu vice – o senador José Paulo Bisol (PSB-RS) pelo deputado Aloizio Mercadante (PT-SP).</p> <p>Enquanto o PT não se definia, a piada corrente no comitê de FHC era de que o partido estava com a "síndrome tucana", ou seja, "em cima do muro".</p>
--	--

## ANEXO-H QUADRO-8 N2-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	03/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 863	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Maciel é o novo vice de FHC</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Palmeira cede às pressões do PSDB e renuncia; Maciel é o novo vice de FHC</b></p> <p>DA REDAÇÃO</p> <p>O senador Guilherme Palmeira (PFL-AL) decidiu ontem renunciar à candidatura a vice-presidente na chapa encabeçada pelo tucano Fernando Henrique Cardoso. A Folha apurou que a renúncia foi uma exigência de FHC.</p> <p>O tucano temia os mesmos desgastes que o episódio Bisol provocou na candidatura do petista Luiz Inácio Lula da Silva. O próprio Palmeira admitiu, em entrevista à Folha, que renunciaria se avaliasse "que está prejudicando a candidatura".</p> <p>É precisamente o que vem acontecendo. Há 27 dias o comando da campanha de FHC está mobilizado na defesa de Palmeira. A acusação mais grave que pesa contra o senador é a de integrar um esquema liderado pela empreiteira Sérvia para fraudar verbas do Orçamento da União (veja quadro).</p> <p>A saída de Palmeira se antecipa à resolução de uma crise, abre o flanco para dois outros conflitos. O primeiro entre o PFL e o PSDB, e o segundo nas próprias fileiras pefelistas.</p> <p>Lideranças do PFL resistiam à substituição do vice. O PSDB, por sua vez, tem clara simpatia pelo deputado Roberto Magalhães (PE) para substituir Palmeira. Magalhães conta, no entanto, com os vetos do ex-governador baiano Antônio Carlos Magalhães e do presidente do partido, Jorge Bornhausen.</p> <p>Podem ainda ser indicados o ex-governador de Santa Catarina Vílson Kleinubing, o senador Marco Maciel (PE) e o deputado José Múcio Monteiro (PE). A Palmeira, restava ontem, às 20h, apenas entregar a carta de renúncia.</p> <p><b>O PESO DOS VICES</b></p> <p>1. Primeiras denúncias</p> <p>José Paulo Bisol (PSB-RS)</p> <p>Em 29 de junho, a Folha revela que emendas do então candidato a vice de Lula em favor de Buritis (MG), onde tem uma fazenda, estavam superestimadas em mais de US\$ 8 milhões. Em seguida, a Folha mostra que uma das emendas o favorece –para uma ponte que facilitaria a comunicação de sua fazenda com a cidade.</p> <p>2. Desdobramento</p> <p>Empréstimos</p>

	<p>Vem a público informação de que o senador gaúcho tomou empréstimos subsidiados da Caixa Econômica Federal no Rio Grande do Sul, valendo-se de convênio da instituição com a associação de magistrados local.</p> <p>Empréstimos <span style="float: right;">2</span></p> <p>A Folha revela que, nos últimos sete anos, Bisol tomou 16 empréstimos em condições especiais no Banco do Brasil, conseguindo prazo maior para quitar a maioria.</p> <p>Aposentadoria</p> <p>Surge a informação de que Bisol se aposentou como desembargador no Rio Grande do Sul, após sete meses na função.</p> <p>Documentos</p> <p>O prefeito de Buritis (MG), Pedro Jacy Taborda (PFL), mostra documentos que desmentem o argumento de Bisol de que as emendas teriam sido falsificadas após sua assinatura.</p> <p>Filho assessor</p> <p>A Folha revela que Bisol manobrou para empregar seu filho Ricardo na Assembléia Legislativa gaúcha, em 1983, quando era deputado estadual.</p> <p>3. Decisão</p> <p>Em 26 de julho –27 dias após as primeiras denúncias–, Lula se reúne com os presidentes dos outros partidos da Frente Brasil Popular para definir a saída de Bisol e o nome de Aloizio Mercadante como vice.</p> <p>1. Primeiras denúncias</p> <p>Guilherme Palmeira (PFL-AL)</p> <p>Em 6 de julho, dois ex-funcionários da empreiteira Sérvia, a secretária Ana Lúcia Duarte e o motorista Otair de Oliveira, acusam a empresa de pagar propinas a parlamentares e assessores, entre os quais o vice de FHC. Palmeira nega as denúncias. O deputado Chico Vigilante (PT-DF) pede investigações.</p> <p>2. Desdobramento</p> <p>Prefeitura</p> <p>A Folha revela que, em dezembro de 1990, a prefeitura de Maceió assinou com a Sérvia contrato de Cr\$ 4,3 bilhões (valor da época), com aditamento de Cr\$ 950 milhões para obras não previstas inicialmente. O prefeito, João Sampaio Filho, era ligado ao grupo político de Palmeira.</p> <p>Esquema PC</p> <p>A Sérvia tinha uma conta "fantasma" que encaminhava recursos ao esquema PC. O dono da Sérvia, Tales Sarmento, disse que ela era usada para mandar dinheiro a políticos do Nordeste. O Ministério Público apura se Palmeira é um deles.</p> <p>Campanha ao Senado</p> <p>Através de outra conta "fantasma", PC mandava dinheiro para a campanha de Geraldo Bulhões (PSC) ao governo de Alagoas em 90. A Folha apurou que Bulhões repassava os recursos para o comitê de Palmeira, candidato ao</p>
--	--

	<p>Senado.</p> <p>Volta do motorista</p> <p>Em 29 de julho, Otair Oliveira reaparece e afirma ter feito pelo menos 15 depósitos da Sérvia na conta de Carlos Abraão Moura, assessor de Palmeira. Diz também que distribuía presentes da Sérvia pelas casas dos deputados.</p> <p>Depoimento</p> <p>Otair Oliveira reafirma as denúncias na Procuradoria da República, que decide convocar Moura para depor.</p> <p>3. Decisão</p> <p>Lideranças do PFL se reúnem em São Paulo –também 27 dias após as primeiras denúncias– para decidir a substituição de Palmeira. FHC exige rito sumário para o afastamento, a fim de anunciá-lo no horário eleitoral.</p>
--	--

## ANEXO-I QUADRO-8 N3-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	04/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 864	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>PSDB teme prejuízo com Maciel</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Imposição de Maciel para vice de FHC irrita o PSDB e deixa petistas eufóricos</b></p> <p>DA REDAÇÃO</p> <p>A indicação do senador Marco Maciel (PFL-PE) para vice na chapa do tucano Fernando Henrique Cardoso desencadeou uma onda de otimismo no PT como não se via desde as primeiras denúncias contra o senador José Paulo Bisol (PSB-RS), ex-vice de Luiz Inácio Lula da Silva.</p> <p>Se a escolha agradou aos partidários de Lula, constrangeu a maioria dos peessedebistas. FHC acha que o passado político de Maciel –ligado ao regime militar– fornecerá munição para os ataques petistas.</p> <p>Ontem, FHC ainda tentava disfarçar o descontentamento lembrando que Maciel esteve com o PT na defesa do presidencialismo no plebiscito do ano passado.</p> <p>Esqueceu de citar que o PSDB é o único dos grandes partidos programaticamente parlamentarista com um vice radicalmente presidencialista.</p> <p>O PT já se organiza para desencadear uma campanha cujo alvo principal é Maciel. As características a serem ressaltadas são as mesmas temidas por FHC: o vice indicado, mais do que ninguém, representa, segundo a avaliação de petistas e tucanos, os setores sociais responsáveis pela crise.</p> <p>O PT pretende explorar ainda o que considera "falta de autoridade" de FHC na indicação do nome. Não é segredo para ninguém –e FHC não esconde de ninguém– que a escolha de Maciel foi uma imposição do PFL. Ontem de madrugada, na primeira entrevista que deu após a escolha do novo vice, FHC destacou que "ele representa muito bem o PFL".</p>

## ANEXO-J QUADRO-8 N4-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	07/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 867	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Mercadante deve estudar mais, diz FHC</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Mercadante deve estudar mais, diz FHC</b></p> <p><b>FERNANDO RODRIGUES</b></p> <p>ENVIADO ESPECIAL A CASCAVEL (CE)</p> <p>O candidato do PSDB à Presidência, Fernando Henrique Cardoso, 63, disse ontem que o economista Aloizio Mercadante deveria ter estudado mais. Mercadante é candidato a vice-presidente na chapa do PT, junto com Luiz Inácio Lula da Silva.</p> <p>O ataque de FHC é uma continuação da guerra dos vices. Há uma semana o PT critica Marco Maciel (vice tucano) e o PSDB ataca Mercadante. "Ele (Mercadante) é um bom rapaz. Se tivesse estudado um pouco mais, não teria errado tanto no Real... Se ele estudasse mais, não teria errado em economia como errou", disse Fernando Henrique.</p> <p>A declaração do tucano foi feita ontem de manhã, em Cascavel (CE). A cidade fica a 70 km ao leste de Fortaleza.</p> <p>FHC visitou uma feira livre em Cascavel. Vestia uma camisa xadrez azul e branca, uma calça social de linho em tom amarronzado e um tênis preto da marca Reebok.</p> <p>O tênis Reebok foi sugestão do governador cearense, Ciro Gomes (PSDB). Ciro havia sugerido a FHC o uso do tênis logo início da campanha. Mas o candidato continuava aparecendo em público com um sapato do tipo mocassim.</p> <p>"Isso é bobagem. Eu sempre usei tênis", disse Fernando Henrique quando indagado sobre o seu vestuário de ontem.</p> <p>"Eu sempre andei em feira. Eu sou sociólogo e andava nas favelas e nas feiras para estudar a vida do povo. E o povo é uma coisa formidável, porque dá energia para a gente. Governo que fica longe do povo, não presta." Antes de criticar Aloizio Mercadante, o candidato tucano disse que não iria "futricar".</p> <p>Indiretamente, FHC discordou das críticas feitas pelo deputado federal Luís Eduardo Magalhães (PFL-BA). Magalhães disse que o pai de Aloizio Mercadante, um general, teria corroborado com o regime militar de 1964.</p> <p>"Eu não gosto de mexer com o pai de ninguém. O Aloizio não tem culpa", disse FHC. O pai de FHC, Leônidas Cardoso, também foi general do exército.</p> <p>Ao lado de Ciro Gomes, atual governador do Ceará, e de Tasso Jereissati, candidato tucano ao governo, FHC foi bem recebido na feira livre de Cascavel.</p>

	<p>Tomou água mineral no Bar do Nel. Não pagou. "Não tem problema", disse Manoel do Nascimento, dono do bar.</p> <p>Sobre as críticas do PT na TV a respeito de Marco Maciel, o tucano disse: "Eu não estou preocupado com isso. Isso é gente que perdeu o rumo. Nós estamos com rumo. Nosso rumo é o povo."</p> <p>Para FHC, "o PT está gastando o tempo ao invés de propor o que vai fazer. Estão criticando os outros, não adianta. Por aí não vai".</p> <p>"Eles erraram na visão do Brasil. Erraram na visão da economia brasileira. Agora, erraram de novo. Não se faz política com ódio."</p>
--	--

## ANEXO-K QUADRO-8 N5-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	16/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 876	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>PPS do Rio rompe com Lula e vai apoiar FHC</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Grupo de 21 do PPS decide aderir a FHC</b></p> <p>A frente que apóia a candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) sofreu ontem uma baixa. Documento suprapartidário assinado, entre outros, por 21 integrantes do PPS do Rio de Janeiro declara apoio a Fernando Henrique Cardoso (PSDB-PFL-PTB).</p> <p>São eles Givaldo Siqueira (advogado), Gilvan Cavalcanti (sindicalista), Sebastião Paixão (agrônomo) e Raulino Oliveira (empresário), os dois últimos também do diretório regional do PPS.</p> <p>O vice-presidente nacional do PPS, Sérgio Arouca, disse que o episódio revela uma atitude pessoal de alguns militantes. "Não é uma divisão e nem mesmo uma dissidência no partido."</p> <p>Segundo Arouca, na convenção nacional do partido, em julho, sete militantes votaram pelo apoio a FHC e foram derrotados por mais de 500 delegados que defenderam a participação na Frente.</p> <p>A adesão dos membros do PPS ao principal rival de Lula foi comemorada efusivamente no comitê de FHC, em Brasília. O manifesto recebeu o seguinte título: "Pra frente é que se anda".</p> <p>O fato tem maior importância política do que propriamente eleitoral. Embora não traga votos para Fernando Henrique, o manifesto do PPS do Rio enfraquece um dos principais argumentos de Lula.</p> <p>O candidato petista vinha repisando a tecla de que FHC é apoiado por uma frente de políticos "conservadores".</p> <p>Com a adesão dos aliados do PT, Fernando Henrique consegue munição para contra-atacar.</p> <p>No manifesto, os integrantes do PPS do Rio declaram: "Nos preocupa a política de frente de esquerda desenhada pela Frente Brasil Popular, onde elementos de uma política de confronto vêm sendo apresentados pela maioria de seus representantes".</p> <p>O documento é assinado pelas seguintes pessoas: Gilvaldo Siqueira, Raolino de Oliveira, Sebastião Paixão, Eurico de Lima Figueiredo, Marcos Janovic, Gilvan Cavalcanti, Rafael de Carvalho, Paulo Galvão, Mirna Costa, Jadna Cavalcanti, Teia Carvalho, Marilena Correia, Vanda Cordeiro, José Antônio Azevedo, Rosana Migloti, Carlos Canabrava, Pedro Augusto Duarte Siqueira, Rosana Wollack, Antônio Fausto Nascimento, Antônio Carlos Louzada e Roland Fichberg.</p>



## ANEXO-L QUADRO-8 N6-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	26/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 886	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC tenta conciliar conflitos no programa</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC tenta conciliar Estado e mercado</b></p> <p><b>GABRIELA WOLTERS; TALES FARIA</b></p> <p>DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>O programa de governo de Fernando Henrique Cardoso para as áreas de saúde, educação e agricultura reflete a ambiguidade da aliança que une o social-democrata PSDB ao neoliberal PFL.</p> <p>A perspectiva social-democrata dá mais ênfase à intervenção do Estado na sociedade; a neoliberal aposta mais nas forças de mercado. Coordenada pelo economista Paulo Renato Souza, a equipe já concluiu os documentos com as principais metas do eventual governo. Essas metas vão balizar o programa, cujo texto final será divulgado na próxima semana.</p> <p>Ontem, Souza se reuniu com o ministro do Planejamento, Beni Veras, para obter detalhes sobre o Orçamento da União para 1995. Enquanto na área de saúde os textos estabelecem metas que se identificam com as propostas social-democratas, na área educacional, o texto ficou mais próximo do neoliberalismo.</p> <p>A equipe de FHC encampa como uma de suas metas prioritárias incentivar o SUS (Sistema Único de Saúde), uma das principais bandeiras dos sanitaristas do PSDB.</p> <p>Também promete aumentar os gastos no setor. Atualmente, a União gasta cerca de R\$ 8 bilhões por ano na área de saúde. O programa estabelece como meta atingir o patamar de R\$ 10,4 bilhões.</p> <p>Na área educacional, a solução encontrada para o que a equipe de FHC chama de quadro "caótico" do setor não foi o aumento de verbas, mas a diminuição das responsabilidades e competências do governo federal, como quer o PFL. O texto não esclarece se o atual modelo de universidade pública será alterado. O programa dá a entender que as verbas federais irão até mesmo diminuir no que se refere às universidades. Segundo o texto, elas estarão obrigadas a uma "correção gradual dos orçamentos atuais".</p> <p>A equipe de FHC aponta que hoje o ensino superior consome "de 70% a 80%" de todas as verbas federais para a educação.</p> <p>Na área agrícola, a equipe promete incentivar a reforma agrária, estabelecendo como meta o assentamento de 280 mil famílias até o final do governo FHC. Promete também irrigar 1,5 milhão de hectares de terras nos próximos quatro anos.</p> <p>Ontem, FHC afirmou que, se for eleito, irá extinguir os ministérios da Ação</p>

	<p>Social e da Integração Regional. A Folha apurou que ele pretende diminuir o número de pastas dos atuais 27 para 12.</p> <p>Reforma agrária</p> <p>O programa de governo estabelece que, no primeiro ano, serão assentadas 40 mil famílias. No segundo ano, 60 mil. O número cresce para 80 mil no terceiro ano e 100 mil no último ano de governo.</p> <p>FHC estabelece como meta irrigar 1,5 milhão de hectares em todo o país nos quatro anos de governo. No primeiro ano, seriam irrigados 300 mil hectares, sendo que 100 mil no Nordeste.</p> <p>Atualmente, 3 milhões de hectares são irrigados no Brasil. No Nordeste, região considerada prioritária no programa, a área irrigada é de cerca de 700 mil hectares.</p> <p>Ele se compromete ainda a enviar ao Congresso Nacional uma emenda constitucional concedendo isenção de impostos aos produtos da cesta básica. Seriam também enviadas ao Congresso emendas à Constituição propondo a isenção do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) sobre as exportações de produtos agrícolas.</p> <p>O documento defende a isenção tributária para insumos, máquinas, tratores e implementos agrícolas. Ainda na agricultura, FHC promete apoio para garantir um litro de leite por dia para cada família carente brasileira. O programa defende também uma "guerra ao desperdício". Prega o incentivo à implantação de programas de qualidade.</p>
--	---

## ANEXO-M QUADRO-8 N7-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	21/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 912	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Para FHC, acordo com PFL depois seria 'caro'</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>PFL poderia sair 'mais caro', diz FHC</b></p> <p><b>EMANUEL NERI</b></p> <p>ENVIADO ESPECIAL AO RIO</p> <p>O presidenciável tucano Fernando Henrique Cardoso disse ontem que custaria mais "caro" ao seu eventual governo um acordo com o PFL após às eleições.</p> <p>"Precisei fazer a aliança antes porque, depois, ia custar mais caro no Congresso", disse FHC ao explicar o motivo da aliança com o PFL para cerca de 80 artistas que se reuniram com ele à noite.</p> <p>Depois do encontro, na casa da cantora Olívia Byington, no Alto da Gávea, zona sul do Rio, FHC confirmou que o "caro" citado por ele se referia à distribuição de cargos no governo.</p> <p>"O sentido é esse mesmo", disse. "Precisaria distribuir posições no governo, coisa que eu não quero", declarou. Mas FHC também defendeu o PFL.</p> <p>"O PFL virou uma Geni", afirmou. "Como se os outros partidos não fossem iguais". Para ele, só existem dois partidos no país -o PT e o PSDB.</p> <p>O encontro de FHC com artistas começou às 19h20. A coordenação do encontro havia divulgado uma lista com o nome de 154 artistas. Mas pouco mais da metade compareceu.</p> <p>Estrelas de maior peso que eram esperadas e cujos nomes constavam da lista não compareceram. Foi o caso de Caetano Veloso, Paulinho da Viola e Elba Ramalho. Tom Jobim disse, brincando, que ia votar em Rubens Ricupero e Bill Clinton para vice.</p> <p>A atriz Regina Duarte chegou dizendo ser "Fernandete" há muito tempo. Ela leu um fax do escritor Jorge Amado, que estava em Paris, manifestando apoio a FHC.</p> <p>A atriz Dercy Gonçalves provocou risos ao chegar e ao sair. "Vocês acham que eu estou aqui para apoiar o Lula, seus porra?", indagou ao chegar. Na saída, disse ter gostado do discurso de FHC: "Porra, foi uma beleza". O poeta Ferreira Gullar usou uma comparação curiosa para explicar seu apoio a FHC e à sua aliança com o PFL. "Eu que escrevi o "Poema Sujo", como é que vou querer pureza em política?", perguntou.</p> <p>Gullar se referia a um longo poema seu, em que trabalha com citações de versos de vários outros poetas, com acento especial no uso de palavrões, daí a noção de "sujo", isto é, que não está livre de influências ou de palavras proibidas pelo chamado bom-gosto.</p>

	<p>Os mais notáveis da reunião eram Nana Caymmi, Norma Bengell, João Bosco, Mauro Mendonça, Lúcia Veríssimo, Elza Soares, Peri Ribeiro, Bibi Ferreira, Marco Nanini, Cacá Diegues, Dias Gomes, dona Zica e dona Neuma da Mangueira.</p> <p>FHC falou por 40 minutos e foi aplaudido no final. Ele culpou o regime militar pelo atraso da cultura no país. "O poder ficou triste no Brasil. O Estado rompeu com a sociedade", disse.</p>
--	---

## ANEXO-N QUADRO-8 N8-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	24/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 915	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Tucanos querem superpartido com petistas e pefelistas</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC articula ‘presidência imperial’; SDB pode ser o partido do presidente</b></p> <p><b>CLÓVIS ROSSI; MARIO VITOR SANTOS; VALDO CRUZ</b></p> <p>DOS ENVIADOS ESPECIAIS A BRASÍLIA E DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>No caso da eleição de Fernando Henrique Cardoso já no primeiro turno, a intenção de seu grupo mais próximo de colaboradores é a de que FHC minimize o peso das alianças políticas e concentre no Planalto as principais instâncias de poder.</p> <p>A estratégia prevê também a criação de um partido do presidente, SDB, Social-Democracia Brasileira (leia reportagem nesta página). Nem a direção do comitê eleitoral de FHC nega o caráter "imperial" de um governo FHC.</p> <p>O futuro presidente quer capitalizar para si a possível avalanche de votos que receberá e não pretende, na formação do ministério, contemplar critérios proporcionais oriundos da aliança com o PFL ou mesmo a participação privilegiada do PSDB em seu governo.</p> <p>No caso de o petista Luiz Inácio Lula da Silva conseguir levar a decisão para o segundo turno, FHC terá de renegociar apoios, que, inevitavelmente, implicarão a distribuição de cargos entre as forças que o apoiarem. A presidência FHC, versão primeiro turno, concentraria no Palácio do Planalto os cargos de maior poder: três superministros, colaboradores diretos e pessoais de FHC.</p> <p>Seus superministérios seriam os da Casa Civil, com um caráter de coordenação política ampla, a secretaria de Planejamento, que pode mudar de nome para ser Coordenadoria do Plano de Governo, e a Secretaria Geral da Presidência.</p> <p>Estariam ainda na cota pessoal do presidente os ministérios da Fazenda e da Educação.</p> <p>A árvore ministerial de hoje deverá ter vários galhos podados. O número de ministérios será reduzido dos atuais 24 (e mais três secretarias) para um total que varia entre 8 e 12.</p> <p>Os ministérios localizados fora deste círculo teriam atribuições mais operacionais, apenas de execução das determinações formuladas no Planalto. Os doze Jatenes, com os quais FHC anuncia que vai surpreender o país (referência ao ex-ministro da Saúde Adib Jatene) seriam assim personagens de grande destaque público e capacitação técnica, mas vão político limitado.</p>

O perfil do próximo ministro da Fazenda tenderia a ser o de um técnico de alto nível e atuação política discreta. Os mais cotados são Edmar Bacha e Pedro Malan, nessa ordem, respectivamente assessor especial do Ministério da Fazenda e presidente do BC.

Essa alternativa evitaria a criação de um ministro da Fazenda com força política própria, cuja remoção viesse a abalar a base política do presidente no Congresso ou cujo sucesso pudesse engendrar um adversário para o próprio FHC numa eventual candidatura à reeleição em 1998.

O secretário-geral do PSDB, Sérgio Motta, considera que a principal base desse esquema fortemente pessoal da Presidência estaria fincada no apoio dos futuros governadores, de quem FHC se considera hoje credor político e cabo eleitoral privilegiado.

O comitê eleitoral de FHC considera que a eventual vitória é em grande parte pessoal, resultado da atuação do candidato.

O Plano Real, principal fator de virada na posição do candidato nas pesquisas eleitorais, também é atribuído ao exclusivo risco pessoal de FHC.

Agora se considera que, se o Plano Real conseguir estabilizar de fato a economia e o país entrar em ritmo acelerado de crescimento, nada impede que se transforme essa Presidência "imperial" de FHC em trampolim para um segundo mandato, o que obviamente implicaria alterações constitucionais.

Aí, acredita o comando tucano ligado a FHC, se consumaria a "utopia" a que tanto se refere FHC em sua campanha.

(Clovis Rossi, Mario Vitor Santos e Valdo Cruz)

#### **Tucanos querem criar o SDB**

#### **CLÓVIS ROSSI; MARIO VITOR SANTOS; VALDO CRUZ**

#### **DOS ENVIADOS ESPECIAIS A BRASÍLIA E DA SUCURSAL DE BRASÍLIA**

Nos primeiros dias de 1995 ou, na pior das hipóteses, ao longo de um eventual governo FHC, vai nascer uma nova e, em tese, portentosa sigla partidária: SDB.

Significa Social Democracia Brasileira e poderá surgir da incorporação de fatias de várias agremiações. É claro que essa sigla depende de alteração na legislação, que, hoje, impõe o termo "partido" ao nome de cada legenda. A faceta mais espetacular da nova formação seria a incorporação a ela de segmentos do PT. O comando do PSDB anuncia que "serão feitos gestos em direção ao PT".

Aliás, parte dessa tática já está sendo posta em prática por FHC, que, nesta semana, fez mais de um elogio ao partido que é o seu principal adversário. Disse que só PT e PSDB são partidos de verdade.

Se depender do ministro da Fazenda, Ciro Gomes, essa frase ganhará forma concreta. A Folha apurou que Ciro tem defendido a tese de que a nova administração deve ter "hegemonia moral e intelectual de um eixo PSDB/PT". Ciro tem dito a seus íntimos que todos os esforços devem ser feitos para atrair o que ele chama de "PT propositivo". O restante da construção desse eventual

SDB inclui fatias do PDT e do PMDB, além do PFL e PTB, que apóiam FHC. Mas há resistências internas ao superpartido. Pimenta da Veiga, presidente nacional do PSDB, é quem oferece mais resistência.

Ciro Gomes também prefere que se mantenha o jogo atual e que a nova administração se ampare em uma coligação convencional em vez de construir um novo partido.

"Partido bom é partido velho", costuma dizer o ministro ao analisar a questão partidária.

No caso das fatias do PMDB, a dúvida é saber quem fica com o controle do partido após a derrota de Quércia. Os gaúchos Pedro Simon e Antônio Britto) acham que podem fazê-lo. Nessa hipótese, ficariam onde estão. Mas, se o quercismo ainda predominar, o comando do PSDB tem certeza de que Britto e Simon mudarão de partido, levando a fatia dita "ética" do PMDB. No caso do PDT, a liderança que se pretende incorporar chama-se Jaime Lerner, candidato ao governo paranaense. Lerner defende faz tempo a união em um só agrupamento das correntes ditas social-democratas.

No caso dos demais pedetistas, a seleção será nominal. Os nacionalistas do partido de Leonel Brizola são considerados indesejáveis. Em grande medida, a arquitetura partidária que se desenha nas pranchetas da Superquadra Norte 202 de Brasília, sede do QG "fernandista", prende-se à necessidade de se construir uma base parlamentar para o novo governo. "Social-democratizar" essa base é essencial para evitar o peso do PFL, dado que, nos cálculos mais otimistas, o PSDB só elegerá entre 70 e 80 deputados, menos do que os 100 que pode fazer o PFL.

(Clóvis Rossi, Mario Vitor Santos e Valdo Cruz).

### **OS MINISTERIÁVEIS DE FHC [Infográfico da matéria]**

Gustavo Krause - Deputado federal do PFL-PE e candidato ao governo de Pernambuco. Cotado para a área social ou para programas regionais.

Luiz Eduardo Magalhães - Deputado federal do PFL-BA. É o pefelista de maior cotação no comando da campanha. Mas parece preferir a presidência da Câmara.

Reinhold Stephanes - Deputado federal do PFL-PR. Outro nome certo. Foi ministro da Previdência no fim do governo Collor. Pode voltar ao cargo.

José Serra - Deputado federal do PSDB-SP e candidato ao Senado. Pode ser o nome para a Fazenda se esta pasta ganhar a dimensão de superministério.

Paulo Renato Souza - Citado para Educação e Planejamento, pode ser o chefe da Coordenadoria do Programa de Governo, sediada no próprio Palácio do Planalto.

Ciro Gomes - Ministro da Fazenda, pode ficar no cargo ou assumir ministério da área social. Jura que não fica e que vai estudar na Universidade de Harvard

Edmar Bacha - Assessor especial do Ministério da Fazenda, é o economista da atual equipe de maior prestígio junto a FHC. Cotado para a Fazenda

Pedro Malan - Presidente do Banco Central. Pode ficar no cargo ou passar para a Fazenda. Diz querer voltar aos Estados Unidos.

Pérsio Arida - Presidente do BNDES. Outra virtual unanimidade. Pode ficar

	<p>onde está ou ocupar outra posição relevante na área econômica.</p> <p>Clóvis Carvalho - Secretário-executivo da Fazenda. Ou fica no cargo ou será transferido para o BNDES.</p> <p>Sérgio Motta - Secretário-geral do PSDB, coordenador da campanha e o mais próximo amigo de FHC. Pode ser o secretário-geral da Presidência</p> <p>Adib Jatene - Foi ministro da Saúde do ex-presidente Fernando Collor e só não voltará ao cargo se não quiser.</p> <p>Nélson Jobim - Deputado federal do PMDB-RS, relator da frustrada revisão constitucional. Pode ir para a Justiça.</p> <p>Pimenta da Veiga - Presidente nacional do PSDB e outro dos coordenadores da campanha. É mencionado para a Casa Civil.</p> <p>Luiz Felipe Lampréia - Embaixador junto às Nações Unidas em Genebra, é o preferido dos tucanos para o Itamaraty.</p> <p>José Eduardo de Andrade Vieira - Senador (PTB-PR) e presidente nacional do partido. Membro da coordenação de campanha. Deve ir para a Agricultura.</p> <p>José Arthur Gianotti - Filósofo, professor da USP e pesquisador do Cebrap. Pode ser ministro da Cultura ou ter uma assessoria especial.</p>
--	---



## ANEXO-O QUADRO-8 N9-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	06/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 866	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Empresa dá foto de FHC junto com pagamento</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Empresa faz campanha ilegal para FHC</b></p> <p><b>GABRIELA WOLTERS</b> DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>A empresa Comissaria Aérea Brasília, que opera através de concessão pública, usou ilegalmente contracheques de seus funcionários para distribuir propaganda do candidato do PSDB à Presidência, Fernando Henrique Cardoso.</p> <p>Os empregados do turno da manhã receberam ontem seus contracheques com um pequeno rasgo na parte superior. Ao abrir os envelopes, encontraram "santinhos" de FHC.</p> <p>O artigo 377 do Código Eleitoral proíbe que qualquer firma que realiza contrato com o poder público beneficie partido ou candidato.</p> <p>A firma em questão fornece para as empresas aéreas em Brasília os alimentos servidos durante os vôos.</p> <p>A Comissaria é uma empresa privada, mas, para vender seus produtos e transitar pelo aeroporto, é obrigada, por lei, a firmar um contrato com a Infraero (Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária) –órgão subordinado ao Ministério da Aeronáutica.</p> <p>Além disso, a firma funciona em um prédio que pertence à Infraero, há cerca de 300 metros do Aeroporto Internacional de Brasília.</p> <p>O artigo 377 diz expressamente que "inclusive o respectivo prédio e suas dependências" não poderão ser utilizados para propaganda.</p> <p>Não só a propaganda é ilegal, como não surtiu o efeito esperado. "Preferia ver mais dinheiro do que propaganda de candidato", disse o auxiliar administrativo Oziel.</p> <p>O contracheque do também auxiliar administrativo Lúcio registrava um salário de R\$ 150. "Não bastava este salário, ainda sou obrigado a ver uma porcaria destas", desabafou o funcionário.</p> <p>O presidente da CUT (Central Única dos Trabalhadores) do Distrito Federal, José Zunga, disse que vai entrar hoje com uma representação no TSE (Tribunal Superior Eleitoral) contra a empresa.</p> <p>Segundo o TSE, FHC não pode ser responsabilizado pelo ato da firma, mas a Comissaria pode ser notificada.</p> <p><b>Outro lado</b></p> <p>O diretor do Departamento Financeiro da Comissaria Aérea Brasília, Eugênio</p>

	<p>de Carvalho Júnior, afirmou que a distribuição da propaganda foi "um equívoco" de um funcionário.</p> <p>"Assim que recebemos reclamações dos empregados, interrompemos a distribuição", disse o diretor. Ele se negou a revelar o nome do empregado. O diretor, no entanto, admitiu que a idéia inicial era colocar os "santinhos" de FHC ao lado do guichê de pagamento da empresa.</p> <p>"Quem quisesse, pegaria, ficando mais à vontade do que ver a propaganda nos contracheques", alegou Carvalho Júnior.</p> <p>Se a empresa assim procedesse, também estaria incorrendo numa ilegalidade.</p>
--	---

## ANEXO-P QUADRO-8 N10-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	27/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 887	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Procuradoria quer apurar ajuda à FHC</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Aristides pede inquérito para apurar uso da máquina; FHC deverá depor</b></p> <p><b>GUTEMBERG DE SOUZA</b> DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>O procurador-geral da República, Aristides Junqueira, pediu ontem a abertura de investigação judicial sobre o uso da máquina do governo Itamar Franco em favor da candidatura do tucano Fernando Henrique Cardoso.</p> <p>Junqueira quer que sejam convocados para depor os ministros Alexis Stepanenko (Minas e Energia) e Aluizio Alves (Integração Regional), o próprio Fernando Henrique e seu vice, Marco Maciel. O pedido deve ser acatado pelo corregedor-geral-eleitoral, Flaquer Scartezzini, que funciona como fiscal das eleições.</p> <p>Na quarta-feira, Scartezzini já havia notificado os dois ministros de Itamar para que se explicassem, por escrito. Segundo o vice-procurador Antônio Fernando Barros, o "elemento concreto" para a abertura da investigação foi dado pelas reportagens da Folha sobre os bilhetes de Stepanenko vinculando obras do governo à eleição.</p> <p>Em um dos bilhetes, Stepanenko dizia a um assessor que a hidrelétrica de Xingó deveria ser inaugurada antes das eleições.</p> <p>Junqueira também pediu a Scartezzini que requirite à Folha os bilhetes publicados e que tome o depoimento, como testemunhas, das jornalistas Sônia Mossri e Márcia Marques, autoras das reportagens.</p> <p>Outras testemunhas arroladas são o secretário-executivo e o chefe de gabinete do Ministério das Minas e Energia, respectivamente Delcídio Gomes e Heitor Chagas de Oliveira, e o jornalista Vanildo Mendes, do jornal "O Estado de S.Paulo".</p> <p>O ministro Aluizio Alves é citado por ter dado declarações admitindo que o projeto de transposição das águas do rio São Francisco renderia dividendos eleitorais.</p> <p>O pedido de investigação está baseado no artigo 22 da lei complementar 64/90 (Lei das Inelegibilidades), que trata do abuso do poder econômico e do poder de autoridade nas eleições.</p> <p>Pela lei, se comprovado o abuso, o candidato beneficiado perde o registro e tanto ele como as autoridades responsáveis ficam inelegíveis por três anos.</p> <p>A representação de Junqueira cita ainda o artigo 346 do Código Eleitoral, que prevê detenção de até seis meses e multa para quem usar serviços</p>

	<p>públicos com objetivos partidários.</p> <p><b>Os ministros</b></p> <p>Ontem, Stepanenko e Alves negaram o uso da máquina do governo em favor de FHC. O Ministro de Minas e Energia disse em Recife que está sendo "patrulado pela esquerda". Em Manaus, seu colega da Integração Regional afirmou que, quando os projetos do governo são bons, dão resultado nas urnas e, nesse sentido, são mesmo "eleitóreiros". Stepanenko negou que os bilhetes, obtidos pela Folha, tenham conteúdo político ou eleitoreiro. Disse que "se fajutam coisas, se atribuem coisas".</p> <p>Segundo ele, "isso é o desespero". Alves negou o caráter eleitoreiro do projeto de transposição das águas do rio São Francisco. "Se fosse para ajudar o candidato do PSDB, o presidente mandaria fazer uma obra por um ministério que apoiasse o seu candidato (FHC)". O ministro, que é do PMDB declarou que apoia o presidenciável do seu partido, Orestes Quécia.</p>
--	---

## ANEXO-Q QUADRO-8 N11-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	03/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 894	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Ricupero admite esconder inflação</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Ricupero diz ajudar FHC, esconder inflação e confessa não ter escrúpulo</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL E DA AGÊNCIA FOLHA</p> <p>O ministro da Fazenda, Rubens Ricupero, disse não ter escrúpulos de esconder o índice da inflação quando a taxa é desfavorável ao governo. "Eu não tenho escrúpulos. O que é bom a gente fatura; o que é ruim, esconde", disse ele a respeito do IPC-r, o índice que reajusta os salários. A declaração do ministro foi feita durante uma conversa reservada com o repórter Carlos Monforte, da Rede Globo, em Brasília.</p> <p>A conversa ocorreu por volta das 20h30 de anteontem. Monforte e Ricupero aguardavam o horário de gravar uma entrevista.</p> <p>A conversa foi captada por telespectadores que utilizam antenas parabólicas. A Folha obteve duas fitas gravadas com o diálogo. Uma fita veio de Curitiba (PR) e outra de São Paulo (SP).</p> <p>O ministro também revelou estar utilizando a TV Globo para fazer campanha a favor do candidato a presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB). "Para a Rede Globo foi um achado", disse o ministro. "Em vez de terem que dar apoio ostensivo a ele (FHC), botam a mim no ar e ninguém pode dizer nada."</p> <p>Ricupero deu entrevistas para o "Jornal Nacional" e "Jornal da Globo" anteontem. Disse que estaria "disponível" para aparecer em outros programas.</p> <p><b>'Fantástico'</b></p> <p>"Se quiser, nesse fim-de-semana podia ver o negócio do 'Fantástico'. Posso gravar também, se quiser alguma coisa eu estou à disposição", disse Ricupero. O ministro foi indagado se ficaria no cargo num eventual governo de FHC.</p> <p>Disse não se preocupar com a questão. Quando perguntado se gostaria de ser o embaixador do país em Roma, na Itália, disse:</p> <p>"Para mim seria melhor, porque assim eu descanso e tal."</p> <p>Mas Ricupero acredita que, numa eventual vitória tucana, FHC teria dificuldade em não convidá-lo para o próximo ministério. "O problema vai ser ele explicar não me convidar", disse.</p> <p>Ao comentar a alta do IPC-r – que foi de 11,87% em dois meses do Plano Real–, o ministro disse que o IBGE "é um covil do PT". O IBGE é o instituto que calcula o IPC-r para o governo.</p> <p>Ricupero disse que vai tentar conter a alta de preços com "uma pancada". A "pancada" seria a liberação de importação para "tudo quanto é bem de consumo".</p>

	<p>Para explicar a sua estratégia, o ministro criticou os empresários brasileiros: "Porque é o único jeito que você tem de garantir que não vai faltar produto (...) Porque 'tá jogando aí com bandidos (...) É tudo bandido." Sobre suas críticas recentes ao PSDB, Ricupero disse que elas ocorreram por causa das declarações do diretor de Assuntos Internacionais do Banco Central, o economista Gustavo Franco.</p> <p>"Para mostrar absoluta isenção, eu dou um cacete nele (...). O problema é que meus assessores são todos do PSDB", disse.</p> <p>Essa foi a segunda vez que uma conversa privada de bastidores da Rede Globo foi captada por usuários de antenas parabólicas.</p> <p>A primeira vez ocorreu durante a Copa do Mundo, quando o locutor Galvão Bueno fez críticas ao ex-jogador (hoje comentarista esportivo) Pelé.</p> <p>Anteontem, depois das declarações do ministro terem sido captadas por usuários de antenas parabólicas, a apresentadora Lilian Witte Fibe, da TV Globo, disse que a emissora "não apóia nenhuma candidatura".</p>
--	---

## ANEXO-R QUADRO-8 N12-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	04/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 895	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lixo de FHC revela seus financiadores</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lixo do comitê de FHC revela doadores</b></p> <p><b>DENISE MADUENO</b></p> <p>DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>A relação de empresas que doaram dinheiro para a campanha de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) inclui a empreiteira Andrade Gutierrez, o Grupo Pão de Açúcar, seis bancos, entre eles o Real e o Nacional, a seguradora Bradesco e a financeira BBA-Investimento.</p> <p>A lista foi obtida pela Folha no lixo do comitê de campanha do candidato tucano. O documento estava rasgado e queimado. Mas foi possível resgatar parcialmente os trechos em que estão anotados os nomes dos doadores. A legislação eleitoral permite que os candidatos mantenham em sigilo os nomes dos financiadores de suas campanhas.</p> <p>Apenas nos casos em que há suspeita de irregularidade o TSE (Tribunal Superior Eleitoral) pode requisitar e divulgar as prestações de contas. Há na relação empresas da área de comércio exterior, de papel e celulose, de cimento, de engenharia, de transporte e até a Hidrobrasileira, firma de Sérgio Motta, secretário-geral do PSDB e coordenador de despesas do comitê de Fernando Henrique.</p> <p>A Hidrobrasileira aparece duas vezes nos papéis. A empreiteira Andrade Gutierrez, que na eleição de 1989 havia feito doações para a campanha de Fernando Collor de Mello, também teve duas citações na lista do comitê tucano.</p> <p>Outra empresa que contribuiu com a campanha de Fernando Collor e agora surge na lista de doadores de Fernando Henrique é a Cia. de Cimento Portland Rio Branco.</p> <p>O documento obtido pela Folha traz o código que indica "doações em dinheiro". Adiante do número, surge a palavra "doador". A seguir, aparece o nome da empresa.</p> <p>Nos fragmentos de lista recuperados pela Folha, há 25 empresas. Duas "tradings" (empresas que atuam na área de comércio exterior) estão na lista: BBA e BBM. Quatro indústrias de papel também aparecem entre os doadores. Os valores das eventuais doações não aparecem na lista com os nomes.</p> <p>Junto com a lista de doadores, a Folha encontrou ainda o número do CGC (Cadastro Geral do Contribuinte) e endereço de alguns bancos como o Bradesco, Real e Bradesco Seguros.</p> <p>Os nomes dos doadores foram incluídos no documento onde se lê: "Eleições 1994 - Comitê FHC - Plano de Contas". No documento é feita a descrição das contas. "Ativo, disponível, adiantamento, contas a pagar,</p>

	<p>contas a receber, fornecedores, contratos em execução e estoque de bônus."</p> <p>Uma lista traz as despesas da campanha.</p> <p>Na relação estão: aluguel de aeronaves, aluguel de imóveis, telefone, propaganda, assinatura de revistas, cachês e "panfletagem". Os valores foram consumidos pelo fogo.</p> <p>No item "pronto pagamento" estão relacionados, por exemplo, as despesas com combustível, brindes, placas e letreiros, material de limpeza e gêneros alimentícios.</p> <p>Na relação dos "serviços de terceiros" aparecem as despesas com passagens e deslocamento, alimentação e hospedagem e transporte de material.</p>
--	---



## ANEXO-S QUADRO-8 N13-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	05/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 896	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Novo ministro diz que não vai favorecer FHC</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>‘Irei onde Lula quiser para expor meus planos’</b></p> <p><b>GILBERTO DIMENSTEIN; SÔNIA MOSSRI</b></p> <p>DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>O novo ministro da Fazenda, Ciro Gomes, disse que será "ministro do Brasil". O governador do Ceará licenciou-se do PSDB e está disposto a discutir o Plano Real com Lula.</p> <p>A seguir, os principais trechos da entrevista de Ciro Gomes à Folha, por telefone:</p> <p>Folha - O sr. não teme também ser acusado de usar o Plano Real em favor da candidatura de FHC?</p> <p>Ciro Gomes – Vou ser ministro da Fazenda do Brasil. Sei que vou ser vítima de acusações eleitoreiras, mas estou pronto para respondê-las, mostrando a isenção de nosso trabalho. Além disso, estou pedindo hoje (ontem) licença ao partido.</p> <p>Folha – O sr. espera o apoio de outros partidos na condução do Plano Real?</p> <p>Ciro – O combate à inflação depende da colaboração de todo país, incluindo os partidos políticos. Quero contar com a colaboração do PT que, tenho certeza, está preocupado com o país tanto quanto eu. A hora que Lula quiser, como qualquer outro dirigente partidário, basta me telefonar e irei onde ele quiser para expor os planos do ministério.</p> <p>Folha - Como o senhor vai lidar com este tipo de acusação de uso eleitoral do Estado?</p> <p>Ciro - O governo precisa demonstrar para a população que não há envolvimento na máquina por duas razões básicas: o presidente Itamar Franco não admite e o senador Fernando Henrique não aceita este tipo de comportamento e nem parece necessitar. Nós precisamos vigiar para que um ou outro mais açodado, dentro da estrutura do governo, não cometa a incoerência de fazer isto.</p> <p>Folha - O senhor acha que deve ficar na Fazenda num eventual governo FHC?</p> <p>Ciro - A minha missão é em nome deste valor, que é a preservação do plano econômico, é até o dia 31 de dezembro, com o presidente Itamar Franco.</p> <p>Folha – O sr. pretende fazer algum ajuste no plano?</p>

	<p>Ciro – Nada será alterado.</p> <p>Folha - Um dos atuais problemas que o Plano Real vem enfrentando é o aumento de consumo. O sr. pretende adotar alguma medida nesta área?</p> <p>Ciro - Estou atento à questão do aumento do consumo. Vou me inteirar das medidas em estudo para saber se e quando devemos aplicá-las. Por enquanto, não vejo nada de alarmante.</p> <p>Folha - A sobrevalorização do real não preocupa o senhor?</p> <p>Ciro - Eu não quero e não vou falar sobre câmbio e juros. Tenho minhas opiniões pessoais, mas agora não serão mais possíveis de serem expostas. A minha opinião agora é do governo.</p> <p>Folha- O sr. conversou com alguém da equipe econômica?</p> <p>Ciro - Não.</p> <p>Folha - O sr. é tido como uma pessoa de temperamento explosivo. O sr. não acha que pode ter problemas com a equipe?</p> <p>Ciro - Não creio. O que algumas pessoas chamam de temperamento explosivo é o hábito da franqueza. Acho que as pessoas devem pensar e dizer a mesma coisa. É claro que numa posição como esta, eu devo dizer muito menos do que eu penso. Tenho grande identidade com toda equipe. Sou amigo de todos eles.</p>
--	--

## ANEXO-T QUADRO-8 N14-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	09/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 900	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Governo cearense pagou viagem tucana</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Ciro pagou viagens de tucanos à convenção com dinheiro público XICO SÁ; PAULO MOTA</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>PAULO MOTA</p> <p>O governo do Ceará bancou despesas com passagens para militantes e assessores do PSDB que participaram da convenção que escolheu Fernando Henrique Cardoso candidato do partido à Presidência. O atual ministro da Fazenda, Ciro Gomes, governava o Estado. A convenção foi realizada em maio deste ano, em Contagem, região metropolitana de Belo Horizonte.</p> <p>Documentos e cópias de cheques obtidos pela Folha revelam que as despesas foram pagas pela Secretaria de Governo.</p> <p>Os custos, de acordo com os documentos, foram de CR\$ 12,2 milhões (correspondentes a R\$ 6,7 mil). Esse valor foi pago conforme os recibos da agência Petrelli Turismo LTDA, em duas vezes. Uma no dia 24 de maio (CR\$ 9.264.775,75) e a outra no dia 15 de junho (CR\$ 3.030.084,00).</p> <p>A legislação eleitoral proíbe o uso de recursos ou qualquer ajuda do governo a campanhas eleitorais.</p> <p>Os recibos da Petrelli em nome da Secretaria de Governo mostram que a administração pública bancou passagens aéreas para pelo menos 15 pessoas que viajaram para Belo Horizonte.</p> <p>Além das passagens aéreas, o governo pagou também um ônibus, alugado pela agência, para o transporte de militantes tucanos.</p> <p>Entre os passageiros de avião, sempre conforme os recibos, estavam três secretários estaduais: Marfisa Aguiar (Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente), Ana Lurdes Nogueira Almeida (Administração) e Fernando Ximenes (secretário de Governo na época).</p> <p>Segundo apurou a Agência Folha, os outros passageiros eram militantes tucanos, funcionários do governo e jornalistas.</p> <p>Anteontem à noite, no programa do horário eleitoral gratuito, a candidata do PSTU ao governo do Ceará, Rosa Fonseca, acusou o governo Ciro Gomes de favorecer a candidatura de FHC com o pagamento de despesas das viagens.</p> <p>"O contribuinte cearense bancou parte das despesas da convenção do PSDB", disse Rosa.</p> <p>Os cheques que pagaram as despesas com a convenção foram assinados por Alfredo da Silveira Fortuna (ex-chefe de gabinete da Secretaria de</p>

	<p>Governo e atual secretário de Governo) e por Francisco Augusto de Souza, funcionário responsável pelo setor financeiro da Secretaria.</p> <p><b>OUTRO LADO</b></p> <p><b>Secretário se exime</b></p> <p>DA AGÊNCIA FOLHA, EM FORTALEZA</p> <p>O secretário de Governo do Ceará, Francisco Alfredo da Silveira Fortuna, disse ontem que os documentos são de responsabilidade da "contabilidade interna" da agência Petrelli.</p> <p>Fortuna afirmou que o governo não pagou despesas relativas a passagens para a convenção do PSDB.</p> <p>O secretário de Governo reconhece disse que os cheques apresentados pela Folha foram emitidos para pagar despesas da Secretaria junto à agência.</p> <p>A Petrelli informou, através do seu advogado Edson Guimarães, que a agência vai contratar uma auditoria para verificar o caso.</p> <p>O assessor do Ministério da Fazenda Arnolfo Carvalho disse que levaria o assunto a Ciro Gomes. Até 20h30, não houve retorno.</p>
--	---

## ANEXO-U QUADRO-8 N15-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	19/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 910	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Fernando Henrique sai em defesa de Maciel</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC defende Maciel, suspeito de ter sido eleito com o dinheiro de PC</b></p> <p>DO ENVIADO A RECIFE E PALMARES E DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>Fernando Henrique Cardoso, presidenciável do PSDB, saiu anteontem em defesa de seu vice, Marco Maciel (PFL-PE), suspeito de receber dinheiro do empresário PC Farias para sua campanha ao Senado em 1990.</p> <p>FHC disse, em Recife, não aceitar a hipótese de afastar Maciel da campanha, em razão da revelação do caso. "Eu jogo a minha eleição nisso. Para mim é uma questão ética o Marco ficar até o fim".</p> <p>O tucano havia acabado de saber de reportagem da revista "Veja", segundo a qual a eleição de seu vice teria contado com a apoio financeiro do esquema PC.</p> <p>"Trata-se de uma armação, uma montagem", disse FHC. "Marco Maciel é um homem de bem, de reputação ilibada. Querem abalar a minha candidatura abalando o vice. Pois bem, não tem mais esse perigo. Ninguém vai abalar a candidatura Maciel", afirmou.</p> <p>Na noite de sábado, o vice negou "categoricamente qualquer envolvimento com o senhor PC". Mas, ontem em Palmares (PE), disse que sua campanha e a do atual governador de Pernambuco, Joaquim Francisco (PFL), eram sujeitas a uma administração centralizada.</p> <p>Conforme a Folha revelou no final de 1992, PC Farias admitiu ter repassado recursos para a campanha de Joaquim Francisco. O nome de Maciel, integrante da chapa do PFL, não foi mencionado à época.</p> <p>Agora, a Polícia Federal achou um cheque de uma conta fantasma de PC para outra conta fantasma, que supostamente abastecia o comitê de Joaquim Francisco.</p> <p>"Havia um comitê central que administrava toda a campanha. Do governador aos deputados federais e estaduais. Os candidatos naturalmente tinham seus próprios comitês. Mas quero dizer que nossas contas foram prestadas à justiça eleitoral e tudo de acordo com a lei", disse Maciel.</p> <p>O vice de FHC lembrou que rompeu com o governo de Fernando Collor de Mello durante a CPI que apurou as denúncias contra PC Farias. "E se eu tivesse algum envolvimento já naquela época eles teriam dito", afirmou.</p> <p>O senador do PFL disse que pretende "tomar as medidas judiciais cabíveis" a respeito da divulgação do caso.</p> <p>A revelação da suposta colaboração do esquema PC a Maciel foi feita pelo ex-diretor do Detran em Pernambuco Fábio Catão, que se diz testemunha da operação.</p>

	<p>Catão, que namorou a filha do vice de FHC, procurou o PT de Recife, em 9 de agosto, para relatar as supostas ligações de Maciel com os “fantasmas” de PC.</p> <p>A conta que alimentou a campanha pefelista, segundo Humberto Costa, deputado estadual do PT-PE, foi aberta em nome dos "fantasmas" Carlos Souto e Ana Maria Terra Souto, na agência Boa Viagem do Banco Itaú, em Recife, ainda em 89. O objetivo, na época, seria movimentar dinheiro arrecadado para a campanha de Collor.</p> <p>As informações do petista são baseadas no depoimento do ex-namorado da filha de Maciel. Catão está desaparecido desde a última terça-feira. Sua família desconhece seu paradeiro.</p> <p>Ao comentar o caso, Maciel chamou Catão de "um desclassificado que infelizmente namorou minha filha e tentou roubá-la".</p> <p>Joaquim Francisco também negou ter tido ajuda de PC. "Não sei nada de contas fantasmas, nunca recebi dinheiro de PC Farias."</p> <p>Ontem, na propaganda da TV, o PT explorou a suposta vinculação de Maciel a PC e prometeu apresentar novas informações hoje.</p>
--	--

## ANEXO-V QUADRO-8 N16-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	20/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 911	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Bilhetes derrubam Stepanenko</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Uso da máquina em favor de FHC provoca demissão de Stepanenko</b></p> <p>DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>As denúncias de uso do Ministério das Minas e Energia em apoio à candidatura à Presidência do tucano Fernando Henrique Cardoso, publicadas pela Folha, derrubaram ontem o ministro Alexis Stepanenko.</p> <p>Ele entregou ao presidente Itamar Franco a sua carta de demissão em "caráter irrevogável".</p> <p>O documento foi divulgado depois de uma reunião de uma hora entre os dois, no Palácio do Planalto.</p> <p>Itamar divulgou também uma carta na qual diz que o gesto de Stepanenko é "uma prova do elevado espírito público e da solidariedade política".</p> <p>O presidente disse ainda que exonerava o ministro, seu amigo pessoal, "com sentimento de pesar".</p> <p>O secretário-executivo do Ministério, Delcídio Gomes, vai substituí-lo interinamente segundo informou a assessoria de imprensa do Planalto.</p> <p>Stepanenko entregou pessoalmente a carta de demissão na qual disse dispensar-se de apresentar explicações por escrito do seu gesto.</p> <p>O presidente também recebeu do ministro o relatório de sua viagem de duas semanas à China e ao Japão como representante do governo brasileiro .</p> <p><b>Amigo e líder</b></p> <p>O ex-ministro disse que sempre procurou "servir ao amigo e líder político", referindo-se a Itamar. Ele afirmou ainda que o presidente conhecia sua "amizade e lealdade".</p> <p>A Folha publicou bilhetes que Stepanenko enviou a seus subordinados propondo que a inauguração de obras tocadas por seu ministério fosse antecipada para antes da eleição. Entre as obras, estava a Usina Hidrelétrica de Xingó.</p> <p>O ex-ministro mandou também um bilhete ao ministro Beni Veras (Planejamento) em que pedia apoio para a obra de energia elétrica em Sinop (MT), apontada no documento como "de interesse do presidente, de FHC e meu".</p> <p>Duas semanas antes, o candidato tucano havia prometido energia elétrica para aquele município de Mato Grosso, durante visita de campanha. Enquanto estava na China, também foi divulgado um fax enviado por Stepanenko a Itamar sugerindo a participação do presidente e de FHC na</p>

	<p>inauguração de um porto em Sergipe.</p> <p>O próprio presidente confirmou a veracidade do documento e informou que a proposta não fora aceita.</p> <p>Os bilhetes irritaram o presidente Itamar em razão das acusações que geraram de que o governo estava usando a máquina administrativa em favor do candidato tucano à Presidência da República.</p>
--	--



## ANEXO-W QUADRO-8 N17-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	22/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 913	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Ciro terá que explicar acusação de ajudar FHC</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>TSE notifica Ciro Gomes, FHC e Tasso por desvio de dinheiro</b></p> <p>DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>O ministro da Fazenda, Ciro Gomes, foi notificado pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral) para que se defenda da acusação de desvio de dinheiro público em favor da campanha de Fernando Henrique Cardoso (PSDB).</p> <p>O corregedor-geral eleitoral, Flaquer Scartezzini, determinou também a notificação do próprio FHC e do candidato do PSDB ao governo do Ceará, Tasso Jereissati. Eles têm cinco dias para entregar a defesa.</p> <p>Ciro Gomes é acusado de haver patrocinado com dinheiro do Estado, quando ainda governador do Ceará, a viagem de uma comitiva do PSDB à convenção que lançou a candidatura de FHC, em Contagem (MG). A Folha revelou o caso na edição de 9 de setembro.</p> <p>A acusação foi feita ao TSE por Rosa Maria da Fonseca e Maria Luíza Fontenele, candidatas a governadora e a senadora pela coligação Frente de Esquerda Oposição pra Valer, que reúne o PSTU e o PCB no Ceará.</p> <p>A convenção de Contagem foi em maio. O governo do Ceará teria arcado com 18 passagens aéreas e 32 terrestres para que auxiliares de Ciro Gomes e outros militantes tucanos participassem do encontro.</p> <p>As duas Candidatas acusam ainda o governo de Ciro de alimentar um "caixa dois" através da empresa Petrelli Turismo Ltda.</p> <p>O governador do Ceará bancou despesas com passagens aéreas para militantes tucano e assessores do PSDB que participaram da convenção que escolheu Fernando Henrique Cardoso candidato do partido à Presidência. O atual ministro da Fazenda, era governador do Estado.</p> <p>A convenção aconteceu em 14 de maio deste ano, em Contagem, Minas Gerais.</p> <p>A Secretaria de Governo gastou CR\$ 12,2 milhões (correspondentes a R\$ 6,7 mil), pagos à agência Petrelli Turismo, em duas vezes.</p>

## ANEXO-X QUADRO-8 N18-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	01/10/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 922	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>TSE condena panfleto pró-FHC</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>TSE condena distribuição de cédula falsa pró-FHC que prejudica Lula</b></p> <p>DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>O presidente do TSE (Tribunal Superior Eleitoral), ministro Sepúlveda Pertence, considerou "jogo baixo" a distribuição de cédulas como modelo de votação em que o candidato Luiz Inácio Lula da Silva (PT) aparece em terceiro lugar.</p> <p>O TSE pediu à PF (Polícia Federal) que recolha as cédulas em todos os Estados em que foram distribuídas e deve notificar hoje mesmo a coligação que apóia FHC para interromper a distribuição.</p> <p>As cédulas com a ordem dos candidatos adulterada foram distribuídas nos Estados do Ceará, Bahia, Santa Catarina, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Distrito Federal. Todas elas ensinavam o eleitor a votar em FHC para presidente.</p> <p>Na cédula oficial a ser usada nas eleições, Lula ocupa o quarto lugar. Apenas Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e Orestes Quércia (PMDB), respectivamente o primeiro e o segundo, tiveram sua posição mantida na cédula errada.</p> <p>"O eleitor menos informado não pode ser desrespeitado com manobras publicitárias dessa categoria. É lamentável que isso tenha vindo enfeiar o fim da campanha", afirmou Pertence.</p> <p>O procurador-geral eleitoral, Aristides Junqueira, também condenou a distribuição das cédulas adulteradas. "É propaganda antiética, não tenho dúvida nenhuma", disse.</p> <p>Ele afirmou que não há tempo para esclarecer o caso antes da eleição, mas o episódio "pode ser alvo de uma futura ação de impugnação de mandato".</p> <p>O TSE vai usar seu espaço em rádio e televisão para esclarecer o eleitorado sobre a ordem correta dos candidatos na cédulas.</p> <p>Em Santos (SP), ontem, o presidente do PSDB, Pimenta da Veiga, afirmou que o partido "não tem nada a ver com isso".</p>

## ANEXO-Y QUADRO-8 N19-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	14/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 874	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC e Lula vão para o centro</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC quer fugir dos neoliberais; Lula procura escapar dos xiitas</b></p> <p><b>OTAVIO FRIAS FILHO</b> Diretor de Redação</p> <p><b>MATINAS SUZUKI JR.</b></p> <p><b>OTAVIO FRIAS FILHO ; MATINAS SUZUKI JR. ; CLÓVIS ROSSI</b></p> <p>EDITOR-EXECUTIVO CLÓVIS ROSSI</p> <p>Apenas um "check-up" parece diferenciar os dois candidatos favoritos à sucessão presidencial.</p> <p>O candidato do PSDB, Fernando Henrique Cardoso diz que fez um recentemente. O candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, diz que não fez. Mas ambos garantem que estão com a saúde ótima.</p> <p>A Folha falou na semana passada com os dois candidatos no momento em que eles lideravam as pesquisas. Na terça, em São Paulo, com um Lula ainda à frente do ex-ministro da Fazenda. Na quinta, em Brasília, com FHC, quando os números do dia indicavam que ele tinha virado o placar das pesquisas eleitorais.</p> <p>Os dois dizem que dormem cinco horas por dia e não tomam nenhum medicamento especial. Os dois também convergem na primeira medida a ser tomada, caso eleitos: negociar com o país e com o Congresso uma reforma fiscal.</p> <p>FHC foge da direita e do neo-liberalismo. Lula da esquerda e dos xiitas. Trombam no centro. Os dois coincidem até na surrada fitinha baiana branca dos três desejos amarradas no pulso direito.</p>

## ANEXO-Z QUADRO-8 N20-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	17/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 877	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT) se abraçam antes do debate entre candidatos a presidente ontem à noite na TV Bandeirantes</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Planalto e PFL pressionam, FHC recua de novo e participa de debate</b></p> <p><b>EMANUEL NERI</b></p> <p><b>EMANUEL NERI; GABRIELA WOLTERS; AMÉRICO MARTINS</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>Menos de 20 horas após desistir de participar do debate da Rede Bandeirantes, o presidenciável Fernando Henrique Cardoso (PSDB) recuou de novo e decidiu participar.</p> <p>A desistência de FHC causou um princípio de crise no comando da campanha. O empresário Sérgio Motta e o ex-deputado Pimenta da Veiga eram contra a ida ao debate.</p> <p>O presidente Itamar Franco, o ministro Henrique Hargreaves (Casa Civil), além dos deputados Luís Eduardo Magalhães (PFL-BA) e Gustavo Krause (PFL-PE) eram favoráveis. Itamar, Hargreaves e Krause chegaram a telefonar ontem para o candidato. Ele estava na produtora Diana, que grava seus programas.</p> <p>Assessores de FHC também discordaram da decisão. Geraldo Walter, coordenador de marketing da campanha, temia desgastes na imagem do candidato.</p> <p>No PFL e em setores do PSDB, a decisão também foi apontada como equivocada. Para quem era favorável à ida de FHC ao debate, o candidato não pode seguir o exemplo de Fernando Collor e Jânio Quadros. Collor se ausentou desse tipo de programa no primeiro turno da eleição de 1989.</p> <p>Jânio não foi aos debates em 1985, quando disputou com o próprio FHC a Prefeitura de São Paulo. FHC, que concorria pelo PMDB, foi derrotado.</p> <p>Foram realizadas várias reuniões. Os telefonemas pressionando FHC a ir começaram logo cedo.</p> <p>O primeiro a telefonar foi Gustavo Krause, candidato do PFL ao governo pernambucano. Depois, telefonou o ministro Hargreaves. Era Itamar quem queria falar com FHC. O deputado José Serra (PSDB-SP) também telefonou. Por uma falha da central de telefonia da produtora, os telefonemas eram transferidos para a sala da imprensa, em que ficam os repórteres que acompanham FHC.</p> <p>Os jornalistas ficavam sabendo das reações à desistência de FHC antes mesmo do candidato.</p> <p>Às 17h40, FHC deixou a produtora com ar contrariado: "Vou tomar um banho lá em casa, vou descansar, não sei".</p>

	<p>Para seus assessores, pesou na decisão de ir ao debate o medo que FHC tem de ser identificado como indeciso – um estigma que acompanhava seu partido.</p> <p><b>Lula</b></p> <p>O candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, passou a manhã de ontem na produtora onde grava os seus programas de TV para o horário eleitoral gratuito, na Vila Olímpia, em São Paulo.</p> <p>À tarde, o candidato ficou em casa. O único coordenador de sua campanha presente na produtora foi José Graziano da Silva.</p> <p>Ele tem municiado Lula com um verdadeiro banco de informações sobre o país.</p>
--	--

## ANEXO-AA QUADRO-8 N21-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	18/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 878	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Pesquisa diz que FHC teve melhor atuação</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC foi o destaque dos Bandeirantes, segundo os paulistanos</b></p> <p><b>FERNANDA GODOY</b></p> <p>DA REDAÇÃO</p> <p>Na opinião dos eleitores de São Paulo, Fernando Henrique Cardoso foi o candidato com melhor desempenho no debate realizado pela rede de TV Bandeirantes anteontem à noite.</p> <p>A performance do ex-ministro da Fazenda foi considerada ótima por 24% e boa por 46% dos 365 moradores de São Paulo ouvidos pelo Datafolha. O instituto abordou 2.278 pessoas, mas só 16% tinham visto o debate e, logicamente, só esses puderam opinar.</p> <p>Lula foi "ótimo" para 14% dos entrevistados; "bom", segundo 32%. Seu índice de "péssimo" ficou em 13%.</p> <p>Entre os pesquisados, 46% disseram que pretendem votar em FHC; 26%, em Lula; 7%, em Enéas; 6%, em Quércia; 2%, em Amin e só 1% em Brizola ou no almirante Fortuna.</p> <p>Os dados da pesquisa são interessantes porque mostram que o eleitor vê os debates entre candidatos com olhos de torcedor, longe da isenção. Lula foi julgado "ótimo" por 45% dos eleitores do PT e ganhou outros 45% de "bom". Entre quem vai votar em FHC, no entanto, os índices do candidato petista despencam para 2% e 24%, respectivamente.</p> <p>Entre os eleitores declarados de FHC, 91% escolheram os adjetivos "ótimo" ou "bom" para qualificar o desempenho do tucano. Entre os que ainda não se decidiram por nenhum candidato, a combinação desses índices cai para 47%. Brizola foi o melhor na noite de terça, segundo especialistas e até segundo seus próprios adversários na disputa, mas só 24% dos entrevistados em São Paulo acharam que ele esteve "ótimo" ou bem. No julgamento dos paulistanos, o ex-governador do Rio perdeu até para Enéas, que passou praticamente o tempo todo calado.</p> <p>Esperidião Amin esteve atento, pediu muitos apertes e foi recompensado: ficou em terceiro, segundo o Datafolha. Chegou a 30% entre "ótimo" e "bom". Amin agradou mais aos eleitores de FHC do que aos de Lula, como era de se esperar.</p> <p>Quércia disputou a lanterna com o almirante Fortuna. O ex-governador de São Paulo só foi bem ou muito bem no debate para 20% dos eleitores.</p>

## ANEXO-AB QUADRO-8 N22-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	20/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 880	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC estuda formar nova pasta militar</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC já escolheu general para a Defesa</b></p> <p><b>VALDO CRUZ; SÔNIA MOSSRI</b></p> <p>DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>O candidato da aliança PSDB-PFL-PTB, Fernando Henrique Cardoso, estuda a criação do Ministério da Defesa. Já existe um candidato para o cargo: o general-de-exército Benedito Onofre Bezerra Leonel.</p> <p>Atual chefe do Estado-Maior do Exército, Leonel é considerado o militar mais próximo de FHC. Caso o Ministério da Defesa não passe de estudos, Leonel deve ocupar o Ministério do Exército num eventual governo tucano.</p> <p>A idéia da criação do Ministério da Defesa está ligada a uma reforma do Estado. O objetivo não é apenas reduzir o número de ministérios, mas também redefinir o papel do Estado e suas atribuições.</p> <p>Os assessores de FHC procuram destacar que a montagem de um futuro ministério ainda não está sendo discutida porque temem o clima do "já ganhou". Apesar de evitarem discutir ministérios, os assessores diretos de FHC não negam que mais dois nomes são apontados como fortes candidatos a integrar um eventual governo FHC.</p> <p>Paulo Renato de Souza, coordenador do programa de governo do candidato tucano, é sempre lembrado como um bom nome para o Ministério da Educação.</p> <p>O economista Edmar Bacha é citado como um forte candidato a ocupar o Ministério da Fazenda.</p> <p>Apesar de FHC já ter dito que poderia manter o atual ministro, Rubens Ricupero, o seu destino mais certo é a presidência da futura OMC (Organização Mundial de Comércio).</p> <p>O novo órgão vai substituir o Gatt (Acordo Geral de Tarifas e Comércio).</p> <p><b>Cem dias</b></p> <p>FHC determinou à sua equipe a elaboração de uma reforma constitucional que quer aprovada nos primeiros cem dias de governo.</p> <p>Os pontos básicos serão as reformas tributária e previdenciária. Essas mudanças na Constituição são encaradas como fundamentais para a consolidação do Plano Real.</p> <p>Para obter os três quintos dos votos necessários para aprovar a reforma no Congresso, FHC pretende conseguir adesões junto ao PMDB, PDT, PSB e até PT.</p>

	<p>Na presença de produtores rurais, FHC disse, pela primeira vez, que está certo da vitória: "Se eu for eleito, e eu serei eleito, nós seremos eleitos".</p> <p>Colaborou LUCIO VAZ, enviado especial a Maringá (PR)</p>
--	---



## ANEXO-AC QUADRO-8 N23-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	29/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 889	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Campanha Tucana quer anular efeito da inflação</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC teme alto dos preços e quer desqualificar taxa oficial de inflação</b></p> <p><b>FERNANDO RODRIGUES</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>O comando da campanha de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) pretende desqualificar a alta de preços apontada pelo índice oficial de inflação, o IPC-R.</p> <p>A estratégia será usar outros índices, que apresentem resultados melhores para o candidato. A inflação medida pelo IPC-R deve ficar entre 5% e 6% este mês.</p> <p>A equipe de TV de FHC foi instruída a usar, quando for caso, apenas o índice IPC-Fipe, que deve apontar uma inflação próxima de 2% este mês. "Quem quiser ficar falando do IPC-R vai se arrebentar", disse ontem o coordenador do programa de governo de FHC, o economista Paulo Renato Souza. Souza fez no sábado uma reunião com a equipe de comunicação Tucana, para unificar o discurso sobre a alta de inflação.</p> <p>Quando indagado sobre a alta de preços este mês, FHC vai responder com uma frase semelhante à utilizada ontem pelo economista Paulo Renato Souza: "A inflação está caindo. O caso do IPC-R ocorre por o IBGE utilizar uma data anterior ao final do mês. Mas o que importa é o povo perceber que os preços não estão subindo nos supermercados."</p> <p>Se o IPC-R deste mês ficar em 5,5%, a inflação acumulada nos dois meses de real será de 11,91%. Esse índice foi criado para corrigir os salários. O IPC-R reflete, segundo o governo, as perdas que um trabalhador vai acumular no período que vai desde o dia 1º de julho até a sua data-base. O principal cabo eleitoral de FHC é o real. Num discurso de 15 minutos na sexta-feira à noite, na região da Grande Florianópolis (SC), o candidato citou o real, direta ou indiretamente, 14 vezes – quase uma vez por minuto. O fato de o IPC-R estar apontando uma alta de preços maior do que a esperada por FHC preocupou o comando da campanha. Por isso, a importância do índice oficial será minimizada.</p> <p>No caso de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) atacar o programa econômico por causa da alta de preços, Paulo Renato Souza disse: "Para nós, será uma maravilha."</p> <p>A diferença que o IPC-R apresentará em relação ao IPC-Fipe ocorre por causa da metodologia utilizada na coleta de dados.</p> <p>O IPC-R coleta preços entre os dias 20 de cada mês. Depois, compara com a variação registrada no período imediatamente inferior. Por causa dessa data de coleta, trata-se de um índice que tarda mais a apresentar uma reação sobre o comportamento dos preços. Mas é o índice que será usado para repor as perdas salariais.</p> <p>O grau de desqualificação – ou minimização da importância – que FHC vai</p>

	<p>aplicar ao IPC-R em seus discursos dependerá de como os trabalhadores reagirem.</p> <p>Antes da implantação do real, um trabalhador assalariado recebia aumentos mensais, que acompanhavam a inflação. Para os que podiam manter uma conta bancária, o dinheiro estava sempre protegido em aplicações financeiras.</p> <p>Para os trabalhadores que não conseguiam aplicar os seus salários – por não terem como abrir uma conta bancária – a situação atual é melhor. Mas os cerca de 12% de inflação acumulados em dois meses de real começam a complicar de novo o planejamento econômico do eleitor de baixa renda. O que os coordenadores da campanha tucana querem evitar é uma reação negativa à alta de preços. Pelo menos, até a eleição.</p>
--	---

## ANEXO-AD QUADRO-8 N24-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	31/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 891	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Empresas americanas trabalham para FHC</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Tucano tem ajuda de assessores americanos</b></p> <p><b>CARLOS EDUARDO LINS DA SILVA</b></p> <p>DE WASHINGTON</p> <p>A firma de consultoria política Grunwald, Eskew and Donilon e a de relações públicas Chlopac, Leonard, Schecter &amp; Associates estão prestando serviços à campanha eleitoral de Fernando Henrique Cardoso (PSDB).</p> <p>A informação é do Institut for Policy Studies, entidade de Washington que se dedica ao estudo de relações internacionais.</p> <p>Atuam também na campanha James Carville, assessor político do presidente Bill Clinton, e seu sócio, Paul Bengala.</p> <p>A participação de Carville foi confirmada ontem por assessores de FHC. Os contatos foram feitos pelo economista Eduardo Jorge nos Estados Unidos. Segundo esses assessores tucanos, essa participação não é remunerada e não existe nenhuma forma de contrato.</p> <p>Carville não respondeu ontem aos telefonemas feitos pela Folha para discutir sua participação na campanha presidencial de FHC.</p> <p>Kate McDonald, responsável pela "conta brasileira" da Grunwald, Eskew and Donilon, também não retornou as ligações.</p> <p>A participação de assessores do Clinton na campanha de FHC pode criar constrangimentos ao presidente norte-americano.</p> <p>Clinton e diversos outros integrantes de sua administração têm dito com ênfase que o governo dos EUA é neutro na eleição brasileira.</p> <p>Carville não listou qualquer cliente brasileiro na prestação pública de contas que foi obrigado a fazer em junho, quando o Partido Republicano, de oposição, questionou o fato de ele, Begala, Mandy Grunwald e Stan Greenberg usarem crachás de funcionários da Casa Branca.</p> <p>Na época, eles publicaram artigo no "The Washington Post" para rechaçar as acusações de conflito de interesses, no qual afirmaram terem recusado diversas propostas de trabalho para atender aos "altos ideais" fixados por Clinton.</p> <p>Colaborou Sucursal de Brasília</p>

## ANEXO-AE QUADRO-8 N25-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	08/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 899	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC quer investir reservas em obras</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC promete investir US\$ 20 bi das reservas em obras de infraestrutura</b></p> <p><b>GUSTAVO PATÚ; GABRIELA WOLTERS</b></p> <p>DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>O programa de governo de Fernando Henrique Cardoso (PSDB-PFL-PTB), divulgado ontem, prevê investir em infra-estrutura US\$ 20 bilhões das reservas brasileiras.</p> <p>As reservas são o montante em moeda estrangeira, principalmente dólar, que o país tem recolhido no Banco Central e, na maior parte, aplicado na Suíça. É uma poupança do governo. Calcula-se em US\$ 40 bilhões as reservas brasileiras.</p> <p>Segundo a legislação, essas reservas só podem ser utilizado para o pagamento da dívida externa e para suprir o mercado de dólares. Seria preciso, portanto, mudar a lei que regula sua destinação.</p> <p>Investir US\$ 5 bilhões anuais em infra-estrutura significa quintuplicar o volume previsto para este ano em recursos públicos.</p> <p>Segundo o coordenador do programa, Paulo Renato Souza, as reservas seriam utilizadas para financiar importações. Os importadores receberiam dólares para evitar que o aumento do volume de dinheiro na economia causasse inflação.</p> <p>O programa de FHC calcula a obtenção de R\$ 100 bilhões para o financiamento da infra-estrutura em quatro anos. Segundo o programa, cerca de R\$ 75 bilhões seriam gastos em transportes (R\$ 14 bilhões), energia (R\$ 43 bilhões) e telecomunicações (R\$ 18 bilhões).</p> <p>Os restantes R\$ 25 bilhões seriam utilizados, principalmente, nos gastos com infra-estrutura em saneamento, saúde e agricultura.</p> <p>Todo esse dinheiro exige três condições: reformas na Constituição, aumento de recursos externos e inflação permanentemente baixa.</p> <p>Mudar a Constituição exige três quintos da Câmara (309 deputados) e do Senado (51 senadores), em votações de dois turnos nas duas Casas. Em recursos privados, as fontes seriam o investimento de fundos de pensão e empresas estrangeiras (R\$ 20 bilhões), as vendas de estatais (R\$ 15 bilhões) e o lançamento de ações e títulos brasileiros no exterior (R\$ 15 bilhões).</p>

## ANEXO-AF QUADRO-8 N26-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	15/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 906	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Tucanos já preparam ajustes do Plano Real</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>PSDB prepara 3ª fase do Real e propõe as reformas previdenciária e tributária</b></p> <p><b>EDIANA BALLERONI</b></p> <p>COORDENADORA DE ECONOMIA DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>Fernando Henrique Cardoso –candidato da coligação PSDB-PFL-PTB à Presidência da República– já prepara os ajustes do Plano Real, que serão encaminhados ao Congresso caso vença a eleição.</p> <p>As medidas incluem uma reforma tributária –sem a penalização dos mais ricos– e previdenciária, a alteração do exercício financeiro e a extinção de alguns ministérios.</p> <p>As medidas serão encaminhadas ao Congresso ainda nesta legislatura na forma de emendas constitucionais. Não há preocupação com a aprovação ainda neste ano.</p> <p>Os assessores da coligação explicam que, se as emendas forem "empurradas" para o próximo Congresso, será possível retomar a reforma constitucional.</p> <p><b>Calendário</b></p> <p>No caso da mudança do calendário fiscal, seria aproveitado um projeto de lei complementar do deputado tucano José Serra (SP), em tramitação desde 90.</p> <p>Calendário fiscal - ou exercício financeiro - é o período correspondente a 12 meses que delimita as contas (o Orçamento).</p> <p>O ano fiscal –que hoje coincide com o ano civil (1º de janeiro a 31 de dezembro)– seria alterado para julho de um ano a junho do seguinte.</p> <p>Assim, as mudanças tributárias eventualmente aprovadas no primeiro semestre de 95 entrariam em vigor já no segundo semestre, respeitando o princípio constitucional da anterioridade tributária (um imposto só pode entrar em vigor no ano fiscal seguinte ao da sua criação ou alteração).</p> <p><b>Reforma tributária</b></p> <p>A reforma tributária que será proposta simplifica o sistema atual. A idéia é eliminar alguns tributos e contribuições, despenalizando exportadores, pequenos e médios empresários e os produtos da cesta básica.</p> <p>Dessa forma, raciocinam os assessores de FHC, a base tributária seria ampliada: mais gente pagaria impostos e haveria uma menor tendência à sonegação.</p> <p>Não será proposto o imposto sobre grandes fortunas nem o aumento da carga tributária sobre o capital. Isso criaria problemas dentro da coligação,</p>

especialmente junto ao PFL, e poderia emperrar o trâmite no Congresso.

### **Previdência**

A reforma previdenciária não vai desvincular os benefícios da Previdência do salário mínimo. Será proposto um sistema de aposentadoria misto.

Até um determinado limite (ainda não-estipulado), a Previdência pública arcaria com o pagamento. Se o aposentado quisesse receber mais, teria de recorrer ao sistema privado.

O salário mínimo começaria a aumentar só no segundo semestre do próximo ano. A intenção é dobrar o valor atual (R\$ 70) até o fim de um eventual governo FHC.

Os investimentos que o programa de governo de FHC promete fazer com dinheiro do Orçamento (R\$ 15 bilhões) só começariam em 96 devido à alteração do ano fiscal. Seriam investidos R\$ 5 bilhões ao ano até o fim do governo.

Os assessores da coligação PSDB-PFL-PTB negam que FHC ainda exerça ingerência na administração cotidiana do Plano Real. Mas comentam desibinidamente os próximos passos da equipe econômica. As taxas de juros continuarão a subir até o início de 95, afirmam os assessores. Isso será necessário para manter o Plano Real sob controle.

## **OS AJUSTES QUE FHC QUER FAZER NO PLANO REAL**

### **1. REFORMA TRIBUTÁRIA**

. Simplificação dos tributos e ampliação da base de arrecadação (mais gente pagando impostos)

. Não haverá proposta para a tributação das grandes fortunas nem aumento de tributação sobre o capital

### **2. MUDANÇA DO ANO FISCAL**

. O exercício financeiro –que hoje coincide com o ano civil (1 de janeiro a 31 de dezembro)– seria alterado, passando a ser de julho a junho

### **3. SALÁRIO MÍNIMO**

. Começa a subir só partir do final de 95. O objetivo é dobrá-lo (chegar a US\$ 140) até o fim do mandato de FHC, supondo-se a sua vitória

### **4. PREVIDÊNCIA**

. Sistema misto. O governo arcaria com o pagamento de benefícios até um determinado limite (ainda não estipulado). Se quiser receber mais, a pessoa tem de recorrer ao sistema privado

. Os benefícios da Previdência não serão desvinculados do salário mínimo

### **5. INVESTIMENTOS**

. Os investimentos que FHC pretende fazer com recursos do Orçamento (US\$ 15 bilhões) só começariam em 96, devido à mudança do ano fiscal

	<p><b>6. JUROS</b></p> <p>. Os juros continuarão elevados até o próximo ano. Deverão subir significativamente neste último bimestre –prevêem os assessores de FHC, embora ainda não estejam no governo.</p>
--	---

## ANEXO-AG QUADRO-8 N27-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	17/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 908	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC inicia articulação para atrair os petistas</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Tucanos tentam atrair moderados do PT</b></p> <p><b>EDIANA BALLERONI; GABRIELA WOLTHERS</b></p> <p>DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>O PSDB está tentando convencer a intelectualidade petista de que uma eventual vitória de Fernando Henrique Cardoso no primeiro turno é boa até para o PT.</p> <p>Apostando que uma queda do candidato de Luiz Inácio Lula da Silva nas pesquisas acirrará a crise entre radicais e moderados do partido, a estratégia tucana é investir no segundo grupo.</p> <p>O argumento utilizado é que, se o candidato da coligação PSDB-PFL-PTB ganhar as eleições à Presidência já em outubro, ficará mais fácil atribuir seu desempenho ao Plano Real.</p> <p>Com isso, seria possível minimizar o papel do PFL na campanha, trazer o PT para um eventual governo FHC e fazer uma curva à esquerda na linha política da nova administração.</p> <p>Segundo esta avaliação, no caso de haver segundo turno, a polarização direita-esquerda será maior. Com isso, os tucanos acreditam que será "inevitável aceitar" adesões de partidos como o PPR.</p> <p>Os tucanos dizem aos petistas que a passagem de FHC para o segundo turno jogará o PSDB definitivamente "nos braços da direita".</p> <p>Os argumentos mostram o temor de que a disputa no segundo turno termine por aumentar a ingerência da direita no governo.</p> <p>Por isso, os assessores tucanos não se preocupam em disfarçar o clima de "já ganhou" e afirmam agora seria o momento de os petistas serem pragmáticos. Sem revelar nomes, eles alegam que já conseguiram a adesão de intelectuais do PT à tese da "vitória útil" de FHC no primeiro turno.</p> <p>Confiantes em seu poder de convencimento, os assessores de FHC afirmam que a estratégia é colocar os petistas moderados em cargos relativos à área social.</p> <p>Há um outro temor quanto à passagem de FHC para o segundo turno: a demanda por cargos. Os mapeamentos feitos pela assessoria do candidato tucano indicam que o PFL fará uma grande bancada de deputados em outubro. O receio é que eles comecem a pedir cargos para manter o apoio a FHC no segundo turno.</p> <p>(Ediana Balleroni e Gabriela Wolthers)</p>



## ANEXO-AH QUADRO-8 N28-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	23/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 914	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>PSDB quer reforma da Carta logo após eleição</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>PSDB quer 'revolução institucional' e teme 'sarneyzação' de um governo FHC</b></p> <p><b>CLÓVIS ROSSI; MARIO VITOR SANTOS; VALDO CRUZ</b></p> <p>DOS ENVIADOS ESPECIAIS A BRASÍLIA E DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>Se eleito presidente da República, Fernando Henrique Cardoso vai lançar uma vigorosa blitz para promover uma "revolução institucional" já nos seis primeiros meses de governo.</p> <p>O objetivo é assegurar que a estabilização da economia se mantenha e criar condições, através do saneamento do Estado, para um vigoroso crescimento econômico.</p> <p>O sentimento de urgência nas mexidas constitucionais é dado por uma frase de Sérgio Motta, secretário-geral do PSDB, principal coordenador da campanha e o mais próximo amigo de FHC:</p> <p>"Eu tenho brincado com o Fernando dizendo que, se não houver revisão constitucional em seis meses, ele deve renunciar à Presidência", diz Motta.</p> <p><b>Risco Sarney</b></p> <p>Brincadeira à parte, a urgência se explica pela avaliação do comando de campanha de que, se não houver a revisão, "vira um governo Sarney".</p> <p>Os capítulos principais a serem alterados já são conhecidos e figuraram em todas as agendas para a frustrada revisão constitucional deste ano (ver quadro).</p> <p>Tão logo termine a apuração da eleição, se FHC vencer já no primeiro turno, essa agenda será retomada. Na prática, é o que está ocorrendo antes mesmo da votação - ao menos em termos de preparação da opinião pública.</p> <p>Na segunda-feira, Edmar Bacha, assessor especial da Fazenda, defendeu a "desconstitucionalização" dos capítulos referentes à tributação e à Previdência.</p> <p>Bacha, um dos mais cotados para ser ministro da Fazenda no eventual governo FHC, sugere que tais providências saiam já este ano.</p> <p>Mas ninguém acredita, nem na Fazenda nem no QG de campanha, que o atual Congresso possa de fato votar algo de substantivo em 94.</p> <p>Anteontem, o deputado José Serra (SP), líder do PSDB na Câmara, iniciou coleta de assinaturas para proposta de emenda constitucional que reduz o quórum para aprovação de mudanças constitucionais e fixa um período, logo</p>

	<p>no início do ano, para fazê-la.</p> <p><b>Blitz-já</b></p> <p>Se depender do ministro da Fazenda, Ciro Gomes, a blitz pró-reformas será desencadeada imediatamente após a eleição.</p> <p>Ciro defende a tese de que, não importa o eleito, ele e o presidente Itamar Franco devem começar, imediatamente após a eleição, a dialogar com a sociedade para "vender" a idéia de uma profunda reforma no Estado brasileiro.</p> <p>O ministro acredita que ficará mais fácil fazer a revisão se a sociedade pressionar o Congresso.</p> <p>O comando de campanha de FHC imagina que as dificuldades encontradas para a tentativa de revisão deste ano tendem a desaparecer em função do novo quadro político nascido da eleição.</p> <p>Se FHC ganhar no primeiro turno, estará fortalecido pelo avalanche de votos que caracterizam os 50% mais um do eleitorado.</p> <p>Além disso, as bancadas parlamentares dos partidos que já fazem parte da coligação tenderão a ser numerosas e serão engrossadas por novas adesões.</p> <p>Por fim, segundo indicam as pesquisas, os governadores da maioria dos principais Estados serão "fernandistas" ou terão com ele uma dívida de gratidão.</p> <p>É o caso de São Paulo (Mario Covas), Rio (Marcello Alencar), Rio Grande do Sul (Antônio Britto), Ceará (Tasso Jereissati), Bahia (Paulo Souto), entre outros.</p> <p>A sintonia com os governadores, além de render votos no Parlamento, afasta em tese o obstáculo para uma das reformas pretendidas, que é a transferência maciça de funções da União para Estados e também municípios. Reformas estruturais logo no início do ano são consideradas vitais para a sobrevivência do plano.</p> <p>No QG da campanha, a avaliação é a de que o Real sobrevive sem maiores traumas apenas até o final de 1994.</p> <p>No Ministério da Fazenda, estica-se o prazo até o final de 1995 a partir do discutível pressuposto de que o Fundo Social de Emergência assegura o equilíbrio orçamentário até então (o FSE só vigora até dezembro do próximo ano).</p> <p><b>Risco</b></p> <p>Em 95 ou 96, sem as reformas estruturais, desaba a única obra consistente do atual governo e que catapultou a candidatura FHC a uma vitória hoje dada como certa.</p> <p>Por tudo isso, justifica-se a pressa evidenciada por Sérgio Motta: "Já no dia 2 de janeiro, tem de estar tudo negociado com a base parlamentar do futuro governo". A posse é no dia 1º.</p> <p>(Clóvis Rossi, Mario Vitor Santos e Valdo Cruz)</p>
--	--

## ANEXO-AI QUADRO-8 N29-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	24/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 915	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Tucanos querem superpartido com petistas e pefelistas</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC articula ‘presidência imperial’; SDB pode ser o partido do presidente</b></p> <p><b>CLÓVIS ROSSI; MARIO VITOR SANTOS; VALDO CRUZ</b></p> <p>DOS ENVIADOS ESPECIAIS A BRASÍLIA E DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>No caso da eleição de Fernando Henrique Cardoso já no primeiro turno, a intenção de seu grupo mais próximo de colaboradores é a de que FHC minimize o peso das alianças políticas e concentre no Planalto as principais instâncias de poder.</p> <p>A estratégia prevê também a criação de um partido do presidente, SDB, Social-Democracia Brasileira (leia reportagem nesta página). Nem a direção do comitê eleitoral de FHC nega o caráter "imperial" de um governo FHC.</p> <p>O futuro presidente quer capitalizar para si a possível avalanche de votos que receberá e não pretende, na formação do ministério, contemplar critérios proporcionais oriundos da aliança com o PFL ou mesmo a participação privilegiada do PSDB em seu governo.</p> <p>No caso de o petista Luiz Inácio Lula da Silva conseguir levar a decisão para o segundo turno, FHC terá de renegociar apoios, que, inevitavelmente, implicarão a distribuição de cargos entre as forças que o apoiarem. A presidência FHC, versão primeiro turno, concentraria no Palácio do Planalto os cargos de maior poder: três superministros, colaboradores diretos e pessoais de FHC.</p> <p>Seus superministérios seriam os da Casa Civil, com um caráter de coordenação política ampla, a secretaria de Planejamento, que pode mudar de nome para ser Coordenadoria do Plano de Governo, e a Secretaria Geral da Presidência.</p> <p>Estariam ainda na cota pessoal do presidente os ministérios da Fazenda e da Educação.</p> <p>A árvore ministerial de hoje deverá ter vários galhos podados. O número de ministérios será reduzido dos atuais 24 (e mais três secretarias) para um total que varia entre 8 e 12.</p> <p>Os ministérios localizados fora deste círculo teriam atribuições mais operacionais, apenas de execução das determinações formuladas no Planalto. Os doze Jatenes, com os quais FHC anuncia que vai surpreender o país (referência ao ex-ministro da Saúde Adib Jatene) seriam assim personagens de grande destaque público e capacitação técnica, mas vão político limitado.</p> <p>O perfil do próximo ministro da Fazenda tenderia a ser o de um técnico de alto</p>

nível e atuação política discreta. Os mais cotados são Edmar Bacha e Pedro Malan, nessa ordem, respectivamente assessor especial do Ministério da Fazenda e presidente do BC.

Essa alternativa evitaria a criação de um ministro da Fazenda com força política própria, cuja remoção viesse a abalar a base política do presidente no Congresso ou cujo sucesso pudesse engendrar um adversário para o próprio FHC numa eventual candidatura à reeleição em 1998.

O secretário-geral do PSDB, Sérgio Motta, considera que a principal base desse esquema fortemente pessoal da Presidência estaria fincada no apoio dos futuros governadores, de quem FHC se considera hoje credor político e cabo eleitoral privilegiado.

O comitê eleitoral de FHC considera que a eventual vitória é em grande parte pessoal, resultado da atuação do candidato.

O Plano Real, principal fator de virada na posição do candidato nas pesquisas eleitorais, também é atribuído ao exclusivo risco pessoal de FHC.

Agora se considera que, se o Plano Real conseguir estabilizar de fato a economia e o país entrar em ritmo acelerado de crescimento, nada impede que se transforme essa Presidência "imperial" de FHC em trampolim para um segundo mandato, o que obviamente implicaria alterações constitucionais.

Aí, acredita o comando tucano ligado a FHC, se consumaria a "utopia" a que tanto se refere FHC em sua campanha.

(Clovis Rossi, Mario Vitor Santos e Valdo Cruz)

#### **Tucanos querem criar o SDB**

#### **CLÓVIS ROSSI; MARIO VITOR SANTOS; VALDO CRUZ**

#### **DOS ENVIADOS ESPECIAIS A BRASÍLIA E DA SUCURSAL DE BRASÍLIA**

Nos primeiros dias de 1995 ou, na pior das hipóteses, ao longo de um eventual governo FHC, vai nascer uma nova e, em tese, portentosa sigla partidária: SDB.

Significa Social Democracia Brasileira e poderá surgir da incorporação de fatias de várias agremiações. É claro que essa sigla depende de alteração na legislação, que, hoje, impõe o termo "partido" ao nome de cada legenda. A faceta mais espetacular da nova formação seria a incorporação a ela de segmentos do PT. O comando do PSDB anuncia que "serão feitos gestos em direção ao PT".

Aliás, parte dessa tática já está sendo posta em prática por FHC, que, nesta semana, fez mais de um elogio ao partido que é o seu principal adversário. Disse que só PT e PSDB são partidos de verdade.

Se depender do ministro da Fazenda, Ciro Gomes, essa frase ganhará forma concreta. A Folha apurou que Ciro tem defendido a tese de que a nova administração deve ter "hegemonia moral e intelectual de um eixo PSDB/PT". Ciro tem dito a seus íntimos que todos os esforços devem ser feitos para atrair o que ele chama de "PT propositivo". O restante da construção desse eventual SDB inclui fatias do PDT e do PMDB, além do PFL e PTB, que apóiam FHC. Mas há resistências internas ao superpartido. Pimenta da Veiga, presidente nacional do PSDB, é quem oferece mais resistência.

Ciro Gomes também prefere que se mantenha o jogo atual e que a nova administração se ampare em uma coligação convencional em vez de construir um novo partido.

"Partido bom é partido velho", costuma dizer o ministro ao analisar a questão partidária.

No caso das fatias do PMDB, a dúvida é saber quem fica com o controle do partido após a derrota de Quéricia. Os gaúchos Pedro Simon e Antônio Britto acham que podem fazê-lo. Nessa hipótese, ficariam onde estão. Mas, se o quercismo ainda predominar, o comando do PSDB tem certeza de que Britto e Simon mudarão de partido, levando a fatia dita "ética" do PMDB. No caso do PDT, a liderança que se pretende incorporar chama-se Jaime Lerner, candidato ao governo paranaense. Lerner defende faz tempo a união em um só agrupamento das correntes ditas social-democratas.

No caso dos demais pedetistas, a seleção será nominal. Os nacionalistas do partido de Leonel Brizola são considerados indesejáveis. Em grande medida, a arquitetura partidária que se desenha nas pranchetas da Superquadra Norte 202 de Brasília, sede do QG "fernandista", prende-se à necessidade de se construir uma base parlamentar para o novo governo. "Social-democratizar" essa base é essencial para evitar o peso do PFL, dado que, nos cálculos mais otimistas, o PSDB só elegerá entre 70 e 80 deputados, menos do que os 100 que pode fazer o PFL.

(Clóvis Rossi, Mario Vitor Santos e Valdo Cruz).

#### **OS MINISTERIAVEIS DE FHC [Infográfico da matéria]**

Gustavo Krause - Deputado federal do PFL-PE e candidato ao governo de Pernambuco. Cotado para a área social ou para programas regionais.

Luiz Eduardo Magalhães - Deputado federal do PFL-BA. É o pefelista de maior cotação no comando da campanha. Mas parece preferir a presidência da Câmara.

Reinhold Stephanes - Deputado federal do PFL-PR. Outro nome certo. Foi ministro da Previdência no fim do governo Collor. Pode voltar ao cargo.

José Serra - Deputado federal do PSDB-SP e candidato ao Senado. Pode ser o nome para a Fazenda se esta pasta ganhar a dimensão de superministério.

Paulo Renato Souza - Citado para Educação e Planejamento, pode ser o chefe da Coordenadoria do Programa de Governo, sediada no próprio Palácio do Planalto.

Ciro Gomes - Ministro da Fazenda, pode ficar no cargo ou assumir ministério da área social. Jura que não fica e que vai estudar na Universidade de Harvard

Edmar Bacha - Assessor especial do Ministério da Fazenda, é o economista da atual equipe de maior prestígio junto a FHC. Cotado para a Fazenda

Pedro Malan - Presidente do Banco Central. Pode ficar no cargo ou passar para a Fazenda. Diz querer voltar aos Estados Unidos.

Pérsio Arida - Presidente do BNDES. Outra virtual unanimidade. Pode ficar onde está ou ocupar outra posição relevante na área econômica.

Clóvis Carvalho - Secretário-executivo da Fazenda. Ou fica no cargo ou será transferido para o BNDES.

	<p>Sérgio Motta - Secretário-geral do PSDB, coordenador da campanha e o mais próximo amigo de FHC. Pode ser o secretário-geral da Presidência</p> <p>Adib Jatene - Foi ministro da Saúde do ex-presidente Fernando Collor e só não voltará ao cargo se não quiser.</p> <p>Nélson Jobim - Deputado federal do PMDB-RS, relator da frustrada revisão constitucional. Pode ir para a Justiça.</p> <p>Pimenta da Veiga - Presidente nacional do PSDB e outro dos coordenadores da campanha. É mencionado para a Casa Civil.</p> <p>Luiz Felipe Lampréia - Embaixador junto às Nações Unidas em Genebra, é o preferido dos tucanos para o Itamaraty.</p> <p>José Eduardo de Andrade Vieira - Senador (PTB-PR) e presidente nacional do partido. Membro da coordenação de campanha. Deve ir para a Agricultura.</p> <p>José Arthur Gianotti - Filósofo, professor da USP e pesquisador do Cebrap. Pode ser ministro da Cultura ou ter uma assessoria especial.</p>
--	--

ANEXO-AJ -8 N30-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	02/10/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 923	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Leia textos dos presidentiáveis FHC e Lula</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>94 milhões de eleitores vão às urnas amanhã para decidir a cara do Brasil</b></p> <p>DA REDAÇÃO</p> <p>O presidente que irá governar o Brasil pelos próximos quatro anos pode ser escolhido amanhã, quando 94,8 milhões de eleitores vão às urnas em todo o país. Têm a chance de escolher amanhã.</p> <p>Cada um dos candidatos que estão à frente nas pesquisas deu relevância a problemas evidentes da sociedade brasileira.</p> <p>O tucano Fernando Henrique Cardoso, que detém 47% das intenções de voto segundo o Datafolha, alçou-se candidato nas asas do Real. O plano mitigou a inflação, um dos flagelos da economia brasileira, tida como o mais caro imposto pago pelo consumidor.</p> <p>O petista Luiz Inácio Lula da Silva pregou durante sua campanha o resgate da chamada dívida social. Segundo a última pesquisa Datafolha, Lula tem 23% das intenções de voto.</p> <p>Ontem, em São Paulo, Fernando Henrique Cardoso submeteu-se a uma sessão de acupuntura. Antes, em uma entrevista, disse que não tem responsabilidade nenhuma sobre a distribuição de cédulas falsas com o nome do candidato do PT fora do local indicado no modelo oficial.</p> <p>Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Miguel Arraes, candidato do PSB ao governo pernambucano, acertaram ontem que tentarão manter articulados os partidos que apóiam o petista mesmo em caso de derrota.</p>

## ANEXO-AK QUADRO-8 N31-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	12/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 872	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC abre 7 pontos sobre Lula</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC tem 36% e Lula cai para 29%; tucano ganha até entre mais pobres</b></p> <p><b>FERNANDO RODRIGUES</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>O candidato a presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB) ultrapassou em sete pontos percentuais seu principal adversário, Luiz Inácio Lula da Silva (PT).</p> <p>Segundo pesquisa Datafolha, FHC tem 36% das intenções de voto contra 29% de Lula. A pesquisa foi realizada nos dias 8 e 9. A margem de erro é de dois pontos percentuais.</p> <p>O candidato tucano ultrapassou o petista na preferência dos eleitores de todas as faixas de renda.</p> <p>FHC está à frente junto à parcela mais pobre da população, até agora uma área dominada por Lula. Entre os eleitores com renda mensal abaixo de cinco salários mínimos, FHC tem 33% contra 30% de Lula. A vantagem é maior conforme sobe a renda do eleitor. FHC tem melhor desempenho na parcela mais rica –renda mensal acima de 10 salários mínimos–, batendo Lula por 46% a 27%.</p> <p>Na pesquisa anterior do Datafolha, FHC ainda estava atrás de Lula junto aos eleitores mais pobres. O tucano tinha 26% e o petista estava com 32%. O resultado geral da última pesquisa, de 25 e 26 de julho, dava Lula com 32% e FHC com 29%.</p> <p>A pesquisa de hoje é a primeira que o Datafolha fez depois do início da propaganda eleitoral na televisão. FHC subiu sete pontos e Lula caiu três. Os números do Datafolha demonstram que Fernando Henrique está avançando em todas as regiões do país, embora não esteja liderando em todos os Estados. FHC está à frente de Lula com folga em três regiões: Sudeste, Norte e Centro-oeste.</p> <p>Lula está tecnicamente empatado com FHC no Sul e no Nordeste.</p> <p>Segundo turno</p> <p>O Datafolha perguntou aos pesquisados em quem votariam no caso de um segundo turno entre FHC e Lula. O tucano vence com 51% contra 37% do petista.</p> <p>Na pesquisa anterior do Datafolha, o segundo turno entre os dois candidatos também já apontava uma eventual vitória tucana com 47% contra 40% do adversário.</p> <p>Os outros candidatos mantiveram-se quase inalterados em relação a julho. Orestes Quéricia (PMDB) e Leonel Brizola (PDT) oscilaram para baixo um</p>



	<p>ponto percentual cada e estão com 6%, empatados na terceira colocação. A surpresa, embora na margem de erro, ficou por conta do candidato Enéas Carneiro (Prona), que registrou 3% das preferências de voto e ultrapassou Esperidião Amin (PPR), que está com 2%.</p> <p>O Datafolha registrou que há 10% dos eleitores que dizem não saber ainda em quem votar. Outros 7% afirmaram que devem votar em branco ou nulo.</p>
--	--

## ANEXO-AL QUADRO-8 N32-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	21/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 881	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Hoje FHC ganharia sem 2º turno</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC, com 41%, pode ganhar já no primeiro turno; Lula cai para 24%</b></p> <p>O candidato a presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB) tem 41% das intenções de voto e Luiz Inácio Lula da Silva (PT) caiu para 24%.</p> <p>Segundo pesquisa Datafolha, essa vantagem de 17 pontos percentuais –ainda que na margem de erro– dá a FHC a possibilidade de ganhar no primeiro turno.</p> <p>A pesquisa foi realizada nos dias 16, 17 e 18 deste mês. Foram entrevistados 10.459 eleitores em todos os Estados da Federação, incluindo as capitais. A margem de erro da pesquisa é de dois pontos percentuais, para mais ou para menos.</p> <p>Isso significa que FHC pode ter 43% ou 39%. Os percentuais de Lula podem variar de 22% a 26%.</p> <p>Para ganhar a Presidência da República no primeiro turno, dia 3 de outubro, um candidato tem que obter 50% mais um de todos votos considerados válidos.</p> <p>Os votos válidos são aqueles dados aos candidatos. Não são considerados válidos os votos brancos e nulos. Por isso, os 41% de FHC representam uma possibilidade de vitória no primeiro turno.</p> <p>Para se compreender melhor, é preciso somar as intenções de voto coletadas pelo Datafolha para todos os candidatos.</p> <p>Somados, os sete candidatos ainda no páreo têm 81%. Esses são os votos válidos.</p> <p>Como FHC tem mais pontos percentuais do que todos os seus adversários juntos –41% contra 40%–, a pesquisa permite projetar uma eventual vitória sua no primeiro turno.</p> <p>Mas essa projeção deve ser vista com três ressalvas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Vale apenas para os dias nos quais foi realizada a pesquisa;</li> <li>2) Está dentro da margem de erro do levantamento;</li> <li>3) Depende de como se comportarão os eleitores indecisos.</li> </ol> <p>Os indecisos, se distribuídos na mesma proporção das intenções de voto, não alterariam a hipótese de FHC ganhar no primeiro turno.</p> <p>A pesquisa anterior havia sido realizada nos dias 8 e 9 passados. Em uma semana, FHC subiu cinco pontos, de 36% para 41%.</p> <p>Lula caiu na mesma proporção da alta de FHC: de 29% para 24%. A vantagem do tucano sobre o petista cresceu, em uma semana, de 7 para 17 pontos percentuais.</p> <p><b>Os outros</b></p>

	<p>Enquanto FHC sobe e Lula segue caindo, os outros candidatos consolidam um alijamento total da disputa pelo Palácio do Planalto.</p> <p>Orestes Quércia (PMDB), Leonel Brizola (PDT) e Esperidião Amin (PPR) têm 5%, 5% e 2% cada, respectivamente.</p> <p>Entre esses microcandidatos, a surpresa fica por conta de Enéas Carneiro (Prona). Ele obteve 4%, exatamente o dobro da taxa de Esperidião Amin.</p>
--	--

## ANEXO-AM QUADRO-8 N33-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	23/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 883	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Vantagem de FHC vai a 20 pontos</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Com 43%, FHC supera em 5 pontos a soma de todos os seus adversários</b></p> <p><b>FERNANDO RODRIGUES</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>O candidato a presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB) ampliou para cinco pontos percentuais sua vantagem sobre a soma das intenções de voto de todos os outros candidatos.</p> <p>Isto quer dizer que se a eleição fosse ontem, FHC ganharia no primeiro turno.</p> <p>FHC tem agora 43% e o seus adversários somados têm 38%. Luiz Inácio Lula da Silva (PT) oscilou um ponto, de 24% para 23%. Esse é o resultado de pesquisa Datafolha realizada ontem com 10.399 eleitores em todo o país.</p> <p>FHC tinha 41% das intenções de voto na última pesquisa Datafolha, feita nos dias 16, 17 e 18 passados.</p> <p>Para vencer a eleição no primeiro turno, FHC precisa obter a metade dos votos válidos mais um.</p> <p>Votos válidos são aqueles dados para os candidatos. Brancos e nulos não são considerados.</p> <p>A vantagem do tucano, de cinco pontos percentuais sobre todos os adversários somados, está acima da margem de erro, que é de dois pontos percentuais. Na pior das hipóteses para sua candidatura, segundo o Datafolha, FHC teria 41% das intenções de voto (dois pontos a menos).</p> <p>Já os adversários somados, na melhor situação, teriam 40%. Ou seja, FHC ainda estaria na frente e ganharia a eleição.</p> <p>Mas é importante considerar: 1) o resultado vale só para ontem; 2) uma eventual vitória de FHC em 3 de outubro depende do comportamento dos eleitores hoje indecisos.</p> <p>Há 12% de eleitores que ainda não sabem em quem votar. Outros 7% vão anular ou votar em branco.</p> <p>Leonel Brizola (PDT) tem 5%. Orestes Quércia (PMDB) passou de 5% para 4% e empatou com Enéas Carneiro (Prona). Esperidião Amin (PPR) continua emperrado em 2%.</p> <p>Esta pesquisa Datafolha foi realizada ontem, com 10.399 eleitores em 256 cidades de todos os Estados. A direção do Datafolha é exercida pelos sociólogos Antônio Manuel Teixeira Mendes e Gustavo Venturi.</p>

## ANEXO-AN QUADRO-8 N34-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	28/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 888	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC lidera entre o eleitorado católico</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Religião interfere em voto do eleitor</b></p> <p><b>ANTÔNIO FLÁVIO PIERUCCI</b></p> <p>ESPECIAL PARA A FOLHA</p> <p>Os observadores da cena eleitoral brasileira sabem muito bem que, neste país, pode ser fatal para um candidato, perante um eleitorado de massa, declarar que não acredita em Deus, ou simplesmente vacilar nesta matéria.</p> <p>Fernando Henrique Cardoso, na campanha para a Prefeitura de São Paulo, em 1985, experimentou na própria carne a gravidade desta falha. Acredita-se que perdeu a eleição por ter hesitado em responder se acreditava em Deus ou não.</p> <p>Mas o que dizer da religião ou irreligião do eleitor?</p> <p>O fato de alguém não acreditar em Deus influi na decisão do voto? Na hora de escolher entre este ou aquele candidato, qual o peso diferencial da religião do eleitor? Ser católico, protestante, espírita kardecista ou umbandista faz diferença na escolha eleitoral? Pesa na decisão a favor de um candidato que o eleitor seja adepto do Candomblé ou membro de uma CEB (Comunidade Eclesial de Base) católica?</p> <p>Pesquisa do DataFolha realizada nos dias 16 e 18 de agosto mostra que sim: a religião do eleitor faz diferença.</p> <p>A filiação religiosa tem peso nada desprezível na direção e no "timing" de uma escolha eleitoral. Dito de outro modo, a distribuição do eleitorado brasileiro pelas diferentes religiões, sua composição religiosa, acaba afetando de modo considerável a distribuição dos votos num determinado momento da campanha e, conseqüentemente, também o resultado das urnas.</p> <p>Os dados hoje publicados pelo Datafolha são, em grande parte, desconhecidos não só do grande público, mas também dos cientistas sociais interessados em comportamento eleitoral, como ainda dos que investigam de perto a dinâmica da vida religiosa brasileira.</p> <p><b>Ineditismo</b></p> <p>Nunca ninguém produziu esse tipo de dado no Brasil. Pela primeira vez, com base em uma amostra de 10.500 entrevistas por todo o país, um levantamento como este traz à tona informações preciosas sobre a complicada relação entre voto e religião e a influência do fator religioso no comportamento do eleitor brasileiro.</p> <p>Quem poderia imaginar que o candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, fosse mais aceito pelos católicos "pretos e quase pretos" do que pelos brancos (31% e 28% contra 22%), e que, também, entre os sem</p>

	<p>religião, seu apoio viesse principalmente dos negros e mulatos (34%)?</p> <p>É verdade que algumas religiões têm muito a ver com etnia, raça, cor. Identidades religiosas, às vezes, recobrem e reforçam identidades étnicas. Assim, é de esperar que os negros e mulatos sejam componentes caudalosos dos grupos religiosos afro-brasileiros, e, de fato, ainda o são.</p> <p>O que talvez não se esperasse com tamanha evidência, no entanto, é que a proporção de mulatos fosse mais alta nas fileiras pentecostais do que entre os adeptos dos cultos afro-brasileiros (33% contra 28%).</p> <p>Outra informação nova e surpreendente é sobre as tendências políticas dos espíritas kardecistas, além dos dados eloquentes sobre seu perfil sócio-econômico e sua inserção na rede urbana.</p> <p>Altamente escolarizados (25% com curso superior), a maior parte deles residindo em regiões metropolitanas (55%) e em grandes cidades (68%), os espíritas kardecistas se concentram nas duas faixas mais altas de renda familiar. É fácil deduzir que eles votem majoritariamente em FHC, e, de fato, assim pretendem fazer.</p> <p>A receptividade de FHC entre os espíritas kardecistas é a mais alta no contexto das religiões (45%), acima do seu desempenho no total do eleitorado (41%). O alinhamento com FHC não anda junto com maior rejeição a Lula. Pelo contrário, a taxa de rejeição ao petista, neste contingente religioso, é a mais baixa: 32%, ao passo que, no total da amostra, é de 36%.</p> <p><b>Católicos</b></p> <p>Entre os eleitores católicos, 36% rejeitam Lula, rejeitado, igualmente, por 36% dos protestantes históricos, bem abaixo dos 42% de pentecostais que resistem ao seu nome. Faz sentido, diante deste dado, que, entre as mulheres pentecostais, a taxa de rejeição a Lula tenha atingido o pico mais elevado, nada menos de 45%.</p> <p>Quando se introduz a variável sexo nos cruzamentos, a relação de distanciamento dos eleitores pentecostais da candidatura Lula adquire linhas bem mais nítidas.</p> <p>Se a taxa mais baixa de intenções de voto em Lula vem das mulheres pentecostais (apenas 15% votariam no petista), elas, por outro lado, constituem o grupo de eleitores mais indecisos a essa altura da campanha: 20% delas ainda não sabem em quem votar.</p> <p>A pesquisa indica que 45% delas não votariam em Lula de modo algum. Também entre as mulheres das outras igrejas protestantes é bastante fraca a receptividade do candidato do PT: apenas 16%.</p> <p><b>CEBs</b></p> <p>O pólo oposto dos baixos desempenhos de Lula entre as mulheres protestantes muda de religião, mas também de sexo e se instala entre os católicos de CEBs do sexo masculino: 52% deles pretendem votar em Lula.</p> <p>Nichos religiosos simétricos: fortíssima rejeição a Lula junto aos pentecostais, sobretudo mulheres; altíssima identificação com a candidatura Lula junto aos católicos das CEBs, sobretudo homens.</p> <p>Tal dado mostra bem como é fundamental a variável sexo na explicação de</p>
--	--

	<p>certas diferenças políticas, principalmente em se tratando de pessoas muito religiosas.</p> <p>Além, portanto, das novas informações, a pesquisa veio confirmar, com novas evidências, tendências mais ou menos sabidas, ou, pelo menos, largamente esperadas, de diferentes possibilidades de misturar religião e política.</p> <p>No total do eleitorado, Lula recebe, nesta pesquisa, 24% das intenções de voto. Entre os membros das CEBs, porém, atinge o pico de 38%. Em compensação, sua aceitação entre os pentecostais não passa de 18%.</p> <p>A informação nova fica por conta dos evangélicos não-pentecostais. Por uma série de razões, deles se esperava comportamento diverso do verificado entre os pentecostais. Mas não. Somente 18% dos protestantes históricos pretendem votar em Lula, mesmo patamar observado entre os pentecostais.</p> <p>Trata-se de uma inesperada coincidência na conduta eleitoral dos dois ramos de evangélicos, a indicar que, na atual campanha, são os meios protestantes os mais avessos às propostas eleitorais da esquerda.</p> <p>Em tempo: por falta de informação confiável e de larga escala, a composição religiosa da população brasileira e as reais dimensões de cada segmento religioso costumam ser mal-avaliadas.</p> <p>Exemplo flagrante disto é o caso dos pentecostais. Seu número relativo na população brasileira tem sido o mais das vezes superdimensionado. Em época de eleição sobretudo, um pouco como resultado da própria visibilidade buscada pelas lideranças e candidatos pentecostais, há a tendência de se superestimar o tamanho do eleitorado "crente".</p> <p><b>Quanto são?</b></p> <p>Recentemente, tem-se falado que os pentecostais no Brasil já são 35 milhões; cálculos mais conservadores arriscam 15 milhões, até mesmo 25 milhões. Só que ninguém mediu, ninguém contou; ou, se o fez, não divulgou. Enquanto não for publicado o Censo Demográfico de 1991, a discussão ficaria patinando nessa dança de números e estimativas, não fosse a iniciativa do DataFolha de ir atrás de informação mais exata.</p> <p>Com isto, além dos dados eleitorais, a contribuição mais importante desta ampla pesquisa reside na informação trazida a respeito do tamanho do rebanho pentecostal em nosso país.</p> <p>Com o eleitorado brasileiro beirando a casa dos 95 milhões, os eleitores pentecostais são nove milhões e meio.</p> <p>É uma bela fatia, não há dúvida, mas bem inferior aos alardeados 35 milhões. A meu ver, basta uma informação como esta para selar a relevância de uma pesquisa grande como esta, feita pelo DataFolha entre os dias 16 e 18 de agosto.</p> <p>Antonio Flávio Pierucci é professor doutor do Departamento de Sociologia da USP e Secretário Executivo da ANPOCS</p> <p><b>Entenda as diferenças entre religiões</b></p> <p><b>REGINALDO PRANDI</b></p>
--	---

#### ESPECIAL PARA A FOLHA

Os católicos são maioria no Brasil, reunindo hoje 75% do eleitorado. Podem ser classificados, de acordo com o grau de participação nos ritos, como praticantes e não praticantes.

Além disso, podem ser distinguidos pela participação em diversos movimentos religiosos no interior do catolicismo, os quais adotam ênfases diferentes no exercício da fé.

Assim, as comunidades eclesiais de base, da Teologia da Libertação, foram o mais importante movimento católico entre os anos 60 e 80. Hoje, os eleitores que se declaram membros deste movimento representam 1% do eleitorado.

O Movimento de Renovação Carismática, de recente origem norte-americana, é atualmente o de maior expansão entre os católicos, apresentando muitos traços do pentecostalismo, como a cura pelo Espírito Santo e a glossolalia (o dom de falar em línguas estranhas).

Ao contrário dos eclesiais de base, que defendem a importância do coletivo na vida religiosa, adotando posições mais à esquerda, os carismáticos estão mais preocupados com a questão da fé tradicional, longe da política. Eles perfazem 3% dos eleitores.

Os protestantes no Brasil dividem-se basicamente em dois grandes ramos: os protestantes ou evangélicos históricos e os pentecostais. O ramo do chamado protestantismo histórico é constituído pelas igrejas protestantes de origem européia e norte-americana instaladas no Brasil desde o século passado e que há mais de quatro décadas estão quase completamente institucionalizadas entre nós, caracterizando-se por baixo grau de proselitismo, reproduzindo-se hoje de geração em geração.

Suas principais denominações são: Luterana, Batista, Presbiteriana, Metodista, Episcopal Congregacional. Os protestantes históricos são 4% do eleitorado.

Os pentecostais tiveram origem no reavivamento do protestantismo nos EUA, caracterizando-se por intenso exercício de conversão de massa e culto bastante centrado no apelo emocional, sobretudo pela glossolalia, reprodução do episódio bíblico da manifestação do Espírito Santo aos apóstolos, no dia de Pentecostes.

As principais denominações evangélicas pentecostais de origem estrangeira são: Congregação Cristã no Brasil, Assembléia de Deus e Evangelho Quadrangular.

A partir dos anos 70, esse pentecostalismo deu origem a diversas denominações já constituídas em solo brasileiro, com ênfase na cura divina.

As principais igrejas são: O Brasil Para Cristo, Casa da Bênção, Nova Vida, Deus é Amor, Igreja Universal do Reino de Deus, Renascer em Cristo e Internacional da Graça Divina. O pentecostalismo reúne 10% dos eleitores, sendo portanto a segunda força eleitoral entre as religiões.

O espiritismo kardecista, de origem francesa, foi introduzido no final do século passado, tendo prosperado por todo o país, sobretudo entre as camadas médias urbanas, criando uma larga rede de instituições assistenciais. Os kardecistas, ou espiritualistas, congregam 4% dos eleitores.

As religiões afro-brasileiras compõem-se das religiões tradicionais africanas, como o candomblé, o xangô, o tambor de mina, catimbó e



	<p>batuque, mais a umbanda, religião surgida nos anos 30 do encontro do kardecismo com as religiões afro-brasileiras, no Sudeste, donde se espalhou pelo país.</p> <p>Hoje, de cada quatro fiéis destas religiões, três são umbandistas e um segue as denominações tradicionais.</p> <p>Os afro-brasileiros são 1% dos eleitores.</p> <p>Restam 2% de eleitores adeptos de um conjunto muito diversificado de religiões que não se classificam nos grandes grupos acima enumerados: judaísmo, adventista, Testemunhas de Jeová, mórmons, Seicho-No-Iê, messiânica, Perfeita Liberdade, budismo, Santo Daime, esotéricas e outras.</p> <p>Entre os eleitores, 5% declaram não ter religião.</p>
--	--

## ANEXO-AO QUADRO-8 N35-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	01/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 892	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Vantagem de FHC se estabiliza</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Vantagem de FHC sobre Lula vai a 22 pontos, mas petista para de cair</b></p> <p><b>CLÓVIS ROSSI</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>As regiões Nordeste e Sul, que foram, até o final de julho, os principais motores da liderança da candidatura Luiz Inácio Lula da Silva, agora ajudam o seu principal adversário, Fernando Henrique Cardoso, a consolidar a vantagem sobre o petista.</p> <p>É o que mostra a mais recente pesquisa do Datafolha, feita nos dias 29 e 30, na qual a oscilação no total de intenções de votos em todos os candidatos é estatisticamente desprezível.</p> <p>Com isso, FHC mantém a perspectiva de vitória no primeiro turno, pois tem 45% das intenções de voto (contra 43% na semana anterior), mais do que os 39% da soma de todos os demais. Lula manteve os 23% do levantamento anterior.</p> <p>No Nordeste, FHC ampliou em cinco pontos percentuais a sua vantagem, agora de 20 pontos (45% x 25%). No Sul, o aumento na diferença foi de quatro pontos, passando FHC a 38% contra 23% de Lula.</p> <p>Já no Norte/Centro-Oeste, dá-se fenômeno inverso: foi Lula quem recuperou quatro pontos, saltando de 21% para 23%, ao passo que FHC cai de 50% para 48%.</p> <p>Também na pesquisa espontânea, a que não exhibe o cartão com o nome dos candidatos, manteve-se o cenário da semana passada: FHC oscilou dois pontos, passando a 27%, enquanto Lula ficava com os mesmos 14%. Repetiu-se também, na prática, o número sobre um eventual segundo turno. FHC derrotaria Lula por 58% a 31% (na semana anterior, o resultado fora 57% a 31%).</p> <p>A rejeição de Lula continua subindo, embora na margem de erro: é agora de 38% contra 36% no levantamento anterior. FHC se mantém como o menos rejeitado (13%, porcentagem idêntica à da semana passada).</p>

## ANEXO-AO QUADRO-8 N35-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	01/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 892	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Vantagem de FHC se estabiliza</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Vantagem de FHC sobre Lula vai a 22 pontos, mas petista para de cair</b></p> <p><b>CLÓVIS ROSSI</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>As regiões Nordeste e Sul, que foram, até o final de julho, os principais motores da liderança da candidatura Luiz Inácio Lula da Silva, agora ajudam o seu principal adversário, Fernando Henrique Cardoso, a consolidar a vantagem sobre o petista.</p> <p>É o que mostra a mais recente pesquisa do Datafolha, feita nos dias 29 e 30, na qual a oscilação no total de intenções de votos em todos os candidatos é estatisticamente desprezível.</p> <p>Com isso, FHC mantém a perspectiva de vitória no primeiro turno, pois tem 45% das intenções de voto (contra 43% na semana anterior), mais do que os 39% da soma de todos os demais. Lula manteve os 23% do levantamento anterior.</p> <p>No Nordeste, FHC ampliou em cinco pontos percentuais a sua vantagem, agora de 20 pontos (45% x 25%). No Sul, o aumento na diferença foi de quatro pontos, passando FHC a 38% contra 23% de Lula.</p> <p>Já no Norte/Centro-Oeste, dá-se fenômeno inverso: foi Lula quem recuperou quatro pontos, saltando de 21% para 23%, ao passo que FHC cai de 50% para 48%.</p> <p>Também na pesquisa espontânea, a que não exhibe o cartão com o nome dos candidatos, manteve-se o cenário da semana passada: FHC oscilou dois pontos, passando a 27%, enquanto Lula ficava com os mesmos 14%. Repetiu-se também, na prática, o número sobre um eventual segundo turno. FHC derrotaria Lula por 58% a 31% (na semana anterior, o resultado fora 57% a 31%).</p> <p>A rejeição de Lula continua subindo, embora na margem de erro: é agora de 38% contra 36% no levantamento anterior. FHC se mantém como o menos rejeitado (13%, porcentagem idêntica à da semana passada).</p>

## ANEXO-AQ QUADRO-8 N37-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	11/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 902	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Sucessão permanece inalterada</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC recupera pontos em grandes cidades, mas rejeição chega a 17%</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>Uma semana após a crise que provocou a demissão do ministro Rubens Ricupero (Fazenda), o quadro da disputa pela Presidência da República continua inalterado.</p> <p>Pesquisa Datafolha realizada na última sexta-feira, 9, mostra que Fernando Henrique Cardoso, do PSDB, tem 44% dos votos, contra 23% de seu adversário do PT, Luiz Inácio Lula da Silva.</p> <p>Os resultados são rigorosamente idênticos aos encontrados em levantamento feito na segunda-feira, 5, três dias após a revelação pela Folha das declarações de Ricupero à Rede Globo.</p> <p>Na ocasião, antenas parabólicas captaram conversa do ex-ministro com jornalista da Globo na qual Ricupero afirmou que escondia os índices de inflação e atuava à frente do ministério para favorecer a candidatura de FHC. Apesar de não sofrer abalo, o candidato tucano, no entanto, foi o único dos concorrentes à sucessão de Itamar Franco a apresentar um crescimento em sua rejeição.</p> <p>Hoje, 17% dos eleitores não votariam em FHC de jeito nenhum. Na segunda-feira, 13% negariam o voto ao candidato.</p> <p>A margem de erro dessa pesquisa é de dois pontos percentuais, para mais ou para menos. A rejeição a FHC supera esses limites.</p> <p>O peessedebista apresenta ainda um resultado negativo no Nordeste. Perdeu quatro pontos percentuais em sua intenção de voto, em quatro dias (de 46% para 42%).</p> <p>Lula tem desempenho parecido no Norte e Centro-Oeste. Caiu de 25% para 21% na região.</p> <p>Foram entrevistados nessa pesquisa 10.560 eleitores, em 255 cidades de todos os Estados. A direção do DataFolha é exercida pelos sociólogos Antonio Manuel Teixeira Mendes e Gustavo Venturi, tendo como assistentes Mauro Francisco Paulino, Emilia de Franco e Renata Nunes Cesar.</p>

## ANEXO-AR QUADRO-8 N38-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	18/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 909	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC amplia vantagem sobre Lula</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC está 24 pontos a frente de Lula; cresce chance de vitória no 1º turno</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>Fernando Henrique Cardoso (PSDB) aumentou a diferença sobre a soma dos votos de seus adversários e a chance de liquidar a eleição presidencial no primeiro turno.</p> <p>Pesquisa do Datafolha realizada de terça-feira a quinta-feira últimas mostra que FHC oscilou um ponto positivo e agora tem 45% das preferências. Luiz Inácio Lula da Silva (PT) oscilou dois pontos para baixo ao fechar com 21%.</p> <p>A soma dos adversários de FHC atinge 38%. A diferença entre o tucano e o total de seus concorrentes é, portanto, de sete pontos percentuais. No estudo anterior, feito no último dia 9, a diferença era de cinco pontos.</p> <p>A pesquisa do Datafolha que detecta aumento da vantagem de FHC é a maior já feita no país. Foram entrevistados 21.074 eleitores em 657 cidades do país, incluindo-se municípios de todos os Estados do país e também do Distrito Federal.</p> <p>A margem de erro da pesquisa é de dois pontos percentuais para cima ou para baixo.</p> <p>Orestes Quécia (PMDB) tem 6% e Enéas Carneiro (Prona) ultrapassou Leonel Brizola (PDT), ao fechar com 5%, contra 4% do ex-governador fluminense. Esperidião Amin (PPR) ficou com 2%.</p> <p>O resultado da pesquisa aponta a maior vantagem de FHC sobre Lula desde o início da campanha: 24 pontos percentuais. Os indecisos representam 10% do eleitorado, e outros 7% estão dispostos ao voto nulo ou em branco.</p> <p>Na pesquisa espontânea, em que não é apresentado um cartão com os nomes dos candidatos, FHC tem 29% contra 14% de Lula.</p> <p>Lula é rejeitado por 40% do eleitorado. FHC tem o veto de 16%. Num eventual segundo turno, FHC venceria por 58% a 30%.</p>

## ANEXO-AS QUADRO-8 N39-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	25/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 916	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC está perto da vitória no 1º turno</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC mantém vantagem; 30% dos indecisos tendem a votar no tucano</b></p> <p><b>JOSÉ ROBERTO DE TOLEDO</b></p> <p>EDITOR DO PAINEL</p> <p>Na última semana, Fernando Henrique Cardoso (PSDB) oscilou de 45% para 47%. Sua vantagem sobre os demais candidatos somados foi de sete para oito pontos percentuais. É o que mostra pesquisa Datafolha feita de 21 a 23 de setembro. Se a eleição fosse hoje, FHC venceria no primeiro turno.</p> <p>Além disso, o tucano também deve ser beneficiado por boa parte dos votos dos indecisos. O Datafolha perguntou a esses eleitores (9% do total) qual candidato tinha mais chances de receber seu voto. 30% deles apontaram o tucano.</p> <p>Segundo o Datafolha, Luiz Inácio Lula da Silva (PT) variou de 21% para 22%.</p> <p>Todos os demais candidatos permanecem onde estavam: Orestes Quércia (PMDB) ficou em terceiro lugar, com 6%; Enéas (Prona) continua em quarto, com 5%; Leonel Brizola (PDT) ainda tem 4%; e Esperidião Amin (PPR) permanece com 2%.</p> <p>Os candidatos do PRN, Carlos Gomes, e do PSC, almirante Fortuna, não atingiram 1% na pesquisa estimulada por cartão. A margem de erro é de dois pontos percentuais para mais ou menos.</p> <p>Depois de FHC, o presidenciável que os 9% de eleitores indecisos disseram ter mais chance de receber seu voto foi Lula (14%), seguido de Quércia (6%), Enéas (4%), Brizola (3%), Amin (2%) e Gomes (1%).</p> <p>Além disso, 46% dos 9% de eleitores indecisos não responderam para qual candidato poderiam dar seu voto em 3 de outubro.</p> <p>A pesquisa Datafolha mostra também uma maior "cristalização" da intenção de voto.</p> <p>Além de os indecisos terem oscilado de 10% para 9%, aumentou o percentual de eleitores que apontaram um candidato na pesquisa espontânea: de 52% há uma semana, para 57%.</p> <p>A maior variação foi a de Fernando Henrique. A intenção de voto espontânea no tucano foi de 29% para 32%. A de Lula também oscilou positivamente, de 14% para 16%. Quércia e Enéas foram de 2% para 3% (a maior que já tiveram) e Brizola e Amin ficaram com o que já tinham: 2% e 1%, respectivamente.</p> <p>Não houve variações maiores do que um ponto percentual na rejeição aos presidenciáveis.</p>

	<p>Fernando Henrique foi de 16% para 17%, Lula ficou em 40%, Quércia permaneceu com 29%, Enéas foi de 32% para 31%, Brizola oscilou de 43% para 42%, Amin ficou com 24%, Fortuna ficou com 23% e Carlos Gomes foi de 22% para 23%.</p> <p>A pesquisa Datafolha foi realizada nos dias 21 a 23 de setembro. Foram entrevistados 16.413 eleitores em 657 municípios de todas as unidades da Federação, incluindo todas as capitais.</p> <p>A direção do Datafolha é exercida pelos sociólogos Antonio Manuel Teixeira Mendes e Gustavo Venturi, tendo como assistentes Mauro Francisco Paulino, Emilia de Franco e a estatística Renata Nunes Cesar.</p>
--	--

## ANEXO-AT QUADRO-8 N340-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	29/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 920	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC tem 47% a 4 dias da eleição</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Adversários não conseguem reduzir vantagem de FHC; Enéas pode ser 3º</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>Fernando Henrique Cardoso (PSDB) manteve 47% das intenções de voto, o suficiente para vencer a eleição presidencial no primeiro turno, se ela fosse disputada ontem. Somados, os adversários do tucano têm 39%.</p> <p>A mais recente pesquisa do Datafolha aponta que Luiz Inácio Lula da Silva (PT) oscilou um ponto positivo e agora tem 23%. Enéas Carneiro (Prona) também oscilou um ponto para cima e fechou com 6%.</p> <p>Pela primeira vez, o candidato do Prona supera Orestes Quércia (PMDB), que oscilou para baixo um ponto, ficando com 5%. Leonel Brizola (PDT) também oscilou para baixo, ficando com 3%, contra os 4% da pesquisa anterior.</p> <p>Esperidião Amin (PPR) manteve seus 2% obtidos na pesquisa dos dias 20 e 22 últimos. O quadro aponta para estabilização da vantagem de FHC em relação aos seus adversários. Na pesquisa anterior, a dianteira de FHC também foi de oito pontos percentuais.</p> <p>Os indecisos passaram de 9% para 8%, e os dispostos ao voto em branco ou nulo permaneceram em 5%. A margem de erro da pesquisa é de dois pontos para mais ou para menos.</p> <p>O candidato tucano vence em todas as regiões do país. Entre todos Estados incluídos na pesquisa do Datafolha, Lula só vence no Rio Grande do Sul (tem 28% contra 23% de FHC).</p> <p>A vantagem de FHC é maior no eleitorado do interior e entre aqueles com escolaridade até o primeiro grau.</p> <p>Num eventual segundo turno, FHC venceria Lula por 59% contra 31%. A pesquisa Datafolha é uma amostragem estratificada, realizada com sorteio aleatório dos entrevistados. Foram entrevistados 21.292 eleitores em 673 municípios de todo o país. A direção do Datafolha é exercida pelos sociólogos Antonio Manuel Teixeira Mendes e Gustavo Venturi, tendo como assistentes Mauro Francisco Paulino, Emilia de Franco e a estatística Renata Nunes Cesar.</p>



## ANEXO-AU QUADRO-8 N41-FHC

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	03/10/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 924	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Com 48%, FHC consolida a chance de ser eleito hoje</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC 48 x 22 LULA</b></p> <p>DA REDAÇÃO</p> <p>O senador Fernando Henrique Cardoso (PSDB), 63, poderá ser eleito hoje presidente do Brasil se confirmar nas urnas a vantagem que lhe dá a última pesquisa do Datafolha. FHC tem 48% das intenções de voto, nove pontos percentuais a mais do que a soma de todos os seus adversários.</p> <p>O principal concorrente do tucano, Luiz Inácio Lula da Silva (PT), 48, aparece em segundo lugar com 22%. A pesquisa do Datafolha, realizada entre os dias 30 de setembro e 1º de outubro, é a maior já feita no país. Foram ouvidos 31.910 eleitores de 670 municípios em todo o país.</p> <p>Segundo a pesquisa, Enéas Carneiro (PRONA), fica em terceiro lugar com 6%. Orestes Quércia, do PMDB, vem a seguir com 5%. Atrás dele estão Leonel Brizola, do PDT, com 4%, e Esperidião Amin, do PPR, com 2%. Os candidatos Carlos Gomes (PRN) e almirante Fortuna (PSC) não atingem 1% sequer.</p> <p>Até anteontem, 8% dos eleitores permaneciam indecisos e 5% diziam que iriam votar em branco ou anular seu voto. A margem de erro da pesquisa é de 2 pontos percentuais para mais ou para menos.</p> <p>No início de maio, pesquisa Datafolha dava a Lula 42% das intenções de voto contra apenas 16% de FHC. Essa diferença de 26 pontos começou a sumir com a criação da nova moeda, o real, em 1º de julho. Nos dias 8 e 9 de agosto, FHC já estava na dianteira com 36% e Lula havia despencado para 29%.</p> <p>Se confirmar seu favoritismo, Fernando Henrique Cardoso será o 38º presidente do Brasil em 105 anos de história republicana. A eleição de hoje é a maior já realizada no país.</p> <p>Além do presidente e de seu vice, o país elegerá 26 governadores de Estado e um do Distrito Federal, 54 senadores, 513 deputados federais e 1.059 deputados estaduais. Na última eleição geral no país, em 1950, o eleitorado era de 11.455.149. Hoje é de 94.768.404. O número eleitores cresceu 727%.</p> <p>O custo da eleição para os cofres públicos está avaliado em cerca de R\$ 130 milhões. O dinheiro gasto pelos 11.964 candidatos dos 20 partidos que disputam eleição hoje em todos os níveis soma, aproximadamente, R\$ 12 bilhões, segundo estimativas do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).</p> <p>Se FHC vencer, terá que ampliar sua base de apoio político. A coligação que apóia o tucano, formada por PSDB, PFL e PTB, deve somar 180 deputados e de 32 a 38 senadores. A avaliação é do Diap (Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar) e do Inesc (Institutos de Estudos Socioeconômicos).</p>

	<p>Para obter maioria absoluta no Congresso, o novo governo necessitará de 297 votos.</p> <p>Em entrevistas exclusivas à Folha publicadas na edição de hoje, cinco dos oito presidentes avaliaram a campanha e fazem projeções sobre o perfil do país após as eleições.</p> <p>FHC afirmou que o projeto de poder da aliança entre PSDB, PFL e PTB por ele encabeçada "pode atravessar o milênio". Luiz Inácio Lula da Silva defendeu a "flexibilização programática" do PT para que tenha apoio maior na classe média.</p> <p>O PT pediu ontem ao TSE que permitisse a distribuição da cédula eleitoral nos locais de votação, por causa da divulgação de cédulas em que aparece em terceiro lugar, em vez de quarto.</p> <p>O TSE negou o pedido, mas intensificou o esclarecimento sobre a cédula na televisão e no rádio (vinha sendo feito duas vezes por dia e passou a ser feito a cada meia hora, a partir de 21h30 de ontem a 17h de hoje)</p> <p>Em 12 Estados, 438 municípios pediram o envio de tropas do Exército para garantir a tranquilidade da votação.</p>
--	--

## ANEXO- AV QUADRO-9 N1-L

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	03/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 863	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula integra real a sua proposta de governo</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula inclui manutenção do real no programa</b></p> <p><b>CARLOS EDUARDO ALVES</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>A manutenção do real como moeda do país agora faz parte da estratégia de campanha e do programa de Luiz Inácio Lula da Silva, candidato do PT à Presidência da República.</p> <p>A decisão foi tomada com base em pesquisas qualitativas encomendadas pelo partido.</p> <p>Os trabalhos revelaram que o eleitorado, ainda que mantenha desconfiança que o Plano Real pode acabar logo após a eleição, aposta na força da nova moeda.</p> <p>Lula começou a explicitar a mudança de discurso no início da noite de ontem em comício no bairro paulistano da Lapa. "Estão espalhando que vamos acabar com o real. Mas nós vamos é colocar mais reais no bolso do povo", disse o candidato.</p> <p>"O trabalho agora é para deixar claro que quem vai consolidar a moeda é Lula", afirmou o presidente do PT, Rui Falcão.</p> <p>O temor de associar a candidatura Lula ao final da nova moeda é tanto que o próprio candidato comparou o "boato" aos rumores espalhados em 89 que apontavam nele a intenção de sequestrar a poupança. "No final eles (o governo Collor) é que fizeram isso".</p> <p>O eixo da retórica petista guarda, no entanto, uma certa dose de pragmatismo. Lula não quis dar uma nota ao Plano Real. "A questão não é de dar nota", desconversou quando solicitado a avaliar as medidas econômicas.</p> <p>A cautela é motivada parte pela parcela da população que a pesquisa petista detectou estar desconfiada da duração do real. Parte também de uma análise de economistas do partido que vêem dificuldades no caminho do real.</p> <p>Alguns economistas ligados a Lula acreditam que a defasagem cambial possa causar problemas na gestão do plano, assim como se vislumbra a possibilidade de o caixa do governo ser pressionado pela defasagem das tarifas públicas.</p> <p>Na parte política, Lula reforçou a tentativa de qualificar a aliança liderada por Fernando Henrique Cardoso (PSDB-PFL-PTB) como a repetição da junção de forças que elegeu Fernando Collor em 89. Os termos utilizados pelo petista foram duros. "O Fernando Henrique tem é</p>

	<p>que explicar a corja que está no palanque dele", afirmou ao citar a aliança PSDB-PFL.</p> <p>Com a repetição insistente da palavra corja (grupo de pessoas desprezíveis), Lula fez em quase todas as suas declarações de ontem a ligação entre FHC e o grupo que ajudou a eleger Collor. "O palanque dele (FHC) traz uma lembrança forte do Collor em 89", afirmou o candidato petista. A imagem do palanque será usada no horário gratuito de TV do PT.</p> <p>A idéia é mostrar que FHC representa hoje todos aqueles que estiveram no poder nas últimas décadas e que, portanto, seriam os pais da crise social brasileira.</p>
--	---

## ANEXO- AW QUADRO-9 N2-L

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	05/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 865	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Conheça perfis dos eleitores de Lula e FHC</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula tem liderança entre os descamisados</b></p> <p><b>ANTONIO MANUEL TEIXEIRA MENDES</b></p> <p>DIRETOR-EXECUTIVO DO DATAFOLHA</p> <p>Os observadores mais atentos dos resultados das pesquisas eleitorais sabem que o apoio a Fernando Henrique Cardoso (PSDB) é maior entre eleitores de maior renda e maior escolaridade, ou seja, quanto mais instruído e mais bem remunerado o eleitor, maior a inclinação por sua candidatura.</p> <p>Se esse perfil é nítido no caso de FHC, o mesmo não acontece com a candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva (PT), que tem apoio estatisticamente homogêneo nos diferentes grupos de escolaridade e renda. No entanto, informações sobre a participação no mercado de trabalho ajudam a caracterizar melhor os eleitorados dos dois principais candidatos.</p> <p>Embora o PT seja reconhecido como expressão mais organizada e politicamente ativa dos trabalhadores, a vantagem de Lula sobre FHC é muito maior, justamente, nas faixas dos trabalhadores situados à margem das relações formais de trabalho, os "descamisados" que ajudaram Fernando Collor a derrotar Lula na campanha de 1989.</p> <p>A tabela ao lado mostra que é entre os eleitores situados no ponto mais baixo da pirâmide social e nas franjas do sistema político –os assalariados sem carteira e autônomos não estabelecidos com renda familiar até cinco salários mínimos e escolaridade até 1º Grau– que Lula encontra hoje os votos que ajudam a garantir seu empate estatístico com FHC. Nesse segmento Lula tem 11 pontos percentuais à frente do candidato tucano.</p> <p>Já entre os assalariados com carteira, funcionários públicos e autônomos estabelecidos, a distância é bem menor entre as duas candidaturas. Sendo que, entre os de renda e escolaridade mais baixas, a vantagem é a favor de Lula e, entre os de maior renda e escolaridade, a favor de Fernando Henrique Cardoso.</p> <p>Na população economicamente ativa a maior diferença entre as candidaturas se verifica na categoria dos empregadores: 43% a 25% a favor de FHC. Entre os eleitores que estão fora da população economicamente ativa – basicamente aposentados e donas-de-casa – o que mais chama atenção, conforme o esperado, são as altas taxas de eleitores que não escolheram candidatos: 21% entre os aposentados, chegando a 26% entre as donas-de-casa. Entre estas há empate estatístico dos dois candidatos, mas, entre os aposentados, é muito maior a indicação por FHC (37% a 26%). É com essa distribuição das preferências que os candidatos iniciam o horário eleitoral gratuito. Mas os estrategistas políticos sabem que a grande disputa será pela maioria mais pobre e menos instruída, tradicionalmente mais instável em suas opções e mais sujeita a mudanças de última hora.</p>

## ANEXO- AX QUADRO-9 N3-L

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	08/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 868	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula diz que fará reforma agrária pelo valor venal</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula diz que desapropriará terras por preços abaixo do mercado</b></p> <p><b>ELVIS CESAR BONASSA ; ARI CIPOLA</b></p> <p>DA SUCURSAL DE BRASÍLIA</p> <p>ARI CIPOLA</p> <p>A desapropriação de terras para reforma agrária será feita, num eventual governo de Luiz Inácio Lula da Silva (PT), pelo valor venal das propriedades, não pelo preço de mercado.</p> <p>"Se o fazendeiro tiver uma fazendona, mas pagar imposto correspondente a uma fazendinha, vai receber o valor de uma fazendinha", disse Lula durante comício na Ceilândia (cidade-satélite de Brasília).</p> <p>Valor venal é o preço usado para cálculo de impostos. Fica normalmente muito abaixo do valor real das propriedades.</p> <p>Na noite de anteontem, em Maceió, o candidato a vice, Aloizio Mercadante, já havia radicalizado o discurso em relação à reforma agrária. "Vai acabar o latifúndio, nós vamos fazer reforma agrária nas terras dos usineiros", disse o vice.</p> <p>Como de hábito em seus comícios, Lula contou em Ceilândia uma história para abordar o tema. O candidato disse que estava conversando com um fazendeiro que teve terras desapropriadas pelo Incra e reclamava do pagamento.</p> <p>Segundo a narrativa, esse fazendeiro teria perguntado: "Seu Lula, como o senhor vai pagar as terras desapropriadas?". O candidato teria respondido: "Vou pagar a terra pelo preço que você paga de impostos".</p> <p>No discurso, Lula afirmou que a reforma agrária não é apenas uma prioridade para o PT. "Para nós, a reforma agrária é uma profissão de fé". Depois, repetiu a promessa de assentar 800 mil famílias caso chegue à Presidência.</p> <p>O comício de ontem na Ceilândia reuniu cerca de 5.000 pessoas, segundo a Polícia Militar, e 10 mil, segundo os organizadores. Foi o maior comício do PT no DF durante esta campanha.</p> <p>Antes de Lula, discursou o candidato a vice, Aloizio Mercadante (PT). Ele também insistiu no tema da reforma agrária.</p> <p>"Os usineiros estão assustados, a UDR (União Democrática Ruralista) está assustada, porque vai ter reforma agrária neste país".</p> <p><b>UDR</b></p>

	<p>Em Presidente Venceslau (SP), o presidente nacional da UDR, Roque Roosevelt dos Santos, disse que Lula precisa aprender que a lei "existe para ser respeitada".</p> <p>Segundo ele, a afirmação do candidato petista de que vai desapropriar terras pelo valor venal "é feita para engodar o povo".</p> <p>"Se ele for eleito, vai ter que agir de acordo com a atual Constituição, que diz que o caminho da lei que vai definir o valor a ser pago é uma ação indenizatória e não a vontade do presidente da República", disse Roosevelt.</p> <p><b>Terras dos usineiros</b></p> <p>A promessa de desapropriar terras de usineiros foi um dos motes da campanha de Fernando Collor de Mello ao governo de Alagoas, junto com a caça aos marajás.</p> <p>Collor tentou desapropriar as terras e acabou perdendo na Justiça. O resultado foram dois acordos que acabaram favorecendo os usineiros.</p> <p>Fora do palanque, após o discurso em Maceió, Mercadante relativizou a declaração. "Vamos tocar só em terras improdutivas".</p> <p>O problema é que, em Alagoas, praticamente não há terras improdutivas nas mãos de usineiros. Cerca de 60% das terras estão ocupadas pela cana-de-açúcar.</p> <p>O restante se divide em outras culturas ou terras não-férteis. Isso significa que, pelo menos naquele Estado, a promessa de palanque não vai poder ser cumprida.</p>
--	--

## ANEXO-AY QUADRO-9 N4-L

NOME DO JORNAL	DATA
Folha de São Paulo	10/08/1994
Nº DA EDIÇÃO	EDITORIA
Nº 23, 870	Caderno Supereleições/Especial
TÍTULO DA MATÉRIA	<p data-bbox="595 465 1422 499"><b>PT acha que perdeu a classe média e decide mudar a campanha de Lula</b></p> <p data-bbox="595 533 1230 566"><b>CARLOS EDUARDO ALVES; AMÉRICO MARTINS</b></p> <p data-bbox="595 600 922 633">DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p data-bbox="595 667 799 701">Erramos: 11/08/94</p> <p data-bbox="595 734 1449 824">A foto da capa deste caderno, que mostra o candidato Lula observando seu programa eleitoral na TV, saiu com crédito errado. Ela é de autoria de L. C. Leite.</p> <p data-bbox="595 857 1449 947">O PT avalia que Luiz Inácio Lula da Silva já perdeu a batalha pela maioria dos votos da classe média. Por isso, a tendência é dirigir cada vez mais o discurso do candidato para a parcela mais pobre do eleitorado.</p> <p data-bbox="595 981 1449 1126">A dúvida que existe no comando da campanha petista é se a admissão do avanço de FHC na classe média implica radicalização das propostas de Lula. Já está decidido que serão cada vez mais fortes os ataques a FHC, aproveitando-se principalmente da presença de Marco Maciel (PFL) em sua chapa.</p> <p data-bbox="595 1160 1449 1249">Mas a radicalização política contra seu principal adversário, receitada pelo próprio Lula, não necessariamente está amarrada à esquerdização das propostas de governo do candidato.</p> <p data-bbox="595 1283 1449 1406">O PT e Lula querem esperar até setembro para avaliar o quadro eleitoral. Se persistir a tendência de queda de Lula, é provável que seja abandonado o esforço dos últimos anos para apresentar a candidatura com uma face mais cordata.</p> <p data-bbox="595 1440 1449 1529">A opção pelos "excluídos", o jargão petista para designar a parcela miserável da população, significa que o marketing de Lula será centrado mais ainda em questões como desemprego e fome.</p> <p data-bbox="595 1563 1449 1653">Ainda na área de marketing, começam a pipocar no PT críticas à condução do programa de TV de Lula. A restrição maior é sobre a falta de criatividade do espaço dirigido pelo publicitário Paulo de Tarso Santos.</p> <p data-bbox="595 1686 1449 1809">A monitoração política do programa é feita por Rui Falcão, presidente nacional do PT. Embora as críticas sejam sobre a forma e não sobre o conteúdo, tem-se como certo no partido que modificações só serão feitas se Lula exigir.</p> <p data-bbox="595 1843 1449 1899">Ontem, em Juiz de Fora (MG), o candidato afirmou que seus programas de TV vão ser mais agressivos nas críticas a FHC.</p> <p data-bbox="595 1933 1449 1989">Segundo Lula, o PT vai "mostrar a diferença entre as pessoas que falam que vão fazer quando são candidatos e que não fazem quando são governo".</p> <p data-bbox="595 2022 1449 2078">O petista comparou os programas a uma luta de boxe, dizendo que o primeiro assalto serve para os lutadores se conhecerem.</p>



	<p>O candidato passou o dia de anteontem assistindo e analisando os programas eleitorais de seus adversários. A partir disso, ficou definida a nova estratégia do partido.</p> <p><b>Agenda</b></p> <p>Os problemas da campanha petista também chegaram até o círculo mais próximo do candidato. Vander Prado, assessor de confiança de Lula há vários anos, vai supervisionar diretamente a elaboração da agenda do presidenciável.</p> <p>Hamilton Pereira, da Executiva do partido, é o atual responsável pela agenda e poderá até continuar formalmente a cuidar dela.</p> <p>Mas será de Vander a palavra final sobre a programação do candidato. Pereira é assediado pelos diretórios dos locais a serem visitados por Lula com propostas de roteiros que muitas vezes servem mais aos interesses locais do PT do que à candidatura presidencial.</p> <p>Lula acaba, na maioria das vezes, cumprindo uma programação cansativa e sem retorno eleitoral.</p> <p>A coligação que apóia Lula decidiu ontem ampliar de 19 para 25 membros a coordenação da campanha. PSB, PPS, PC do B, PSTU, PCB e PV terão direito a indicar um representante de cada legenda para o trabalho com mais 19 pessoas indicadas pelo PT ou Lula.</p> <p>O PSB ainda reluta em aceitar a decisão. A discussão é formal, já que o peso político das outras legendas é insignificante diante da estrutura do PT, que foi transplantada para o comando da frente.</p> <p>Colaborou AMÉRICO MARTINS, enviado especial a Juiz de Fora (MG)</p>
--	--

## ANEXO-AZ QUADRO-9 N5-L

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	25/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 885	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula modifica o comando de sua campanha</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula decide reduzir poder de radicais</b></p> <p><b>CARLOS EDUARDO ALVES</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>Luiz Inácio Lula da Silva mudou a coordenação de sua campanha. Desde ontem, três petistas de absoluta confiança de Lula passam a integrar o núcleo de decisão da candidatura.</p> <p>O presidenciável indicou Paulo Vanucchi (seu assessor há muitos anos), Paulo Okamoto (amigo dos tempos de sindicalismo em São Bernardo do Campo) e Gilberto Carvalho (secretário do PT e um dos seus representantes nas discussões internas) para assumirem a coordenação política e operacional da campanha.</p> <p>Os três escolhidos por Lula vão trabalhar com o candidato, Aloizio Mercadante (candidato a vice), Rui Falcão (presidente do PT) e Luiz Eduardo Greenhalgh .</p> <p>Falcão e Greenhalgh fazem parte, respectivamente, das correntes de esquerda e extrema-esquerda do PT, que até ontem davam as cartas na coordenação da campanha, que é composta de 26 pessoas.</p> <p>O núcleo ligado a Lula tem agora 4 das 6 vagas da cúpula da coordenação. Antes, Falcão e Greenhalgh tinham somente a companhia de Mercadante (ligado a Lula) na hora de tomar as decisões.</p> <p>Antes da divulgação da notícia sobre a tomada da direção da campanha nas mãos de Lula, Falcão havia reagido ao que ainda era idéia do grupo mais próximo a Lula de mudar o comando eleitoral.</p> <p>"Quem elegeu essa coordenação foi o Diretório Nacional e não há mudança de composição interna no partido", afirmou o presidente nacional do PT. Tratava-se de um recado que os donos da máquina burocrática petista não estavam dispostos a ceder à corrente mais moderada do partido, que é ligada a Lula.</p> <p>O candidato estava cansado das inconclusivas e intermináveis reuniões da direção do partido para definir questões simples.</p> <p>Lula concluiu que se a tomada de decisões não fosse mais ágil não haveria chance de recuperar pontos perdidos nas pesquisas.</p> <p>Além disso, avaliou como fraca a organização existente até ontem na campanha. Lula tem repetido uma frase nas conversas com amigos: "Só tem campanha nos lugares em que eu e o Aloizio vamos."</p> <p>A partir da próxima semana, vão viajar para os Estados os membros da coordenação que não pertenceram ao núcleo que passa a deter as decisões. O trabalho é para monitorar as campanhas estaduais, integrando-as no</p>

	<p>esforço de tentar garantir o segundo turno contra FHC.</p> <p>O comportamento do grupo trotskista "Democracia Socialista", que tem dois membros entre os 26 da coordenação, também ajudou Lula a tomar a direção da campanha.</p> <p>A ala incentivou os petistas da Paraíba a desatarem orientação da cúpula petista para a retirada da candidatura própria ao governo local, inviabilizando assim o apoio do senador Antônio Mariz (PMDB) a Lula.</p> <p>A avaliação do grupo mais próximo a Lula é de que a militância petista voltou a participar da campanha, mas que a falta de organização e de agilidade do comando da campanha estavam impedindo a recuperação eleitoral do candidato.</p>
--	--

## ANEXO-AZ QUADRO-9 N5-L

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	25/08/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 885	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula modifica o comando de sua campanha</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula decide reduzir poder de radicais</b></p> <p><b>CARLOS EDUARDO ALVES</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>Luiz Inácio Lula da Silva mudou a coordenação de sua campanha. Desde ontem, três petistas de absoluta confiança de Lula passam a integrar o núcleo de decisão da candidatura.</p> <p>O presidenciável indicou Paulo Vanucchi (seu assessor há muitos anos), Paulo Okamoto (amigo dos tempos de sindicalismo em São Bernardo do Campo) e Gilberto Carvalho (secretário do PT e um dos seus representantes nas discussões internas) para assumirem a coordenação política e operacional da campanha.</p> <p>Os três escolhidos por Lula vão trabalhar com o candidato, Aloizio Mercadante (candidato a vice), Rui Falcão (presidente do PT) e Luiz Eduardo Greenhalgh .</p> <p>Falcão e Greenhalgh fazem parte, respectivamente, das correntes de esquerda e extrema-esquerda do PT, que até ontem davam as cartas na coordenação da campanha, que é composta de 26 pessoas.</p> <p>O núcleo ligado a Lula tem agora 4 das 6 vagas da cúpula da coordenação. Antes, Falcão e Greenhalgh tinham somente a companhia de Mercadante (ligado a Lula) na hora de tomar as decisões.</p> <p>Antes da divulgação da notícia sobre a tomada da direção da campanha nas mãos de Lula, Falcão havia reagido ao que ainda era idéia do grupo mais próximo a Lula de mudar o comando eleitoral.</p> <p>"Quem elegeu essa coordenação foi o Diretório Nacional e não há mudança de composição interna no partido", afirmou o presidente nacional do PT. Tratava-se de um recado que os donos da máquina burocrática petista não estavam dispostos a ceder à corrente mais moderada do partido, que é ligada a Lula.</p> <p>O candidato estava cansado das inconclusivas e intermináveis reuniões da direção do partido para definir questões simples.</p> <p>Lula concluiu que se a tomada de decisões não fosse mais ágil não haveria chance de recuperar pontos perdidos nas pesquisas.</p> <p>Além disso, avaliou como fraca a organização existente até ontem na campanha. Lula tem repetido uma frase nas conversas com amigos: "Só tem campanha nos lugares em que eu e o Aloizio vamos."</p> <p>A partir da próxima semana, vão viajar para os Estados os membros da coordenação que não pertenceram ao núcleo que passa a deter as decisões. O trabalho é para monitorar as campanhas estaduais, integrando-as no</p>

	<p>esforço de tentar garantir o segundo turno contra FHC.</p> <p>O comportamento do grupo trotskista "Democracia Socialista", que tem dois membros entre os 26 da coordenação, também ajudou Lula a tomar a direção da campanha.</p> <p>A ala incentivou os petistas da Paraíba a desatarem orientação da cúpula petista para a retirada da candidatura própria ao governo local, inviabilizando assim o apoio do senador Antônio Mariz (PMDB) a Lula.</p> <p>A avaliação do grupo mais próximo a Lula é de que a militância petista voltou a participar da campanha, mas que a falta de organização e de agilidade do comando da campanha estavam impedindo a recuperação eleitoral do candidato.</p>
--	--

## ANEXO-BB QUADRO-9 N7-L

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	26/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 917	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>PT faz último comício em SP</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula chora em SP e ataca o preconceito</b></p> <p><b>CARLOS EDUARDO ALVES</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>Luiz Inácio Lula da Silva deu o tom emocional ao seu comício de ontem no vale do Anhangabaú, em São Paulo, ao "entrevistar" um menino de rua na abertura de seu discurso.</p> <p>Lula chorou ao conversar com Eduardo Ferreira Gomes, 10, o menino de rua. "Se não mudar a vida dele (Eduardo), não vale a pena ser um ser humano nesse país", disse Lula. Eduardo afirmou ser filho de mãe "doida" e de pai alcoólatra.</p> <p>Ao fim do comício, Lula levou o garoto para casa. "Tenho medo de morrer, mas vou dormir na rua", disse a criança, que reclamou ainda ser vítima de espancamento dos pais. A conversa de Lula com Eduardo provocou o choro de muitas das pessoas presentes.</p> <p>Os organizadores calcularam o público em 120 mil pessoas. A PM estimou em 100 mil. A atriz Camila Pitanga teve uma crise de choro ao ouvir o relato da vida do menino de rua. O sindicalista Vicente Paulo da Silva, o Vicentinho, não segurou as lágrimas.</p> <p>Lula declarou que a falta de escolaridade é um dos defeitos que muitos eleitores apontam em sua formação para negar-lhe o voto. "Mas diploma universitário não é sinônimo de competência", disse.</p> <p>O candidato listou ainda a falta de experiência administrativa, que é também apontada como uma lacuna em seu currículo, como um dado preconceituoso. "Graças a Deus, nunca governei nada. A experiência deles (adversários) é que levou o país à desgraça", afirmou o petista.</p> <p>Depois de fazer a defesa de negros, mulheres e deficientes físicos, Lula encerrou o tema preconceito falando na terceira pessoa. "Se não tivesse competência, o Lula não estaria onde está".</p> <p>Faltando uma semana para a eleição, o PT decidiu investir no discurso emocional para combater o preconceito que julga estar sendo fatal para a candidatura Lula.</p> <p>"Nossas pesquisas mostram que a principal razão da rejeição ao Lula está no preconceito", afirmou Gilberto Carvalho, secretário-geral do PT. Lula atacou FHC. "Só falta o PC no palanque dele". O candidato a vice do PT, Aloizio Mercadante, desafiou Marco Maciel, candidato a vice do tucano. "Vamos abrir a conta-fantasma da campanha de 90 em Pernambuco e vamos ver quem é que está com o rabo preso com o PC", disse Mercadante.</p>

	<p>O comício do PT, o maior realizado até agora pelo partido na atual campanha eleitoral, teve a participação de artistas. A principal atração foi Chico Buarque, que no palanque vestiu a camiseta de campanha do petista. Também participaram do comício, entre outros, Camila Pitanga, Janaina Diniz, Leticia Sabatella, Antônio Grassi, Marcos Winter, Hugo Carvana, Luiz Melodia, Sérgio Mamberti e os grupos Racionais, RPM e Olodum. Antes do Hino Nacional, que encerrou o discurso de Lula, o candidato conclamou a militância a fazer boca-de-urna.</p>
--	---

## ANEXO- BC QUADRO-9 N8-L

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	29/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 920	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula quer continuar 'caravana' se perder</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula já planeja sua vida sem vitória</b></p> <p><b>AMÉRICO MARTINS</b></p> <p>ENVIADO ESPECIAL A BELO HORIZONTE</p> <p>O petista Luiz Inácio Lula da Silva já começa a planejar o que vai fazer da vida caso perca a eleição presidencial. Ele pretende continuar viajando pelo país, como vem fazendo há mais de um ano.</p> <p>Em abril de 93, Lula começou a percorrer o Brasil em viagens que os petistas apelidaram de "caravanas da cidadania".</p> <p>O próprio candidato gosta de repetir em todos os seus comícios que percorreu nas viagens cerca de 41 mil quilômetros, visitando todos os Estados do país. Ontem pela manhã, em Belo Horizonte, Lula afirmou que sua vida não depende da vitória na disputa eleitoral. "A eleição é apenas uma etapa da minha vida", disse.</p> <p>Ele chegou a dizer que viveu 49 anos sem ganhar uma eleição presidencial e que, por isso, pode continuar vivendo normalmente, caso seja derrotado por Fernando Henrique Cardoso (PSDB).</p> <p>Segundo o candidato petista, seu projeto é "organizar a sociedade brasileira". Ele não esclareceu de que forma vai fazer isso e nem mesmo que tipo de organização deseja para a população.</p> <p>No entanto, deixou entender que planeja continuar dando ênfase à sua atividade partidária.</p> <p>"É possível que uma ou duas semanas depois da eleição eu já esteja viajando, organizando alguma atividade partidária pelo país".</p> <p>Lula criticou seus adversários. Sem citar nomes, ele afirmou que alguns políticos só viajam o país em época de eleição.</p> <p>O candidato voltou a dizer que vai continuar conversando com FHC, qualquer que seja o resultado das eleições.</p> <p>Ele não quis confirmar se as conversas incluíam uma eventual composição para o próximo governo. Creditou o bom relacionamento com o adversário a uma "amizade de 16 anos".</p> <p>Antes de dar essas declarações a uma emissora de rádio de Minas, o petista disse que estava curioso para conhecer algumas regiões do interior de Minas Gerais.</p> <p><b>Inimigo invisível</b></p>



	<p>Ontem, antes de viajar a Brasília, o candidato admitiu que a maior dificuldade de sua campanha foi criticar o Plano Real. Ele classificou o programa econômico de "inimigo invisível, que não pede votos a ninguém". Mas disse não acreditar que o seu partido tenha cometido erros na campanha.</p> <p>Lula manifestou preocupação com o crescimento de Enéas Carneiro (Prona), nas pesquisas eleitorais. Ele avalia que Enéas representa "o lado fascista da eleição".</p> <p>O candidato também se disse surpreso com o desempenho de Orestes Quécia (PMDB) e Leonel Brizola (PDT). Caso os dois subissem alguns pontos percentuais, o PT ficaria mais próximo de disputar o segundo turno da eleição.</p>
--	--

## ANEXO- BD QUADRO-9 N9-L

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	30/09/1994
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 23, 921	Caderno Supereleições/Especial
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula propõe negociação com tucano</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula propõe conversa com FHC após eleição para manter inflação baixa</b></p> <p><b>CLÓVIS ROSSI</b></p> <p>DA REPORTAGEM LOCAL</p> <p>O candidato do PT à Presidência da República, Luiz Inácio Lula da Silva, propôs ontem abrir uma "política de conversação" entre ele e o presidenciável tucano, Fernando Henrique Cardoso, seja qual for o vencedor da eleição.</p> <p>Lula foi além: definiu até o item mais importante da agenda para esse diálogo: "Estou convencido de que, independentemente de quem ganhe a eleição, nós temos de fazer um esforço muito grande para que a inflação não volte mais neste país", afirmou Lula em entrevista exclusiva à Folha.</p> <p>O candidato do PT incluiu "a retomada do desenvolvimento e a reforma tributária" como os outros pontos prioritários desse diálogo. A estabilidade da economia, o desenvolvimento e a reforma tributária são, exatamente, três das prioridades de FHC.</p> <p>Lula falou à Folha logo após o café da manhã, no hotel Luxor Regente, em Copacabana, zona Sul do Rio, no qual se hospedou após o comício da noite de quarta-feira.</p> <p>As declarações do candidato do PT acabam sendo uma resposta indireta aos acenos igualmente indiretos que lideranças do PSDB e o próprio FHC vêm fazendo ao PT (leia reportagem a respeito na página Especial-3).</p> <p>Combinam fortemente, por exemplo, com a proposta de um dos principais líderes tucanos, o ministro da Fazenda Ciro Gomes, no sentido de que a "hegemonia moral e intelectual (do próximo governo) deve ser do eixo PSDB/PT".</p> <p>Intenção parecida tem o comando da campanha de FHC. Na semana passada, Sérgio Motta, secretário-geral do PSDB, especulava: "Por que não dar o Ministério da Educação todo ao PT?".</p> <p>Como a Folha já informou ontem, há no PSDB a intenção de preservar ao máximo a figura de Lula, mesmo quando for necessário fazer críticas duras ao PT.</p> <p>Lula devolveu a gentileza, na entrevista à Folha: "Nós precisamos estabelecer relações políticas e de amizade como sempre tivemos. Não vejo nenhuma razão para romper uma relação pessoal de 16 anos por mais que você possa ter discordâncias políticas".</p> <p>O candidato do PT já raciocina além do episódio eleitoral em si ao defender a "política de conversação". Sua análise: "Independentemente de quem ganhe ou perca, os nossos partidos terão influência no Congresso e na sociedade e</p>

	<p>precisamos contribuir para tudo aquilo que for importante para o Brasil".</p> <p>Lula deixou claro, ao longo da conversa com a Folha, que o diálogo com FHC deveria começar logo após terminar a apuração, hipótese que vale tanto para uma eventual definição no primeiro turno como para o caso de a decisão ficar para 15 de novembro.</p>
--	--

## ANEXO-BE QUADRO-10 N1-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	14/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.827	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Ciro e FHC criticam posições de Lula</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC critica os que ‘gabam’ o regime militar</b></p> <p>A três semanas das eleições, o presidente Fernando Henrique Cardoso elevou o tom da defesa de seu governo e atacou indiretamente o candidato Luiz Inácio Lula da Silva (PT).</p> <p>Em seminário de comemoração dos 50 anos do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), no Rio, disse não entender por que candidatos estão "gabando" o modelo do governo militar, que, para ele, criou uma máquina estatal "clientelística" e "mastodôntica".</p> <p>Segundo ele, seu principal feito, o controle da inflação, ajudou a corrigir a corrupção endêmica, desconcentrar a renda e dar valor à renda dos trabalhadores, ainda que o aumento numérico não tenha sido o desejável. A queda de renda dos trabalhadores e a pequena queda da concentração de renda, foram as principais críticas que recebeu nesta semana.</p> <p>Ainda sobre as eleições, FHC considerou "abstrato" o debate sobre a criação de empregos porque hoje não há um assunto mais concreto, uma "chaga aberta" para discutir. No plano global, o presidente lembrou que enfrentou cinco crises financeiras e disse não saber se as turbulências vieram para ficar, o que demandaria a continuidade de suas estratégias de desenvolvimento.</p> <p>O presidente Fernando Henrique Cardoso argumentou que não destruiu a máquina estatal com a privatização _crítica frequente da oposição_, mas reorganizou o seu funcionamento.</p> <p>FHC fez elogios à participação de movimentos sociais no processo democrático, mas chamou o MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra) de "agressivo".</p> <p>Leia a seguir os principais trechos do discurso do presidente:</p> <p><b>MILITARES</b> - "Certamente, o planejamento do qual falo hoje, o próprio Ministério do Planejamento e Orçamento, não tem muito a ver com o planejamento do tempo dos governos militares. Diga-se de passagem, não sei porque estão gabando tanto esse planejamento hoje em dia. Eu já ouvi os candidatos falando com louvor, talvez porque não conheçam os meandros de como funcionavam as instituições."</p> <p><b>QUEDA DA RENDA</b> - "O simples fato de se estabilizar a moeda já gerou uma certa folga, porque não se trata apenas de ver numericamente se subiu ou não subiu a renda. É mais do que isso. A renda era fictícia no passado. Sumia, desaparecia. Rapidamente era consumida pela inflação a renda dos mais pobres."</p> <p><b>REFORMA DO ESTADO</b> - "Só aqueles que têm experiência direta com o aparelho de Estado se deram conta ou podem dar o testemunho a que grau nós chegamos de falta de capacidade de ter qualquer política, pela falta de informação, pela falta de estímulo, pela desorganização, e pela corrupção, tudo isso fruto de alguma maneira do processo inflacionário que durou algumas décadas."</p>

**PRIVATIZAÇÃO** - "A despeito de ter havido um forte investimento privado e até privatização, o Estado continuou a ter um papel significativo na definição de objetivos e políticas."

**CLIENTELISMO** - "Obviamente que a intervenção clientelística tradicional desapareceu totalmente, por exemplo, nas empresas de telefonia, onde antes isso era rotina dos partidos. Eram cento e tantos diretores."

**MASTODONTE SOCIAL** - "A Constituição brasileira mandava descentralizar. O Estado era mastodôntico. Era grande, incompetente e mole. Não tinha capacidade efetiva de atuar. Foi preciso descentralizar a educação e a saúde".

**MST** - "Ao se democratizar, naturalmente o que houve foi uma maior porosidade do Estado para poder dialogar com essas múltiplas formas de organizações não-governamentais e movimentos sociais, inclusive os mais agressivos, como é o MST, que, vez por outra, além de invadir a fazenda do presidente, vem ao gabinete do presidente para conversar com ele. O que é uma coisa positiva, mesmo que venham depois sair lá fora e falar mal, tudo errado."

**TURBULÊNCIA VAI FICAR** - "É muita turbulência. Só que essa turbulência, pelo o que eu tenho visto pelo que tenho lido nos jornais que os senhores têm dito aqui, parece que vai ficar. Parece que não é uma turbulência passageira, é uma turbulência que ameaça continuar por muito tempo, sabe Deus quanto."

**ELEIÇÕES** - "Não há uma situação de mal-estar social. De vez em quando se vê que há, mas não é uma coisa sensível do ponto de vista político. Quando se vê a discussão da campanha eleitoral, se fala de temas abstratos. E aí se faz uma luta simbólica: quem vai gerar mais empregos e não sei o que. Mas não se está tocando em alguma coisa que seja uma chaga aberta, porque essa chaga existe, mas não está aparecendo."

#### **Ciro diz que Lula se cala por oportunismo**

O candidato do PPS à Presidência, **Ciro Gomes**, fez ontem duras críticas a **Luiz Inácio Lula da Silva**. O fato de o presidenciável petista não tê-lo defendido dos ataques do tucano **José Serra** levou **Ciro** a dizer que **Lula** é oportunista. **Ciro** disse que, quando estava em segundo lugar nas pesquisas e a "máquina de safadeza do governo e do senhor **Serra** levantou" as denúncias contra o PT e o seu presidente, **José Dirceu**, no caso da Prefeitura de Santo André, ele "partiu em defesa" do petista.

O presidenciável do PPS afirmou que, sem consultar seus assessores, defendeu **Dirceu** por entender que o PT é, "na média, de gente séria" e que as "instituições públicas não podem destruir nomes honrados, pessoas sérias". "Agora, o que o **Lula** está fazendo? Orientado por marquetagem, calou-se diante de tudo isso, de escuta telefônica, de dossiê, de denúncias infundadas. O **Lula** me conhece há mais de 20 anos. Calou-se por conveniência, por oportunismo", afirmou em entrevista à rádio Inconfidência, de Belo Horizonte. E concluiu: "Porque agora virou uma pessoa rendida ao sistema, acreditando que por aí vai remover o preconceito contra ele e ganhar a Presidência da República. É um erro e ele vai pagar muito caro desta vez", afirmou.

Pela manhã, em São Paulo, na inauguração de um comitê negro de apoio à sua chapa em São Paulo, **Ciro** referiu-se a **Serra** como "inescrupuloso" e afirmou que o tucano esteve "entranhado nas mal cheirosas" privatizações quando ocupou o Ministério do Planejamento.

"**Serra**, que foi ministro do Planejamento, que esteve entranhado nas mal cheirosas privatizações brasileiras, que está comprometido até a medula com o nível de entrega da economia ao interesse especulativo estrangeiro, vir prometer 8 milhões [de empregos], para mim, é um insulto à dignidade das pessoas que estão humilhadas, batendo de porta em porta atrás de um emprego." **Ciro** prometeu, caso

	<p>eleito, nomear negros para seu ministério.</p> <p><b>Propaganda eleitoral</b></p> <p>O ministro-auxiliar do TSE (Tribunal Superior Eleitoral) José Gerardo Grossi concedeu liminar proibindo o presidenciável Ciro Gomes (PPS) de veicular a propaganda em que ele teria responsabilizado José Serra (PSDB), ex-ministro da Saúde, por suicídios de servidores demitidos no Rio.</p> <p>A propaganda, que foi veiculada no último dia 10, mostrou a demissão de servidores da Fiocruz chamados "mata-mosquitos", no Rio, durante a gestão de Serra no ministério. Grossi reproduziu o seguinte trecho do bloco: "Várias pessoas morreram por causa da irresponsabilidade do ministério [da Saúde]. Nove se suicidaram logo após ser demitidas [...]".</p> <p>Os advogados de Serra moveram representação contra Ciro acusando-o de ofensa. "A uma primeira vista, parecem afirmações que, ao lado de não corresponderem à verdade, estariam ofendendo a honorabilidade do representado José Serra", afirmou Grossi na liminar.</p> <p>Em outra decisão, o ministro-auxiliar Caputo Bastos proibiu Serra de veicular a inserção contra Anthony Garotinho (PSB) em que crítica a sua gestão como governador do Rio. Grossi e Caputo decidirão depois, no exame de mérito das representações, se concedem ou não o direito de resposta pedido pelos candidatos. Em seguida, o plenário do TSE ainda poderá examinar cada caso.</p>
--	--

## ANEXO-BF QUADRO-10 N2-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	15/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.828	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula e Serra preparam ‘guerra fria’</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Em silêncio, Lula e Serra recolhem ‘munição’</b></p> <p>Com a crescente troca de farpas, as campanhas de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e de José Serra (PSDB) recolheram mais munição pesada uma sobre a outra.</p> <p>Todas as campanhas presidenciais possuem departamentos de inteligência que atuam na sombra, colecionando dossiês e informações sobre adversários que, quando vêm à tona, são classificados pelos próprios candidatos como jogo baixo.</p> <p>Um dos objetivos desse arsenal é servir de arma psicológica. O expediente lembra a Guerra Fria, quando as duas superpotências do planeta, Estados Unidos e União Soviética, impunham limites às ações do inimigo ameaçando detonar bombas atômicas.</p> <p>Por enquanto, os times de Serra e Lula prometem não baixar o nível e usam a munição pesada para uma guerra fria eleitoral. Na última semana, por exemplo, já houve troca de ameaças nos bastidores. Quando circulou que os serristas podiam aumentar a intensidade de ataques a Lula, o PT avisou que o revide seria duro.</p> <p>A campanha petista ficou contrariada com Serra por suspeitar que partiu de aliados do tucano a divulgação na internet de um vídeo em que Lula faz uma brincadeira em relação à cidade de Pelotas (RS). Na eleição de 2000, ele disse que a cidade era um pólo exportador de homossexuais.</p> <p><b>Investigações</b></p> <p>A exemplo do que fez com Ciro Gomes (PPS), a <b>Folha</b> apurou que o time de Serra colecionou frases infelizes e críticas de Lula sobre Itamar Franco e José Sarney, dois ex-presidentes da República que apóiam o petista e hostilizam o candidato do PSDB</p> <p>Amigos e familiares de Lula foram investigados. As administrações do PT, especialmente as do Estado do Rio Grande do Sul e as prefeituras de São Paulo e de Santo André, receberam visita de equipes de TV e de assessores indiretos (profissionais que não participam da campanha e, portanto, não podem ser ligados diretamente ao candidato).</p> <p>A equipe de Lula não está passiva. O PT recebeu informações sobre movimentação financeira e transações imobiliárias de amigos e familiares de Serra e de outros caciques tucanos.</p> <p>Por enquanto, peças com críticas a Lula são testadas pela campanha de Serra em pesquisas qualitativas -levantamentos em que se mede a reação imediata de pequenos grupos de perfil predeterminado (só eleitores de um candidato, por exemplo).</p> <p>O recurso ao ataque é cuidadosamente estudado, porque o tiro pode sair pela culatra. O marketing serrista avalia, por exemplo, que Lula tem imagem consolidada de honestidade, já passou por três eleições presidenciais e que o ataque tem de se concentrar na falta de experiência administrativa do petista e em problemas das administrações do partido.</p> <p>O eventual uso de informações do arsenal pesado será obrigatoriamente submetido a uma bateria prévia de testes em pesquisas qualitativas.</p> <p>O banco de dados de Serra é o mais abrangente. Há até pastas sobre tucanos, como o ministro Paulo Renato Souza (Educação) e o ex-governador Tasso</p>

	<p>Jereissati (CE). Ambos, em momentos diferentes, disputaram com Serra a indicação presidencial do PSDB e foram derrotados.</p> <p>A <b>Folha</b> conversou com dirigentes de campanha que contaram como funciona a busca por este tipo de informação.</p> <p>Parte do trabalho é feita por assessores. Normalmente, ex-repórteres vasculham arquivos de jornal, de rádio e de TV em busca de declarações infelizes e contraditórias com o discurso atual.</p> <p>A campanha negativa no horário eleitoral gratuito que Serra usou para derrubar Ciro do segundo para o terceiro lugar nas pesquisas foi quase toda preparada por uma equipe assim.</p> <p>Ciro disse que a campanha foi suja. Mas a Justiça Eleitoral e até Lula, adversário de Serra, disseram que a propaganda serrista era aceitável porque mostrou o que o próprio Ciro declarara.</p> <p>A parte que se costuma chamar de "trabalho sujo" cabe a profissionais sem vínculos partidários que aproveitam as temporadas eleitorais para grampear adversários, procurar antigos desafetos que possam dar testemunhos incômodos e até bisbilhotar a vida íntima dos candidatos. Geralmente, o candidato tem um assessor ou amigo mais discreto que se encarrega do contato com profissionais da sombra. Às vezes, um dublê de empresário e financiador de campanha é quem encomenda e paga o serviço.</p> <p>Ex-policiais e ex-funcionários do extinto SNI (Serviço Nacional de Informação, órgão criado no regime militar) têm forte atuação nesse ramo. Serviços de inteligência de polícias militares também são usados, de forma não assumida, por políticos com influência em seus Estados.</p>
--	--



## ANEXO-BG QUADRO-10 N3-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	16/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.829	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Para Stedile, discurso de Lula não é de esquerda</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Discurso de Lula não é de esquerda, diz MST</b></p> <p>Os discursos dos candidatos a presidente andam tão próximos que nem um tradicional aliado de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) reconhece mais as diferenças entre as suas propostas e, por exemplo, as do tucano José Serra.</p> <p>O economista João Pedro Stedile, 48, um dos dirigentes nacionais e o principal ideólogo do MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra), aceitou convite da Folha para tentar associar propostas dos candidatos para a reforma agrária a seus autores.</p> <p>Por ironia, atribuiu ao presidenciável José Serra -candidato do governo ao qual tem combatido há oito anos- trecho do programa de Lula- a quem apóia desde a campanha de 1989.</p> <p>Talvez não tenha sido mero acidente causado por uma pegadinha jornalística. Lula, o próprio admite, não é mais o mesmo, e Stedile não tem gostado de seu novo discurso.</p> <p>"Evidentemente que não é um discurso de defesa de um programa de esquerda ou das necessárias mudanças radicais de que nossa sociedade precisa. É um discurso de centro, no espectro ideológico", afirma.</p> <p>Para um movimento que prega a radicalidade, "discurso de centro" é quase palavrão. O líder dos sem-terra assiste inquieto a aproximação de Lula a políticos como os peemedebistas José Sarney e Orestes Quêrcia e com o liberal José Alencar.</p> <p>"Esse tipo de aliança feriu a tradição de esquerda e a coerência do partido", critica.</p> <p>Stedile continua a ser um defensor do não-pagamento da dívida externa e da dívida interna, mas também mudou. Incluiu nas aulas da militância do MST textos do deputado federal Antonio Delfim Netto (PPB), ex-czar da economia no regime militar, a quem elogia por fazer, "melhor que os economistas do PT", análises agudas da política econômica do governo Fernando Henrique Cardoso.</p> <p>"Veja a quem ponto chegamos: a esquerda tem que usar os economistas de direita para fazer uma crítica contundente ao modelo." A seguir, trechos da entrevista que concedeu à <b>Folha</b>, por meio de correio eletrônico.</p> <p><b>Folha</b> - Os discursos dos candidatos estão cada vez mais parecidos, inclusive na questão da reforma agrária. Há uma proposta melhor ou pior para a questão da terra?</p> <p><b>João Pedro Stedile</b> - De fato, a diferença entre eles é muito pequena. E as semelhanças se devem ao fato de que o clima da campanha não levou a um debate das verdadeiras causas dos problemas brasileiros. Assim, na reforma agrária, todos preferiram apontar soluções paliativas para a pobreza, sem</p>

	<p>enfrentar com clareza que a sociedade brasileira, para ser democrática, precisa eliminar o latifúndio, ou seja, a concentração da propriedade da terra.</p> <p><b>Folha</b> - A inclusão da reforma agrária na agenda eleitoral é fruto dos movimentos sociais ou a uma ação exclusiva de marketing?</p> <p><b>Stedile</b> - Nossa preocupação não é com o discurso dos candidatos. É com as forças sociais que cada um representa. É evidente que o Serra representa a continuidade desse modelo perverso que está aí. O Ciro, forças que querem pequenas mudanças e no essencial manter igual. O Garotinho não conseguiu articular em torno de si forças sociais representativas. O único candidato que representa as forças sociais que querem mudanças reais neste país é o Lula.</p> <p>Folha - Como o sr. avalia o atual discurso moderado de Lula?</p> <p>Stedile - O Lula está fazendo um discurso dentro dos parâmetros de uma campanha eleitoral. Evidentemente que não é um discurso de defesa de um programa de esquerda ou das necessárias mudanças radicais que nossa sociedade precisa. É um discurso de centro, no espectro ideológico.</p> <p>Mas, como disse antes, o mais importante não é o discurso. O mais importante são as forças sociais que se aglutinam em torno deste ou daquele candidato. E a candidatura Lula tem o símbolo da mudança. Vou votar no Lula e, embora não haja deliberações de congressos ou instâncias, toda nossa militância social, tanto do MST, como dos demais movimentos da Via Campesina, está engajada na campanha de Lula.</p> <p>Folha - O que o sr. achou das alianças do PT com o PL e com políticos como José Sarney, Orestes Quércia, Luiz Antônio de Medeiros?</p> <p>Stedile - Isso é uma questão eleitoral do PT. Nós do MST já temos problemas suficientes para nos envolvermos nos problemas dos outros, embora, como militante, a gente saiba que esse tipo de aliança feriu a tradição de esquerda e a coerência do partido. Certamente ela terá consequências positivas e negativas. Mas só a história dirá qual foi vitoriosa.</p> <p>Folha - Por que o MST não está fazendo campanha aberta para o Lula? Houve a negociação de um pacto para suspender as invasões para não prejudicar o petista?</p> <p>Stedile - A cada dois anos, no período eleitoral, todas as lutas sociais se arrefecem. Não só no campo, mas na cidade também. A diminuição de ocupações de terra nesse período não é típico de 2002 nem de qualquer acordo. E ocupações de terra não acontecem por vontades de dirigentes. Acontecem pela conjuntura e correlação de forças de cada local.</p> <p>Folha - Lula já deu a seguinte declaração: "Se o companheiro João Pedro Stedile repetir na campanha de 2002 o que disse em 1998, não estará me ajudando. Ele disse: "Se o companheiro Lula ganhar as eleições, não estarei na posse dele, porque estarei ocupando todas as terras do Brasil". Ele não ajudou." Onde o senhor vai estar no dia 1º de janeiro, se Lula ganhar as eleições?</p> <p>Stedile - Essa expressão que usei não foi no sentido de bravata ou de desafiar um futuro governo Lula. Foi no sentido pedagógico de defender e esclarecer para nossa militância e todo povo sofrido que não basta eleger um novo governo. É necessário que o povo se organize e lute por mudança sociais. Nenhum governo, vai fazer mudanças sociais apenas por vontade própria.</p> <p>Folha - Em junho, o PT aprovou documento do qual constava o objetivo de</p>
--	---

	<p>assentar 500 mil famílias em quatro anos. Para evitar polêmica, retirou a menção. Em 94, a promessa de Lula era assentar 800 mil famílias. Em 1998, 1 milhão. Como o sr. vê esse recuo?</p> <p>Stedile - Isso não é recuo. Isso são apenas formas diferenciadas de quantificar ou não metas no programa. De novo, para nós, pouco importa o que está escrito nos programas. No Brasil, programas eleitorais são meros exercícios de retórica política.</p> <p>Folha - Se a eleição fosse hoje, Lula venceria. O sr. reafirmaria o seguinte recado que mandou em um seminário internacional aos investidores estrangeiros: "Não venham para o Brasil, porque vocês vão perder dinheiro. Mais cedo ou mais tarde, vamos recuperar a soberania nacional"?</p> <p>Stedile - Isso não é um recado, é uma tese. O Brasil deve ter um governo que repudie a entrada de capital estrangeiro especulativo e que vem aqui apenas comprar nossas empresas (para pegar o lucro), aplicar na Bolsa e viver de juros. Devemos aceitar o capital estrangeiro quando vier aqui aplicar na produção e se comprometer a reaplicar o lucro no Brasil. Que os capitais especulativos vão perder dinheiro eles sabem pela lógica do mercado. Não precisam ser ameaçados por mim.</p> <p>Folha - O sr. disse a seguinte frase: "Para ser justo, as críticas do Delfim nos ajudam mais do que o próprio PT tem ajudado". O sr. poderia explicá-la?</p> <p>Stedile - O que disse foi que ultimamente o economista Delfim Netto estava sendo mais crítico do modelo agrícola e seus efeitos perversos para a sociedade brasileira do que alguns economistas do PT. E continuo com a mesma opinião.</p> <p>O último ensaio que o professor Delfim Netto fez sobre o modelo econômico de FHC é uma análise contundente, com uma impressionante clareza. Estamos usando esse texto como estudo na nossa militância para entender por que o modelo econômico implantado pelo governo FHC está falido. Ele prova, com números e análises, como o governo subserviente de FHC colocou a economia brasileira em um beco sem saída</p> <p>A vulnerabilidade externa nos obriga agora a enviar por exterior US\$ 1 bilhão por semana. Prova como em oito anos o Brasil virou exportador de capitais. Veja a quem ponto chegamos: a esquerda tem que usar os economistas de direita para fazer uma crítica contundente ao modelo. Digo isso como economista-aprendiz.</p> <p>Folha - No plebiscito de 2000, o sr. defendeu o não-pagamento da dívida externa e já se disse favorável à limitação do pagamento dos juros da dívida interna. Como economista, o sr. pode explicar sua posição sobre esses temas?</p> <p>Stedile - A dívida externa não é uma questão moral: quem deve, paga. A dívida externa é um mecanismo que o capital internacional criou para explorar os países do Terceiro Mundo. No período colonial, nos exploravam roubando nossos recursos naturais. No século 20, nos exploraram vindo aqui com suas fábricas explorar nossa mão-de-obra.</p> <p>No tocante à dívida interna, é quase igual. O Orçamento da União está refém dos bancos. O governo usa US\$ 140 bilhões por ano apenas para pagar juros. É preciso acabar com isso. Como? Existem muitas formas. Mas é preciso que se discuta isso. O que todos os economistas sérios estão dizendo é que se não resolvermos esses dois gargalos estruturais, o Brasil será a nova Argentina, logo aí no primeiro semestre de 2003. Aguardem.</p>
--	--

	<p>Folha - O MST está na organização do plebiscito sobre a Alca. Em que isso pode mudar a negociação?</p> <p>Stedile - A Alca não é um acordo comercial qualquer, ou bilateral, que vai trazer benefícios aos dois lados. A Alca é um plano estratégico das 200 maiores corporações norte-americanas e do governo dos EUA para tomarem conta de nossas riquezas. É preciso dizer ao governo norte-americano: não queremos a Alca. E pronto.</p> <p>Folha - O sr. admite que há poucos negros no MST e atribui o fato à formação agrária brasileira. Não é um reforço à segregação racial?</p> <p>Stedile - O MST se orgulha de ser um movimento que tem contribuído para resgatar a cidadania e as oportunidades para os pobres que são também negros. Mas infelizmente as elites brasileiras condenaram historicamente a população negra à exclusão. Primeiro foram os 400 anos de escravidão e, depois, com a Lei de Terras de 1850, evitaram que os escravos libertos se transformassem em camponeses. E por isso a maior parte teve que migrar das fazendas para as cidades portuárias. Daí que temos uma pequena parcela de população negra entre os camponeses sem terra.</p> <p>Folha - A Folha publicou uma série de reportagens sobre irregularidades apontadas pelo Ministério Público no financiamento de cooperativas ligadas ao MST, incluindo a cobrança de pedágios. Por que ninguém foi punido?</p> <p>Stedile - A Folha se prestou ao jogo de propaganda do governo FHC. Os sem-terra não se mobilizam por ideologia, mobilizam-se por necessidades sociais. Cada vez que fizemos mobilizações nacionais, o governo FHC, em vez de resolver os problemas, adotava mecanismos de propaganda, de uso dos meios de comunicação para tentar derrotar politicamente o MST.</p> <p>Numa dessas mobilizações, inventou essa de pedágio, de desvio de cooperativas. Apesar dos inúmeros inquéritos, não tenho notícias de que algum virou processo, porque, de fato, não houve desvio de dinheiro público. É claro que nossas cooperativas, como aliás a maioria, mesmo dos fazendeiros, sempre têm problemas administrativos. E isso se procura corrigir.</p>
--	---

## ANEXO-BH QUADRO-10 N4-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	22/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.835	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Contratos com o PT dão R\$ 70 mi a empresário</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Empresário herda R\$ 70 mi em contratos</b></p> <p>O empresário de transportes Romero Teixeira Niquini herdou, em seis meses, quase R\$ 70 milhões em contratos para serviços de limpeza em duas capitais administradas pelo PT.</p> <p>O presidente de empresas de seu grupo é Willian Ali Chaim, ex-tesoureiro da campanha a deputado federal de Rui Falcão, secretário de Governo da Prefeitura de São Paulo, e ex-assessor do presidente nacional do PT, deputado José Dirceu.</p> <p>Em 1998, Niquini declarou rendimento médio de R\$ 2.500 por mês e nenhum patrimônio. No ano passado, porém, seu patrimônio já somava mais de R\$ 4 milhões e seus rendimentos, R\$ 50 mil por mês _20 vezes mais.</p> <p>Os contratos de Niquini com as prefeituras petistas estão sob a mira do Ministério Público e de vereadores, que desconfiam de um suposto beneficiamento a empresas de lixo e de transporte.</p> <p>Em Belém, a oposição aprovou a criação de uma CPI para investigar o caso, mas a prefeitura conseguiu derrubá-la na Justiça.</p> <p>O promotor Fernando Capez, da Promotoria de Justiça da Cidadania de São Paulo, acredita que "há claramente um esquema para beneficiar [empresas] de lixo e transportes nos municípios administrados pelo partido".</p> <p>Empresário mineiro que teve sociedade em vários empreendimentos já inativos, Niquini começou a chamar a atenção do setor de limpeza urbana em junho deste ano, quando adquiriu a Cliba Ltda. por R\$ 28,5 milhões.</p> <p>A empresa tem um contrato de R\$ 50 milhões com a prefeitura paulistana, por um ano de serviço, podendo ser renovado por igual período.</p> <p>Empresa argentina, a Cliba começou a trabalhar em São Paulo no final da gestão Pitta (1997-2000) e foi contratada sem licitação, em um processo de emergência, para prestar serviços ao município no início do ano passado.</p> <p>O diretor do Limpurb (Departamento de Limpeza Urbana) responsável por essa contratação foi Alfredo Buso, que hoje trabalha na campanha à reeleição do deputado José Dirceu.</p> <p>Em abril deste ano, a Cliba ganhou uma licitação da prefeitura para fazer o serviço de limpeza por um ano. A empresa foi uma das doadoras da campanha de Marta Suplicy -deu R\$ 251 mil.</p> <p>Em agosto, quando os funcionários da Cliba entraram em greve por falta de pagamento, Chaim foi um dos responsáveis por negociar a volta ao trabalho.</p> <p><b>Belém</b></p>

A história do envolvimento de Niquini com o setor de lixo em cidades administradas pelo PT, porém, teve início em 30 de novembro de 2001. Na ocasião, ele adquiriu, por R\$ 3,2 milhões, a Emparsanco Belém Ambiental, empresa que mantém contrato com a Prefeitura de Belém desde 1998.

Em junho, a **Folha** noticiou que a escolha da Emparsanco pela Prefeitura de Belém foi marcada por suspeitas de favorecimento. A presidente da comissão de licitação, Edilene Rodrigues, é irmã do prefeito da cidade, Edmilson Rodrigues. Além disso, o petista Ricardo Pereira da Silva, funcionário da Prefeitura de São Paulo e dono da Rodvias Engenharia, foi um dos responsáveis pela avaliação técnica das concorrentes. A Emparsanco é cliente da Rodvias.

Outro que teve participação no processo em Belém foi Nelson Frateschi, irmão do presidente do PT de São Paulo, Paulo Frateschi, e dono da Engelix, empresa que também presta serviços para a Emparsanco. Frateschi e Ricardo participaram ainda de grupos de trabalhos na Prefeitura de Belém para debater projetos de interesse da prefeitura.

A venda da Emparsanco Belém para Niquini pegou o mercado de surpresa. Documento obtido pela Folha demonstra que o acerto do pagamento seria feito em quatro prestações de R\$ 300 mil cada e mais R\$ 2 milhões divididos em dez vezes. A empresa Expresso Urbano São Judas Tadeu, de propriedade de Niquini, figura como avalista da compra.

Na data da negociação, Niquini também deu como parte de pagamento um helicóptero modelo Agusta A 109/A2, matrícula PT-YTB, ano de fabricação 1986.

Com a transação, o saldo do contrato que a Emparsanco mantinha com a Prefeitura de Belém, no valor de R\$ 23 milhões, conforme documento da transação comercial entre as partes, passou a ser direito de Niquini. Ou seja: ele pagou R\$ 3,2 milhões e ganhou, no ato da compra, a possibilidade de faturar sete vezes mais em um ano e meio.

Em agosto deste ano, a Emparsanco Belém, comprada por R\$ 3,2 milhões, adquiriu a Cliba Ltda. por R\$ 28,5 milhões.

No mesmo mês, a empresa que vendeu a Emparsanco Belém para Niquini entrou com um pedido de falência contra a Expresso Urbano São Judas Tadeu. No Tribunal de Justiça há pelo menos 20 pedidos de falência contra as empresas de Niquini. Apesar disso, ele continua comprando.

Pouco antes de assumir a presidência das empresas de ônibus de Niquini, Chaim coordenava a campanha a deputado federal de Ricardo Zarattini, pai do secretário municipal de Transportes, Carlos Zarattini. Antes ainda, ele foi presidente da ETCD (Empresa de Transporte Coletivo de Diadema). Há 15 dias, depois que a Folha começou a investigar o relacionamento entre as empresas de Niquini e as administrações petistas, a secretaria rompeu os contratos que mantinha com o empresário (leia texto abaixo).

Niquini foi sócio, também, de Baltazar José de Souza, concunhado de Ronan Maria Pinto, denunciado pelo Ministério Público por suposto esquema de arrecadação de propina em benefício do PT.

Quando Chaim dirigia a ETCD, ele fez modificações no sistema de transportes que acabariam beneficiando a empresa de Baltazar, que o indicaria para trabalhar com Niquini. Chaim, porém, diz que o benefício aos empresários surgiu com sua atuação contra os perueiros na cidade.

## ANEXO-BI QUADRO-10 N5-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	23/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.836	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Staub apoia Lula e afirma que petista é um estadista</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Empresário vê Lula estadista e declara voto</b></p> <p>Nos últimos meses, o empresário Eugênio Staub, 60, presidente da Gradiente, uma das maiores empresas do setor eletroeletrônico do país, viveu um dilema. Amigo há quase 20 anos do candidato à Presidência José Serra e eleitor histórico do PSDB, ele estava dividido entre votar no tucano ou no petista Luiz Inácio Lula da Silva. Há um ano, ele mantinha conversas frequentes com Lula. Poucos tinham conhecimento disso. Os dois discutiam um projeto econômico para o Brasil.</p> <p>Na semana passada, depois de assistir ao programa de Serra com ataques ao PT, ele comunicou ao PT que iria votar no Lula e que gostaria de tornar pública sua decisão. Na sexta-feira passada, Staub gravou um depoimento de 30 segundos para o programa eleitoral do PT, que foi ao ar na noite de sábado. Foi o primeiro grande empresário de São Paulo a declarar o apoio a Lula. Em entrevista exclusiva, concedida à Folha depois de gravar sua participação no programa, Staub diz que tomou essa decisão por achar Lula, hoje, o candidato com melhores condições de elaborar um projeto nacional aglutinando todos os segmentos da sociedade. "O Lula é o nome mais capaz de juntar empresários, trabalhadores e classe média", diz Staub.</p> <p><b>Folha - Por que o sr. decidiu votar no Lula?</b></p> <p><b>Eugênio Staub</b> - A questão é ampla. O Brasil está numa grave crise. Na verdade, o mundo está num momento de grave crise. Nós não sabemos se haverá uma guerra e que consequências poderá trazer essa guerra. O momento é extremamente crítico.</p> <p>O governo Fernando Henrique Cardoso fez o papel dele e ele mesmo reconhece que há ainda muita coisa por fazer. E essas coisas a fazer são difíceis. Só podem ser conseguidas com união. Quem tiver uma visão mais míope disso vai dizer que o melhor candidato a promover essa união é aquele que tenha maior apoio do Congresso. Não é por aí.</p> <p>Independentemente do partido, nós temos que fazer parte do PC no B, que é o Partido da Confiança no Brasil. Nós temos que restituir a auto-estima do país. Eu tenho certeza que esse é o sentido do "Lulinha, paz e amor". O Lula falou uma coisa importante, de improviso, na casa do empresário Ivo Rosseti (Valisère), que, mesmo que o PT perca as eleições, iria continuar como um partido muito importante para ajudar a construir o país. Eu acho essa uma visão de estadista.</p> <p><b>Folha - O sr. acha que o Lula reúne mais condições do que o Serra?</b>  <b>Staub</b> - As pessoas podem ficar assustadas com essa afirmação, por todas as razões que a gente conhece, mas o Lula tem essa visão de estadista. Por outro lado, o José Serra, que eu conheço até muito melhor, há 18 anos, e respeito e gosto, que é competente, inteligentíssimo, eficiente, obsessivo nas coisas que faz, não é o nome que reúne hoje as melhores condições para conseguir essa</p>

	<p>união da sociedade.</p> <p>O cargo de presidente da República exige uma pessoa 100% política, já o cargo de ministro, dependendo do ministério, é 50% político e 50% técnico, e daí para baixo é técnico. Nós temos de ter um político na Presidência. Um dos melhores presidentes que tivemos foi o Juscelino Kubitschek. Ele era 100% político. Fez Brasília, fez estradas, fez a indústria automobilística. Ele era um estadista, um político, uma pessoa que somava, que perdoava os inimigos, tinha uma visão estratégica para o país.</p> <p>Hoje nós não temos mais visão estratégica para o país, não temos mais planejamento e vivemos numa grande crise interna e externa. É a hora de unir o país e é hora de pôr na Presidência um candidato com visão estratégica.</p> <p><b>Folha - O Lula é essa pessoa?</b></p> <p><b>Staub</b> - Eu acho que os historiadores vão reconhecer o Lula melhor do que nós hoje. O Lula saiu da situação de operário metalúrgico e conseguiu uma grande influência no cenário nacional nos últimos 25 anos. Ele está sempre presente e sempre crescendo.</p> <p>A história vai registrar que ele construiu um partido coerente, um partido que tem um nível de integridade moral e ideológica acima dos demais, um partido que expulsa um membro que saia da linha. Eu não sou petista e não tenho pretensão de pertencer a partido nenhum, mas, se a gente olhar para a vida do Lula, não tem como não admirá-lo e, mais, não é justo tratá-lo com preconceito.</p> <p>Se prestar atenção no que ele tem dito, conclui-se pela coerência e correção de quase a totalidade de suas afirmações.</p> <p><b>Folha - O sr. já o tratou com preconceito?</b></p> <p><b>Staub</b> - Eu acho que todos nós, em algum momento, tivemos preconceito dele, até porque não o conhecíamos. Um empresário me falou que, após uma reunião com o Lula, disse a ele que pensava que ele fosse o pior dos seres humanos. Lula respondeu da seguinte forma: "Eu também, mas hoje estamos nos entendendo".</p> <p><b>Folha - Quando o sr. decidiu votar no Lula?</b></p> <p><b>Staub</b> - Eu sempre fui PSDB, sempre votei no PSDB, cheguei a dizer que iria votar no Serra, mas eu sentia desconforto com essa decisão por inércia, e, nos últimos dois meses, eu fui me convencendo de que numa situação tão crítica como essa nós precisávamos de um nome que transcendesse a coalizão dos partidos no Congresso. Eu estava sentindo esse desconforto e quando o PSDB lançou essa nova tática eleitoral, não sei se acertada ou não [de atacar o PT], eu achei que era o momento de apoiar um candidato que somasse. Qualquer um dos outros candidatos não vai ter a mesma condição de unir a nação em torno de um novo e dinâmico projeto estratégico. O Lula vai ter? Não sei, mas é o que tem mais chances.</p> <p><b>Folha - O sr. não aprovou a nova tática de atacar o PT da campanha de Serra?</b></p> <p><b>Staub</b> - É uma operação de guerra. É uma tática que não se coaduna...talvez ele não tenha mesmo outra alternativa.</p>
--	---



**Folha - Como o sr. manifestou seu apoio ao Lula?**

**Staub** - Eu já tinha conversado com o Lula. Eu disse a ele que, no momento certo, eu iria me sentir bem em declarar publicamente meu apoio à sua candidatura. Eu estava pensando até em juntar um grupo de empresários, mas acho que, como a maioria do empresariado está com Serra e o Serra aparentemente vai para o segundo turno, essa pretensão se tornou muito difícil. Então, consultei minha consciência e falei com a pessoa certa que está cuidando dos detalhes da programação da campanha.

**Folha - O sr. não teme que essa sua adesão, agora, na reta final, seja confundida com oportunismo?**

**Staub** - As interpretações de alguns companheiros poderão ser ruins, mas quem me conhece sabe que não estou fazendo isso para buscar alguma vantagem. Nem para a empresa nem para mim.

**Folha - O sr. quer que Lula o ouça?**

**Staub** - Não estou esperando isso. O que posso dizer é que estou muito impressionado com a preocupação do PT em ouvir o maior número de pessoas sobre o que deve ser feito. Esta é uma diferença muito grande dos outros partidos. Ultimamente, o PSDB faz reuniões com empresários para pedir dinheiro. O PT faz reuniões com empresários para pedir conselhos. Isso foi outra coisa que pesou nessa minha decisão. Você só constrói alguma coisa se você, além de falar, também ouvir. Eu vejo hoje no PT um respeito muito maior à opinião dos empresários do que nos outros partidos...

**Folha - ...inclusive no PSDB?**

**Staub** - ...inclusive no PSDB. O PSDB não é um bom partido de dialogar com os empresários. Ele não valoriza o diálogo com os empresários. O PT valoriza muito. No PT não tem nada a ver com "você me dá a opinião e quanto você vai doar para custear a campanha". Não tem nada disso. Eles querem saber sua opinião e, se tiver uma dúvida, eles voltam e discutem. Já iniciou-se comigo um diálogo na preparação de alguns projetos. Eu recebi dois desses projetos antes de ir para publicação. Portanto, esse negócio de criar um projeto de consenso é uma coisa legítima. Não é uma enganação do Lula. Isto é uma coisa que pesou muito numa decisão como essa. Nós temos de pensar no "day after" e construir um novo projeto para o Brasil.

Para isso, é preciso de alguém com apoio político que transcenda o Congresso. As grandes mudanças feitas pelo Congresso na última década partiram da sociedade. E a mídia teve um papel importantíssimo nesse processo. O impeachment do Collor foi a sociedade que fez, e não o Congresso. A quase cassação dos senadores e a expulsão dos deputados são coisas da sociedade. O Lula é o mais capaz de juntar empresários, trabalhadores e classe média.

**Folha - Para fazer um pacto?**

**Staub** - Eu não falo em pacto porque se trata de uma palavra desgastada, mas é um pacto. Isto é que vai fazer o Congresso se mover. Há ainda muita desconfiança e preconceito de parte a parte. Hoje, eu acho que as desconfianças e os preconceitos estão mais localizados na elite. Você tem os xiitas do lado de lá e os xiitas, que ninguém fala, do lado de cá, do lado da elite. Os xiitas daqui são piores porque ainda têm dinheiro. Você precisa juntar os que estão entre esses dois extremos. Para isso, precisamos de um político, uma pessoa que enxergue isso, e não uma pessoa que tenha se

atritado com todo mundo...

***Folha - ...como o Serra?***

**Staub** - Não vou falar do Serra, mas não podem ser pessoas que tenham arestas. O Fernando Henrique tem grande aptidão para isso, mas não é mais elegível. Ele demonstrou isso quando disse que não precisa de ninguém formado para ser presidente. Isso desmente o candidato dele

Fernando Henrique é uma dessas pessoas que enxerga o todo e conversa com todo mundo. Agora é a vez do Lula. O diploma é muito importante no início de uma carreira. Nessa idade que eu estou, que o Lula está, o que você aprendeu na vida supera o diploma. E, no caso específico do Lula, é até uma maldade dizer que ele ficou sem fazer nada durante esses últimos anos. Ele conhece o Brasil como muito pouca gente.

Qualquer assunto que se converse com ele, ele viu "in loco". Ele conhece a coisa no chão do Brasil, enquanto outros conhecem fazendo PhD nos Estados Unidos, ou cursos em Harvard, ou ainda em gabinetes, que também são formas lícitas de adquirir conhecimento. O dele é um conhecimento prático. O Lula também é uma pessoa idônea. Eu conheço empresários que negociaram com ele, no calor das disputas sindicais, e todos acordos que fez ele cumpriu até o fim.

***Folha - Como o sr. acha que essa sua decisão será recebida por seus colegas empresários?***

**Staub** - Isso não vai ser muito bem compreendido, principalmente por pessoas do meu meio, pelo menos de imediato.

***Folha - O sr. acha que não irá conseguir arrastar outros empresários a tomar essa mesma decisão?***

**Staub** - Espero que muitos venham a dar esse passo, já que todos terão que dar no final.

***Folha - O sr. foi um crítico do governo Fernando Henrique Cardoso. Não há, nessa sua decisão, um certo rancor com este governo?***

**Staub** - Eu sempre tive muita afinidade com o PSDB e, num certo momento, passei a ser crítico da política econômica. Outras coisas são positivas. Em ciência e tecnologia houve um progresso. Em educação também, mas o governo está terminando e o momento é de olhar para a frente.

***Folha - O sr. sempre criticou, por exemplo, o fato de o governo não ter feito uma política industrial.***

**Staub** - Mas agora será feito. O próprio PSDB, se ganhar as eleições, vai fazer. As lições foram aprendidas. Não se trata de quem vai fazer política industrial ou não, e sim de quem vai botar o país nos trilhos. O "Lulinha, paz e amor" não é uma frase de efeito.

***Folha - Uma das críticas que se faz ao Lula é o fato de ele não ter equipe econômica.***

**Staub** - Quando Fernando Henrique foi empossado no Ministério da Fazenda no governo Itamar Franco, ele nunca tinha tido atividade executiva. Ele tinha sido parlamentar e chanceler, mas teve visão política para chamar as melhores pessoas. Nenhum partido tem a melhor equipe, e equipe econômica não é tudo. Há uma distorção no país em achar que o ministro da Fazenda exerce

funções de primeiro-ministro. Não é assim. O Ministério da Fazenda e o Banco Central são muito importantes para garantir a estabilidade econômica do país, mas o resto do governo é que vai fazer o resto.

**Folha - Por que o Lula ainda causa tanto medo? Nas últimas semanas, o mercado vive um clima de pânico com a possibilidade de vitória do PT no primeiro turno.**

**Staub** - O Lula não assusta os brasileiros. O Lula assusta uma parte dos brasileiros. Aqui, por exemplo, existe essa entidade chamada mercado. Tem Deus e o mercado. O mercado é constituído de dois tipos de grupos de interesses. Tem aquele que é investidor, nacional e estrangeiro, que está atrás do melhor negócio. E tem aquele que é o intermediário, que está atrás da volatilidade para obter o ganho.

O medo do primeiro grupo é o de que, com Lula, a remuneração do capital não seja mais tão boa como era. Isso é miopia. Miopia porque, se continuar do jeito que está, com juros nessas alturas, o país vai quebrar. Já o raciocínio do outro grupo, que influencia a mídia, é o de ganhar quando o dólar sobe muito ou cai muito.

O mercado tem essas duas metades e, por isso, tem interesses. Os interesses falam mais alto. Não estou dizendo que o mercado que se lixe, mas nós temos de construir novos fundamentos na economia em parceria com o mercado, até porque não se pode deixar de falar com os banqueiros. O objetivo é fazer o país voltar a crescer a taxas de 7% e fazer com que o mercado de ações passe a ser mais importante que o de renda fixa.

Nos países desenvolvidos, o maior interesse dos investidores não é nos juros que o Banco Central estabelece, e sim a Bolsa. Nós precisamos evoluir para isso.

**Folha - O sr. não teme que o Lula, caso vença, abandone essa sua postura mais conciliadora?**

**Staub** - Isso é outra falácia. Muitas pessoas me falam para eu ter cuidado com o Lula. Dizem que ele é um lobo vestido de cordeiro. Ouvi isso várias vezes nas últimas semanas. Isso não é um depoimento contra o Lula e sim contra o Brasil. A democracia brasileira não permite uma coisa dessas.

Outro dia um empresário americano me perguntou se o Lula não seria um novo Chávez [Hugo Chávez, presidente da Venezuela]. Com todo o respeito, mas o Brasil não é a Venezuela. O Brasil tem instituições, tem imprensa e esse negócio de que o Lula está enganando a todos nós e depois vai voltar a ser radical e só vai chamar para o governo a ala xiita do partido, que é minoritária, isso é impossível de acontecer. No dia seguinte, a mídia irá denunciar isso. Ninguém melhor sabe disso do que o Lula.

**Folha - E como o Lula será recebido lá fora?**

**Staub** - Acho que ele deve ser recebido com respeito. O único presidente que foi recebido duas vezes pelo Congresso americano foi João Goulart. O Brasil precisa ser respeitado. Nós temos uma grande desigualdade social, nós temos potencial de crescimento, e precisamos pagar essa dívida social. Isso até o mais radical político de direita de um país desenvolvido vai entender.

**Folha - E se o Serra vencer? Com o sr. fica?**

	<p><b><i>Staub</i></b> - Se o Serra ganhar, ele será um excelente presidente, e tenho certeza que ele terá grandeza suficiente para entender meu ato.</p> <p><b><i>Folha</i></b> - <i>Se convidado, o sr. aceitaria um cargo num eventual governo Lula?</i></p> <p><b><i>Staub</i></b> - Não é o momento de tratar disso, e sim de projetos. Tendo um projeto que faz sentido, o Lula irá buscar as pessoas mais competentes para isso e vai ter de estabelecer um diálogo permanente entre iniciativa privada e governo. Estou muito feliz em participar dessa mesa pelo lado da iniciativa privada.</p>
--	---

## ANEXO-BJ QUADRO-10 N6-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	27/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.840	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Metade da meta de empregos do PT é sem carteira</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>PT admite ser irreal criar 10 milhões de empregos formais</b></p> <p>Pouco mais da metade dos 10 milhões de empregos que o PT quer criar em um governo de Luiz Inácio Lula da Silva seriam com carteira assinada. O restante dos postos eventualmente gerados, reconhece o PT, nasceria na informalidade.</p> <p>De acordo com o economista Antônio Prado, coordenador do programa para geração de emprego e renda de Lula, "não é realista" criar 10 milhões de empregos com carteira assinada no prazo de quatro anos. "Não é a nossa expectativa e nós nunca prometemos tal coisa", declara.</p> <p>Pesquisador do Dieese (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos), Prado estima que um crescimento econômico anual de 5% do PIB (Produto Interno Bruto), como promete o programa de Lula, resultaria na criação de cerca de 1,3 milhão de empregos formais a cada 12 meses. Em quatro anos, seriam, assim, 5,2 milhões de empregos formais gerados no país, ou 52% da expectativa.</p> <p>"Investindo em áreas que favorecem empregos formais, como promoção de exportações, substituição de importações e incremento em áreas sociais, é possível ampliar o coeficiente um pouco", diz ele. Prado não calcula qual seria a elevação, mas adianta que não seria "dramática". Segundo ele, para que o crescimento econômico possibilitasse a geração de mais empregos formais, seria preciso mudar radicalmente a estrutura econômica, "o que não se faz em um período de quatro anos".</p> <p>No documento "Mais e melhores empregos", lançado por Lula em 23 de julho, o candidato menciona a necessidade de criação de 10 milhões de empregos, mas não faz a ressalva de que nem todos seriam com carteira assinada. Na semana passada, em entrevista ao jornal "O Globo", o petista foi instado a definir quantos dos empregos que geraria seriam formais. "Seria pedir muito", respondeu. Em discursos, Lula tem defendido o aumento da economia formal, como forma de evitar um rombo na Previdência.</p> <p>De acordo com Prado, o partido contempla a geração de 10 milhões de "postos de trabalho" -com e sem carteira. "Emprego, na definição técnica, é com carteira assinada. Mas na linguagem de campanha, acaba virando sinônimo de posto de trabalho", disse.</p> <p>A geração de milhões de postos de trabalho deflagrou uma guerra entre as campanhas de Lula e de José Serra (PSDB) na TV. Serra, que promete 8 milhões de empregos -e também já reconheceu que não seriam todos formais-, acusa o petista de ter desistido de sua meta de 10 milhões.</p> <p>Recentemente, Lula passou a dizer que a cifra representa uma "necessidade" para o país e tem evitado se comprometer com um número específico. "Não sabemos em que condições receberíamos o país. A cifra de 10 milhões é uma referência", diz Prado.</p>

## ANEXO-BK QUADRO-10 N7-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	30/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.843	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Prefeituras do PT contratam firmas ligadas a petistas</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Prefeituras do PT contratam empresas de petistas em SP</b></p> <p>Pelo menos 44% das prefeituras administradas pelo PT no Estado de São Paulo contrataram empresas de pessoas ligadas ao partido. Em todos os casos, pelo menos um dos donos trabalhou na administração pública e depois abriu sua empresa privada.</p> <p>O PT administra hoje 39 cidades em São Paulo. Dessas, a Folha localizou contratos com empresas ligadas a petistas em 17 casos. Também há negócios em pelo menos mais seis cidades que foram administradas pelo PT ou estão localizadas em outros Estados, além do Distrito Federal.</p> <p>Os serviços variam de propaganda e consultoria a coleta de lixo. Há locais em que o Ministério Público ou CPIs investigam suposto favorecimento. Em outros, o TCE (Tribunal de Contas do Estado de São Paulo) apontou irregularidades na contratação.</p> <p>A maioria das empresas argumenta que não trabalha apenas para administrações petistas. As prefeituras afirmam que as contratações obedeceram todos os trâmites legais e que não houve beneficiamento. Além disso, dizem que os trabalhos foram contratados em vista do menor preço.</p> <p><b>Consultoria</b> A maior especialidade das empresas é no ramo de consultoria. A Peruzza &amp; Caporucci, cujos sócios são Marco Antônio Peruzza e Moacir Caporucci, ajuda as prefeituras de Bebedouro e de Pitangueiras a se enquadrarem na Lei de Responsabilidade Fiscal.</p> <p>Peruzza foi secretário de Governo de Jaboticabal até o início deste mês, quando se desligou para trabalhar na campanha de candidatos a deputado do partido na região. Caporucci é militante do PT de Guariba.</p> <p>Na área de publicidade, a PG Comunicação, que tem como diretor Eduardo Godoy, ex-coordenador de Comunicação do governo do Mato Grosso do Sul no início do mandato do governador José Orcírio Miranda dos Santos, o Zeca do PT, trabalha para as prefeituras petistas de São Paulo, Guarulhos, Campinas e Mauá, e já prestou serviços para Catanduva e Ribeirão Pires.</p> <p>A empresa pertence a Patrícia Bérghamo, mulher de Eduardo Godoy. Ele trabalhou nas campanhas de Luiz Inácio Lula da Silva à Presidência em 1998 e de Marta Suplicy ao governo do Estado de São Paulo, no mesmo ano. Criada em 1996, com um capital social de R\$ 50 mil, a PG aumentou em 14 vezes esse valor e hoje possui um capital de R\$ 700 mil.</p> <p>Em 2001, a PG integrou um consórcio com a Makplan e a Agnelo Pacheco e ganhou um contrato na Prefeitura de São Paulo no valor de R\$ 20 milhões, por um ano. O TCE considerou irregular o contrato firmado entre a PG e a Prefeitura de Mauá.</p> <p>Outra que atua na área de publicidade é a Impacto Consultoria e Marketing. A</p>

	<p>empresa foi fundada em novembro de 2000 por Sebastião de Deus Moreira e Luiz Gonzaga Bussola.</p> <p>Moreira foi secretário de Governo de Matão na gestão de Adauto Scardoelli (1997-2000) e Bussola foi superintendente da Caema (Companhia de Água e Esgoto de Matão) no mesmo período.</p> <p>A Impacto trabalhou para as administrações municipais petistas de Araraquara, Pitangueiras, Dobrada e Rincão.</p> <p><b>Limpeza urbana</b> O serviço de limpeza urbana também tem empresas de petistas no mercado.</p> <p>A Engelix tem como principal sócio Nelson Frateschi, ex-administrador regional da Lapa durante a gestão de Luiza Erundina (1989-92) e irmão do presidente do diretório estadual do PT, Paulo Frateschi.</p> <p>A Engelix foi fundada em 1993, logo depois que Nelson saiu da prefeitura. Desde então, já prestou serviços para o Distrito Federal, na época do ex-governador Cristovam Buarque, e para as prefeituras de Franca, Catanduva, Franco da Rocha, Angra dos Reis (RJ), Belém (PA) e Itabuna (BA).</p> <p>A Engelix atua principalmente na parte técnica, enquanto a Construrban, de Ubiratan Sebastião de Carvalho, ex-administrador regional de Santo Amaro também na gestão Erundina, trabalha na coleta.</p> <p>A Construrban já trabalhou para São Paulo, Franca e Betim (MG). Uma CPI instalada na Câmara Municipal de Franca, no ano passado, questionou um suposto favorecimento da empresa.</p> <p><b>Palocci</b> Ex-secretário de Governo de Ribeirão Preto durante a primeira gestão de Antônio Palocci (1993-96), Rogério Buratti criou a Assessorarte em 1994, logo depois que deixou a prefeitura. Ele era considerado o homem forte da administração Palocci e foi exonerado pelo prefeito em outubro daquele ano, depois de suspeitas de distribuição prévia de obras públicas da cidade.</p> <p>A Assessorarte trabalha principalmente na preparação de concursos públicos. Pelo menos sete prefeituras do PT já contrataram seus serviços: Franca, Araraquara, Batatais, São Simão, Rincão, Sales Oliveira e Matão (na administração anterior).</p> <p>O outro sócio da Assessorarte é Luiz Prado, ex-superintendente do IPM (Instituto de Previdência dos Municipiários) no primeiro governo de Palocci e ex-secretário de Administração de Jaboticabal na gestão do petista José Giacomo Baccharin, que concorre a suplente de senador na chapa de Aloizio Mercadante (PT).</p> <p>Para a preparação de editais, algumas prefeituras petistas contrataram a Rodvias Engenharia Municipal, de Ricardo Pereira dos Santos, ex-secretário de Obras de Santos durante a administração de Davi Capistrano (1993-96).</p> <p>A Rodvias trabalhou para as prefeituras de Santo André, Mauá e Belém (PA). O Ministério Público de São Paulo investiga um suposto favorecimento à empresa.</p> <p>Em Santo André, o ex-secretário de Serviços Municipais, Klinger Luiz de Oliveira Souza, que trabalhou com Ricardo em Santos, contratou a empresa para prestar serviços na cidade. No total, a Prefeitura de Santo André manteve</p>
--	--

	<p>R\$ 6,8 milhões em contratos com a Rodvias.</p> <p>Em 2001, a Prefeitura de Bebedouro contratou a Gushiken e Associados, do ex-deputado federal e ex-coordenador da campanha de Lula, Luiz Gushiken.</p> <p>A empresa, que tem contrato com a prefeitura, faz um trabalho de cálculo atuarial para a criação do Instituto de Previdência Municipal.</p> <p><b>Prefeitos negam existência de favorecimento político</b></p> <p>As prefeituras petistas ouvidas pela Folha negaram que tenha havido privilégio a empresas ligadas ao PT e contratadas pelas administrações. Segundo elas, não há relação entre as contratações dessas empresas e a ligação de seus donos com o partido.</p> <p>"A gente não trabalha só com empresas ligadas ao PT. Tenho uma tranquilidade muito grande quanto a isso", disse o prefeito de Sales Oliveira, José Daniel Graton.</p> <p>Ele contratou a Assessorarte para fazer um concurso público na sua primeira gestão, em 1999. A empresa venceu uma licitação.</p> <p>Amarildo Dudu Bolito, prefeito de Rincão, afirmou que impedir empresas com sócios ligados ao PT de participarem de licitações nas administrações do partido "é discriminação".</p> <p>"Existem no Brasil milhares de empresas, muitas delas com pessoas ligadas a partidos políticos. Por que só se fala do PT?", questionou Dudu.</p> <p>Segundo ele, a Assessorarte trabalhou para sua administração após vencer uma licitação e a Impacto foi contratada para fazer peças publicitárias porque apresentou o melhor projeto. "As empresas têm know-how nessa área", completou.</p> <p>"Nós não fazemos discriminação partidária. Em 99% dos casos fazemos contratos com empresas de pessoas que não são ligadas ao PT e, em muitos casos, são filiadas até a outros partidos", disse Jefferson Ribeiro, secretário de Governo da Prefeitura de Franca.</p> <p>Para ele, desde que as empresas obedeçam a lei e apresentem o melhor preço, não há impedimento para que elas vençam licitações e sejam contratadas. O secretário da Administração de Araraquara, Donizete Simioni, disse que todas as licitações na prefeitura foram feitas de acordo com as normas estabelecidas pela Lei de Licitações.</p> <p>"Contratamos a Assessorarte porque ela venceu uma licitação para a qual convidamos mais de dez empresas. As pessoas que prestaram o concurso elogiaram a qualidade da prova e não houve um recurso sequer à Justiça", disse o secretário.</p> <p>O prefeito de Batatais, Fernando Ferreira, disse que todos os processos de compra de sua administração estão à disposição de quem quiser verificar e, segundo ele, estão todos corretos.</p> <p>Ele disse que não sabia que os donos da Assessorarte eram ligadas ao PT. No caso da gráfica Angelo Marcelo Fossa ME, ele disse que o proprietário, ex-vereador pelo PT em Brodowski, lhe perguntou antes se haveria problema no fato de sua empresa participar da licitação. "Eu disse a ele que não teria problema. Meus processos de compra foram limpos e claros", afirmou Ferreira.</p> <p>O procurador José Francisco Limone, responsável pelas licitações de Catanduva, disse que a Engelix foi contratada por carta-convite, por R\$ 20 mil, em 1998, para elaborar o edital da concorrência pública que escolheria uma empresa para os serviços de limpeza urbana no município.</p> <p>A assessoria de imprensa da Prefeitura de Bebedouro divulgou uma nota na qual afirma que "as contratações das empresas citadas foram realizadas na forma da lei 8.666/93 (Lei de Licitações) e aprovadas pelo Tribunal de Contas do Estado".</p> <p>A assessoria de imprensa da Prefeitura de Ribeirão Pires informou que o município contratou a PG Comunicação, por licitação, em 1998. O contrato,</p>
--	---



	<p>de R\$ 400 mil por ano, acabou em 2001, quando houve nova licitação. A Folha não conseguiu localizar os prefeitos de São Simão, Hildo Benedito Machado Filho, Serrana, Valério Galante, Dobrada, Carlos Augusto Belintani, e Pitangueiras, Waldir de Felício, e o ex-prefeito de Matão Aداuto Scardoelli para comentar o caso.</p>
--	---

## ANEXO-BL QUADRO-10 N8-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	01/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.844	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Para presidente do Itaú, petista vai ser eleito</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula será eleito presidente, diz banqueiro</b></p> <p>"Não tenho dúvida de que o Lula será o próximo presidente do Brasil. Esta não é uma eleição populista. Ele está sendo eleito porque está fazendo uma boa campanha. Ele é honesto e fala ao coração do povo." As declarações foram dadas ontem pelo banqueiro Roberto Setubal, que comanda o segundo maior conglomerado financeiro privado do Brasil, o Itaú.</p> <p>Setubal afirmou que não há razão para achar que o candidato petista fará um governo "irracional" e que, em sua opinião, a primeira aliança do PT no governo deverá ser "com o partido do presidente do Fernando Henrique Cardoso [PSDB]".</p> <p>A defesa que Roberto Setubal fez de Luiz Inácio Lula da Silva foi destinada a uma platéia na qual se encontravam muitos executivos de Wall Street. "Isso [a eleição de Lula] não é uma revolução, é uma transição democrática. Eu diria que, neste momento, a comunidade empresarial brasileira está preparada para apoiar o Lula", disse Setubal a espectadores em silêncio quase absoluto, visivelmente surpresos.</p> <p>Ao lado do banqueiro, em seminário promovido pela Câmara de Comércio Brasil Estados Unidos, estavam os também conferencistas Albert Fishlow, Stanley Fischer, vice-presidente do Citigroup, e Luiz Fernando Furlan, presidente da Sadia.</p> <p>Setubal, até o começo do ano passado, presidia a Febraban (Federação Brasileira das Associações de Bancos).</p> <p><b>"Coisas loucas"</b></p> <p>O banqueiro, no entanto, não declarou voto em Lula. "Só quis mostrar para todos os investidores e credores do Brasil que eu acredito numa transição democrática, razoável, que o Brasil vai continuar crescendo, vai continuar muito bem", afirmou ele após sua exposição.</p> <p>O presidente do Itaú disse ainda que não há razão para acreditar que o PT possa ser "irracional" ao governar. "Acredito que o governo do PT terá bom senso para levar o Brasil adequadamente [...] A eleição dele não é uma rejeição ao que vem sendo feito, não se pode ver grandes diferenças entre os programas de Lula e de [José] Serra [PSDB]. O que difere é o que os dois vêm dizendo."</p> <p>Para Setubal, não haverá ruptura entre um governo e outro. "Acho que teremos uma transição suave". Ele disse que "não há nenhuma razão para acreditarmos que virão coisas loucas" do governo petista e que Lula não é movido por ideologia, que "ele tem pouca instrução, é pragmático". "Quando você é eleito, você quer ser reeleito. Ele vai ser mais cuidadoso do que o mercado espera", afirmou.</p> <p>Ele lembrou que Lula se comprometeu com as premissas macroeconômicas previstas no último acordo do Brasil com o FMI (Fundo Monetário Internacional) e o candidato a vice na sua chapa, José Alencar, é um grande empresário e vem do PL.</p> <p>"Em regimes democráticos, você tem de fazer alianças", disse. Sem dizer diretamente porque, em sua opinião, o candidato governista, José Serra, teria perdido a eleição, Setubal disse que o tucano "é honesto também, é uma boa pessoa, mas não fala ao coração das pessoas".</p>

## ANEXO-BM QUADRO-10 N9-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	01/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.844	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Empresário do lixo omite nome em doação ao PT</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Empresário ocultou doação a Lula e Dirceu</b></p> <p><b>RUBENS VALENTE</b> <b>LILIAN CRISTOFOLETTI</b></p> <p><b>da Folha de S.Paulo</b></p> <p>Luiz Inácio Lula da Silva e o presidente nacional do PT, José Dirceu, receberam doações em 1998 do empreiteiro argentino Santiago Crespo, mas o nome dele não aparece nas prestações de conta apresentadas à Justiça Eleitoral pelas duas campanhas petistas.</p> <p>Até junho último, Crespo dirigia a empresa Cliba, contratada em abril pela Prefeitura de São Paulo para fazer a coleta de lixo.</p> <p>A identidade do real colaborador de campanha foi revelada pela própria pessoa que aparece como "doadora" nos papéis entregues pelo PT à Justiça Eleitoral: o técnico em contabilidade José Carlos Barreira, 42, e confirmada pelo empreiteiro.</p> <p>Advogados consultados pela <b>Folha</b> disseram que, em tese, a suposta omissão do nome do doador não poderá ser apurada pela Justiça Eleitoral, porque o prazo para tal já prescreveu.</p> <p>O empreiteiro abriu uma conta bancária conjunta com o seu contador, mas ela era toda controlada pelo empresário, que assinava todos os cheques, segundo informou Barreira. Nas listas dos doadores encaminhadas ao TSE (Tribunal Superior Eleitoral) e ao TRE (Tribunal Regional Eleitoral) aparece apenas o nome do contador, e não o do empresário.</p> <p>Barreira, que trabalhou para a empresa do argentino, foi localizado em São Carlos (SP), onde trabalha e mora atualmente, para que confirmasse quatro doações que teria feito em cheques, no valor total declarado de R\$ 20 mil (R\$ 15 mil para a campanha de Dirceu e R\$ 5 mil para a de Lula).</p> <p>As doações de Crespo para Dirceu são a segunda maior da campanha do deputado, ao lado da da empresa Cardsystem.</p> <p>Barreira primeiro negou as doações: "Não doei, com certeza. De alguma forma me envolveram nisso aí". Depois, Barreira disse ter descoberto o que teria ocorrido. Contou que Crespo usou uma conta conjunta, na qual o argentino tinha o poder de assinar os cheques. O contador diz nunca ter recebido extrato dessa conta nem ter sabido de novos gastos. Explicou que não conseguia emitir nenhum cheque apenas com a sua própria assinatura.</p> <p>O empresário pediu então, em 98, para usar o CPF de Barreira para fazer doações a um partido.</p>

Crespo é gerente-delegado da Benito Roggio & Hijos do Brasil, proprietária, até junho último, da empresa de coleta de lixo Cliba, contratada pela gestão Marta Suplicy (PT) em São Paulo e que doou R\$ 251 mil para a então candidata a prefeita no ano de 2000.

A Cliba foi comprada em junho por Romero Niquini, que tem empresas presididas por Willian Chaim, ex-assessor de Dirceu.

A Cliba também trabalhou para a gestão Celso Pitta e foi condenada, em primeira instância, por supostas irregularidades no aditamento de contratos.

A primeira reação de Barreira, ao ser perguntado sobre as doações, por telefone, na manhã da última quarta-feira por telefone, foi definitiva. Após ler para ele seu nome e CPF, a reportagem manteve o seguinte diálogo

**Folha - O sr. aparece como doador da campanha de Dirceu em 98...**

**Barreira** - Não

**Folha - O sr. nunca doou?**

**Barreira** - Nunca, nunca, com certeza. É meu nome, meu CPF, mas nunca trabalhei com política.

**Folha - O sr. conhece José Dirceu?**

**Barreira** - Não conheço, nada.

**Folha - É uma surpresa, isso?**

**Barreira** - É, de alguma forma me envolveram aí.

**Folha - A doação foi registrada...**

**Barreira** - Quer dizer, usaram meu nome para... uma pessoa pode ter doado e, por algum motivo, usado meu nome e CPF?

**Folha - Aparentemente, sim.**

**Barreira** - O valor é alto?

**Folha - R\$ 15 mil.**

**Barreira** - [Rindo] Que legal.

**Folha - Qual é o seu salário?**

**Barreira** - Hoje eu estou com R\$ 4.800. Eu não iria dispor de R\$ 15 mil para fazer uma doação.

**Folha - Seu nome também está na declaração de Lula.**

**Barreira** - [Rindo] Rapaz...

No segundo contato, na tarde de quarta-feira na empresa em que Barreira trabalha, a conversa foi acompanhada pelo ombudsman da empresa, Cláudio Luiz de Carvalho, e por outro colega de Barreira. O contador voltou a negar as doações para Lula e Dirceu.

Disse que em 1998 tinha uma microempresa na periferia de São Paulo e prestava serviços para a empreiteira Benito Roggio. Contou que teve contas no HSBC e no Itaú. Os cheques das doações, conforme o TRE informou depois, são do banco Sudameris.

O contador disse que iria apurar a razão de seu nome aparecer como doador. Na sexta-feira, Barreira, em novo contato, disse ter telefonado para o empreiteiro, que teria lhe dado explicações.

	<p>Segundo o contador, Crespo lembrou-lhe que em 98 pediu uma autorização para usar seu CPF para um recibo de doação. Barreira recordou-se do diálogo: "Ó, vou fazer um recibo de uma doação, só que não quero aparecer, então posso usar seu nome e CPF?". Eu autorizei. Eu não fiz cheque, eu não fiz absolutamente nada e ele usou essa conta", disse o contador.</p> <p>A única dúvida de Barreira era a respeito do valor das doações: "Me dá a impressão que talvez eu tenha autorizado, a fazer o recibo de uns R\$ 5 mil, e, no final das contas, onde passa um boi, passa uma boiada, aí fizeram outros recibos e outros cheques".</p>
--	---

## ANEXO-BN QUADRO-10 N10-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	12/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.855	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula diz que governo faz 'terrorismo' econômico</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Governo explora economia frágil, diz Lula</b></p> <p>O candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, acusou o governo de estar explorando a fragilidade da economia brasileira com propósitos eleitorais.</p> <p>Foi uma resposta a declarações feitas pela coligação tucana, que anteontem relacionou a vitória de Lula à possibilidade de o Brasil passar por crises como as da Argentina, que vive a pior recessão de sua história, e da Venezuela, em que há ameaça de destituição do governo por oposicionistas.</p> <p>"O que não pode é o governo ficar brincando de fazer terrorismo com a economia brasileira, que é frágil. O Brasil tem potencial, mas não se pode brincar com coisa séria", declarou o petista, após rápida visita feita à senadora eleita Roseana Sarney (PFL-MA), que se recupera de cirurgia para retirada de nódulos benignos no seio, no hospital Sírio-Libanês.</p> <p>Antes de saber do anúncio de novas medidas do Banco Central para controlar o dólar, que se aproximou nessa semana do patamar de R\$ 4, Lula cobrou ação mais firme do governo no controle da moeda norte-americana.</p> <p>"Até o dia 31 de dezembro, o presidente e sua equipe econômica precisam tratar com carinho da moeda brasileira. O governo não pode permitir que o dólar continue assustando a sociedade brasileira", afirmou.</p> <p>O PT tem procurado jogar a responsabilidade sobre a crise financeira na conta do atual governo, tentando desvinculá-la do receio dos mercados à vitória do petista.</p> <p>Todos os esforços vem sendo feitos pelos lulistas para evitar que o que classificam como "terrorismo econômico" tenha efeito semelhante ao de março e abril, quando, avalia o PT, seu presidenciável ficou em uma posição defensiva.</p> <p>Petistas apontam, no entanto, uma diferença. No primeiro semestre, o partido estava vulnerável, porque não havia explicitado seu compromisso com a estabilidade e falava abertamente em "ruptura". Desde então, Lula fez vários gestos em direção ao mercado, incluindo o aval ao acordo com o Fundo Monetário Internacional (FMI).</p> <p><b>Bronca</b></p> <p>Sem especificar as medidas que o governo poderia adotar, Lula disse que existem "mecanismos que poderiam ser utilizados". Como já fez anteriormente na campanha, o presidenciável petista disse ainda que o PT já expôs na campanha seu compromisso com a estabilidade econômica, o respeito aos contratos e a manutenção do superávit primário.</p> <p>"Volto a repetir. O PT no mês de junho apresentou um documento, chamado Carta ao Povo Brasileiro, em que está delineado seu compromisso com as questões econômicas", afirmou.</p> <p>Outro petista que se empenhou no contra-ataque ontem foi o governador reeleito do Acre, Jorge Viana. Um dos petistas mais próximos do Planalto, Viana cobrou do presidente Fernando Henrique Cardoso que faça uma declaração pública para neutralizar a turbulência financeira.</p> <p>"O presidente tem que falar sobre o dólar. É necessário um posicionamento para separar a especulação da eleição para presidente. O presidente precisa ter uma posição mais ativa", afirmou.</p>

	<p>Viana também sugeriu que Fernando Henrique dê uma "bronca" em seu candidato pelas declarações feitas contra Lula.</p> <p>"O presidente deveria chamar a atenção do candidato do governo [Serra], repreendê-lo por estar tentando conseguir alguns pontos a mais na pesquisa e pondo em risco o país", disse.</p>
--	---

## ANEXO-BO QUADRO-10 N11-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	18/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.861	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula critica economia, e FHC o vê de sapato alto</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula critica economia; FHC acusa 'sapato alto'</b></p> <p>O candidato Luiz Inácio Lula da Silva (PT) criticou ontem em São Bernardo do Campo a política econômica do governo. À tarde, de Brasília, o presidente Fernando Henrique Cardoso rebateu, dizendo que o petista está colocando "sapato alto antes da hora".</p> <p>Lula classificou a equipe econômica de "cega" e criticou o governo por insistir numa política que, em sua opinião, privilegia o sistema financeiro em detrimento do setor produtivo. "O que deve motivar o investimento do dinheiro é a produção, não a especulação. Lamentavelmente, estamos subordinados à especulação."</p> <p>FHC, por meio de seu porta-voz, Alexandre Parola, disse que as críticas de Lula à política econômica atual não são válidas porque o petista não teria "domínio pleno" sobre o assunto.</p> <p>Parola, ao ser questionado sobre a opinião de FHC em relação às declarações de Lula criticando a elevação das taxas de juros e atribuindo à política econômica uma suposta subordinação à especulação, disse: "A esse respeito, o presidente sublinha que é muito ruim a atitude de colocar sapato alto antes da hora e sobretudo falar de assuntos em relação aos quais não tem domínio pleno".</p> <p>Segundo a <b>Folha</b> apurou, o comentário sobre falta de "domínio pleno" de questões econômicas foi usado por FHC para reforçar a estratégia tucana de mostrar despreparo e falta de conhecimento de Lula para governar.</p> <p>Lula, ao falar da política econômica, disse que o Brasil "andou para trás". "Era a oitava economia do mundo havia oito anos e passou para a 11ª. O Brasil continua numa política cega, de uma equipe econômica que não enxerga a produção, seja na agricultura ou na indústria, como única possibilidade de o Brasil sair da enclacrada que ele está vivendo", disse.</p> <p>E completou: "Esse aumento da taxa de juros [de 18% para 21%] não vai resolver o aumento da inflação, que vem dos preços vinculados ao dólar, como do gás, da gasolina e da energia elétrica. Fico preocupado por a equipe econômica não ter em conta que a única coisa que pode ajudar o Brasil neste momento é o crescimento da economia, o aumento das exportações e do mercado interno".</p> <p>Apesar da crítica, Lula disse que se empenhará em fazer a "transição mais civilizada" da história brasileira, caso vença.</p> <p>Após a pergunta ser encaminhada a FHC, o presidente reagiu rapidamente e o briefing foi adiantado cerca de duas horas. Há três dias, o presidente disse em discurso que o rumo do país não mudaria se Lula fosse eleito. Anteontem, comandou reunião da campanha tucana e avalizou os ataques a Lula. Ontem, após gravar programas para Serra, FHC interpretou que as críticas do petista passaram do limite, segundo a <b>Folha</b> apurou.</p>



## ANEXO-BP QUADRO-10 N12-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	20/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.863	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>PT pede voto por carta a cadastrados na prefeitura</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Petistas usam cesta básica a favor de Lula</b>  Coordenadores do programa de distribuição de cestas básicas do governador de Mato Grosso do Sul, José Orcírio, o Zeca do PT, têm feito reuniões com moradores pobres nos bairros de Campo Grande para pedir votos a Luiz Inácio Lula da Silva e Zeca, candidato à reeleição. O programa distribui 60 mil cestas por mês.</p> <p>Houve pelo menos 14 reuniões em dois dias da semana passada. Sem que fosse pedida identificação à reportagem, a Folha acompanhou uma dessas reuniões na última quarta. A platéia é formada por cerca de 60 mulheres, muitas delas com crianças no colo, e quatro homens. Todos ouvem a palestra com atenção e alguns apertam na mão títulos de eleitor e carteiras de identidade.</p> <p>No centro da roda, no quintal de uma casa de três cômodos na periferia de Campo Grande, a psicóloga Isabel Fernandes Alvarenga, 47, discursa: 'Dia da eleição, é 13. É fácil, não é mais complicado. Aperta o [botão] verdinho, põe 13 de novo, aperta o verdinho. Só. Ninguém vai saber em quem vocês votaram'.</p> <p>A palestrante não é uma simples militante do PT. Coordena em Campo Grande o Programa de Segurança Alimentar do governo, que distribui mensalmente 60 mil cestas básicas.</p> <p>O grupo começou a chegar às 13h. Durante toda a manhã, pessoas passaram em casas do bairro Monte Castelo para chamar moradores 'para fazer o cadastro e ter direito a uma cesta básica'.</p> <p><b>Silva</b></p> <p>Na reunião, Isabel se identifica como coordenadora do Programa de Segurança Alimentar e pede votos para Zeca do PT e para Lula: 'Quem tem trânsito na sociedade, seja do mais simples sem-terra ao maior? É o Lula, gente. É uma pessoa que tem trânsito, que tem respeito. Então, a gente não tem que ter medo. É da Silva, sim. É Luiz Inácio Lula da Silva. Igual muita gente que é Silva'.</p> <p>Uma senhora concorda: 'Eu também sou Silva'. Encorajada, a oradora segue em frente: 'É nossa hora, nós temos chance, como o Lula tem chance'.</p> <p>Na parede da casa, um adesivo do PT. A proprietária, Yolanda recebe os convidados vestindo uma camiseta com propaganda de Zeca e do seu sobrinho Vander Loubet, deputado federal eleito.</p> <p>Na hora marcada, o portão está aberto e as pessoas vão entrando. A maioria fica em pé. Às 13h30 começa a falar uma mulher que se apresenta como assistente social do governo. Ela enaltece o governador, explica que ele atende 60 mil famílias com cestas básicas e leite e diz que ele 'precisa continuar' esse trabalho.</p> <p>Perto da oradora, uma senhora de uns 80 anos de idade começa a chorar e</p>

balbucia: 'Eu moro em Jaraguari [a 70 km de Campo Grande] e não recebo essa cesta básica. Eu preciso muito'.

A assistente social diz que aquele caso 'vai ser resolvido'.

Uma outra senhora pergunta o que deve fazer para receber a cesta de alimentos, dúvida que parece comum a todos. A assistente social explica que 'a coordenadora' chegaria logo para explicar como seria 'o cadastramento'.

No fundo da platéia, uma mulher vira-se para outra e comenta: 'Eles vão cadastrar a gente e depois entregar a cesta em casa'.

Após o primeiro discurso da tarde, todos ficam à espera da 'coordenadora'. Passa-se uma hora. A impontualidade causa algumas defecções. Algumas senhoras vão embora com suas sombrinhas e carrinhos de bebê. Uma tenta convencer a amiga a ficar: 'Eles vão cadastrar a gente'. A outra responde: 'Eu não falei que era só política?'.

### "Compração de voto"

Uma garota de 18 anos, com o título de eleitor na mão, atravessa a conversa: 'Será que eles não vão entregar o sacolão?'. A mulher explica: 'Não, só vão cadastrar e depois dar. Senão fica que nem 'compração' [sic] de voto'.

Dois homens com broches do PT circulam com celulares na mão, ansiosos. Isabel chega, para alívio geral, por volta das 15h. Põe a bolsa numa cadeira e logo se forma um círculo ao seu redor.

Desculpa-se pelo atraso, dizendo que estava em outra reunião.

Mais tarde, procurada pela **Folha**, ela contou ter feito seis reuniões do gênero naquele dia e disse que faria oito no dia seguinte, quinta-feira. A agenda está lotada no segundo turno.

Isabel também enaltece o governador petista. 'Porque o nosso governo, o do Zeca, o futuro governo do Lula, é um governo que pensa na pessoa. Exemplo: quando a gente fala de Bolsa-Escola, o governo Fernando Henrique também tem Bolsa-Escola. Só que a dele quanto vale?', pergunta à platéia, que responde, em coro: 'Quinze reais!'.

Isabel continua: 'E a nossa, quanto vale?'. E as mulheres: 'Cento e trinta seis!'. Então argumenta: 'Nosso Estado é pequeno. Imagina se o nosso Estado teria condições, se não fosse a seriedade do governador Zeca, de estar dando R\$ 136 para 20 mil famílias. Só tem se for governo sério'.

A psicóloga fala por 20 minutos, pede votos, mas diz que 'não está forçando ninguém' a votar no PT.

Mas ressalva: 'Só que a gente sabe. Se não for o nosso governo, não fica assim'. E continua: 'Meu pedido é esse, não é obrigar ninguém, não é pressionar ninguém, não. É um pedido que a gente faz. Nós precisamos continuar com nossos projetos sociais'.

### Triagem

Uma mulher se aproxima e pergunta o que deve fazer para receber uma cesta básica. Isabel explica que o governo quer ampliar o número de cestas para 100 mil. Afirma que o governo não está distribuindo cestas no período eleitoral - só 'em casos emergenciais', mas orienta os interessados a dar nome e endereço para a técnica do programa que está na reunião, Aparecida, para uma triagem posterior, que dirá se o caso é grave ou não.

O grupo se anima quando a técnica se senta num banquinho e começa a anotar os primeiros nomes e endereços. Rapidamente se forma uma fila de 32 pessoas. Cida faz as anotações numa agenda.

Está na hora de Isabel ir embora. Ela acena para Aparecida: 'Cida, estou indo para o (bairro) Campo Belo'. E Cida responde: 'Boa viagem. Daqui a pouco vou para o Talismã'.

O repórter pede um telefone de contato de Cida. Ela entrega um papel com o seu celular anotado. Do outro lado, vem uma mensagem escrita a lápis, assinada por uma moradora da rua Doutor Meireles, a duas quadras dali.

A súplica revela o que ela, afinal, esperava daquela reunião: 'Tenho dois netos para criar e necessito deste sacolão para ajudar na alimentação da família'.

### **PT pede voto a cadastrados da Prefeitura de SP**

O PT está pedindo voto, por meio de cartas, a pessoas cadastradas em programas sociais, habitacionais e educacionais da Prefeitura de São Paulo, administrada pela petista Marta Suplicy. Até criança de 7 anos recebeu esse tipo de correspondência.

O coordenador de comunicação do PT no Estado, Marcos Silva, nega que o partido tenha utilizado o cadastro da prefeitura para endereçar as cartas. Diz que os beneficiados pelos programas de Marta também fazem parte de cadastros de movimentos sociais ligados ao PT.

No entanto ele não diz que organização tem uma lista em que os titulares são crianças.

A Folha apurou que o Diretório Nacional do PT pagou, em setembro, aos Correios, R\$ 272,6 mil, referentes ao contrato de nº 7220104900, para remeter as cartas de pedido de voto. Entretanto esse contrato pode incluir outros tipos de correspondência.

A Secretaria da Educação, por meio da assessoria de imprensa, informa que os dados das crianças são tratados de forma reservada, pois os pais desses menores, ao fornecê-los às escolas, não assinaram nenhum tipo de documento, autorizando a divulgação.

Perueiros -do programa de transporte escolar da prefeitura- e diretores de escola também têm acesso aos dados. Já o cadastro dos beneficiários dos programas sociais (Renda Mínima, Bolsa-Trabalho e Começar de Novo) ficam na Prodam, a Companhia de Processamento de Dados da prefeitura. Quem acessa os dados tem a senha registrada no sistema. As cartas enviadas pela prefeita -cuja produção e postagem foram pagas pelo diretório nacional do PT- usam três tipos de mote para pedir voto: educação, habitação e complementação de renda.

### **Os programas**

O Vai-e-Volta é o programa de educação. Oferece transporte escolar a 72 mil estudantes que moram a mais de dois quilômetros da escola. Também distribuiu uniformes a 800 mil estudantes e material escolar a 925 mil. As cartas a mutuários referem-se à anistia da dívida de 47 mil pessoas com a Cohab (Companhia Metropolitana de Habitação de São Paulo) e a obtenção de 51 mil escrituras definitivas.

Os programas sociais de complementação de renda beneficiam jovens, desempregados e famílias pobres com filhos na escola.

O Renda Mínima paga, em média R\$ 120, a 178 mil famílias que tem filhos menores de 14 anos na escola. Os valores pagos variam de R\$ 20 a R\$ 220. O cálculo é feito de forma a assegurar a cada membro da família uma renda mensal próxima de meio salário mínimo.

	<p>Os R\$ 146 do Bolsa-Trabalho vão para 34 mil jovens de 16 a 20 anos que frequentam cursos de capacitação para entrar no mercado de trabalho. O Começar de Novo é voltado para desempregados com mais de 40 anos. Enquanto frequentam cursos de capacitação, recebem R\$ 189 mensais. Beneficia 36 mil pessoas.</p> <p>Os programas -especialmente os de complementação de renda e o Vai-e-Volta- são usados com frequência nos programas eleitorais do presidenciável Luiz Inácio Lula da Silva e de José Genoino ao governo do Estado de São Paulo.</p> <p>"A Marta fez uma coisa fantástica em São Paulo. A Marta acabou de dar em São Paulo 1 milhão de uniformes para meninos e meninas", disse Lula em seu programa da última quarta-feira. Já Marta apareceu duas vezes esta semana no programa de Genoino falando do tema. Até se "assustou" com o beijo "espontâneo" de uma criancinha vestida com o uniforme recebido no Vai-e-Volta.</p> <p>A Folha contactou um grupo de pessoas do mesmo bairro (Jardim São Luiz, zona sul da capital) que receberam todos os tipos de carta. As destinatárias das cartas sobre o Vai-e-Volta têm filhos matriculados na rede municipal. É o caso da dona-de-casa Rosana Custódio. A mãe dela, Anice Custódio, recebeu a carta que tem como mote os programas sociais. Em novembro do ano passado, ela se inscreveu no programa Começar de Novo, mas ainda não foi chamada. Quando recebeu a carta, Anice, analfabeta, chegou a pensar que tivesse sido contemplada.</p> <p>A menina de 7 anos que teve a carta endereçada em seu nome está na pré-escola também mora no Jardim São Luiz. Outro vizinho, Benício Rodrigues dos Santos, recebeu a carta que cita como exemplo de eficiência da gestão municipal a anistia concedida pela Cohab. A presidente da associação dos moradores, Maria Cícero Mineiro da Silva, disse que ele foi beneficiado pelo programa. Na casa para a qual a carta foi endereçada (da Cohab) moram hoje a ex-mulher e os filhos de Santos.</p> <p>O nome de Marta Suplicy está impresso como remetente de todas as cartas. elas há a fotografia de Lula, Genoino e do candidato eleito ao Senado, Aloizio Mercadante e da prefeita.</p> <p>As cartas recebidas pelos moradores do São Luiz foram parar nas mãos do corregedor eleitoral de São Paulo, desembargador Álvaro Lazzarini. É que as lideranças desse bairro são ligadas ao PSDB e denunciaram o que consideram o "uso eleitoreiro" de programas sociais. O advogado Ricardo Pentead, da coligação "São Paulo em boas mãos" (PSDB-PFL-PSD), protocolou um pedido de Investigação Judicial Eleitoral no TRE. Para o advogado Torquato Jardim, a prefeitura não está cometendo crime eleitoral, já que os custos de produção e postagem foram arcados pelo PT: "Se não há lei vedando a utilização das informações, não há problema".</p>
--	--

## ANEXO-BQ QUADRO-10 N13-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	22/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.865	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula vai retaliar “não-aliados”, afirma Serra</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Serra diz que Lula vai retaliar não-aliados</b></p> <p>O candidato do PSDB à Presidência, José Serra, disse ontem que o presidenciável Luiz Inácio Lula da Silva (PT) poderá retaliar prefeitos que não sejam alinhados a ele, caso vença a eleição.</p> <p>Falando a uma platéia de 420 prefeito mineiros, segundo levantamento do comitê tucano, Serra disse que sempre tratou, enquanto ministro da Saúde, os prefeitos de forma equânime. Disse ter ajudado Porto Alegre, "cidade governada pelo PT há mais de 15 anos, sem olhar coloração partidária".</p> <p>"Eu não tenho certeza de que meu adversário, se eleito, fará isso. Não é a experiência que tem se recolhido pelo Brasil afora, nos Estados onde [o PT] governa."</p> <p>O discurso foi feito para prefeitos e outras lideranças, arregimentados pelo governador eleito de Minas, Aécio Neves (PSDB).</p> <p>Estavam com Serra sua vice, Rita Camata, o vice-presidente Marco Maciel, o senador Arthur Virgílio (PSDB-AM), o presidente do PSDB, José Aníbal (SP), o presidente do PMDB, Michel Temer (SP), e o deputado Francisco Dornelles (PPB-RJ), além de Aécio e o senador eleito Eduardo Azeredo (PSDB-MG). Todos discursaram, mas coube aos tucanos Arthur Virgílio, José Aníbal e a Serra os discursos mais inflamados e mais críticos ao PT e a Lula.</p> <p>Aníbal foi na mesma linha de Serra e disse aos presentes, que lotaram o auditório do CDL (Clube de Dirigentes Lojistas), em meio a um calor muito forte, que, se o PT vencer, eles terão o "outro lado" como principal adversário nas eleições municipais de 2004.</p> <p>Depois do discurso, Aníbal afirmou que o PSDB "não tem nenhuma carta na manga" e que esse tom será usado até a eleição para tentar mudar o jogo eleitoral.</p> <p>O tucano se queixou de Lula, dizendo ser atacado pelo petista. Na noite de anteontem, durante entrevista na TV Bandeirantes, ele disse que Serra é uma pessoa "desagregadora". Primeiro, Serra disse que Lula dizia não querer o debate porque alegava falta de tempo, mas que ele foi para a entrevista da Bandeirantes e queria, "inclusive, gravar ao vivo". Usou isso para dizer que Lula não quer mesmo é debater com ele.</p> <p>E concluiu: "E fez algo que antes não tinha feito comigo, e que eu nunca fiz, nem vou fazer com ele, nem com nenhum outro: ataques pessoais. Parece que a paz e o amor ficaram de lado. E eu não estava lá para rebater". Serra se defendeu, então: "Afirmções que não correspondem ao que aconteceu na história, ao que aconteceu na minha prática. Se há algo que eu sempre consegui fazer foi somar".</p> <p>Disse que, como ministro, ligou para Lula "várias vezes" para pedir que o petista ajudasse a aprovar projetos -citou o que aumenta recursos para a saúde.</p> <p>"Havia gente do PT boicotando essa emenda porque dizia que eu, como ministro, ia faturar, sem pensar na questão da saúde do ângulo da população", disse.</p> <p>Serra repetiu trechos do pronunciamento que fez anteontem no horário eleitoral: "Eles estão prometendo mudar tudo para quem não tem nada e não mudar nada para quem tem tudo".</p> <p>Depois, acusou Lula de dizer uma coisa para os banqueiros e outra para a</p>

	<p>população, quando o assunto é taxa de juros. Repetiu que a vitória de Lula seria "um estelionato eleitoral como nós nunca vimos desde o Collor, no sentido de não fazer nada daquilo que está prometendo fazer, ou então, fazer voltar o Brasil à superinflação e à desorganização da nossa economia, se tentar cumprir essas promessas mágicas".</p>
--	--

## ANEXO-BR QUADRO-10 N14-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	25/08/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.807	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Para Lula, a elite do Brasil é perversa</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>‘Elite brasileira é perversa’, afirma Lula</b></p> <p>O candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, afirmou ontem que a "elite brasileira é perversa", sendo fonte geradora de corrupção, que "é histórica e crônica". Lula respondia sobre o como combater a corrupção a jornalistas em Santarém (PA). "A corrupção no Brasil é histórica e crônica, porque a elite brasileira é perversa", disse.</p> <p>O petista exemplificou sua afirmação com o caso da Sudam (Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia), que acabou extinta após uma sucessão de desvios apontados pelo próprio governo e pelo Ministério Público.</p> <p>"Por causa do [ex-senador e agora candidato a deputado] Jader Barbalho, a Sudam foi fechada. Não seria o caso de fechar o órgão, e sim prender quem roubou", disse. Jader é citado em diversos inquéritos sobre desvios, e sempre negou ter cometido irregularidades.</p> <p>Lula participou de uma carreta no centro de Santarém e de um showmício para cerca de 5 mil pessoas, segundo a Polícia Militar.</p> <p>Após ir a Brasília para dar apoio, com reservas, ao acordo entre o Brasil e o FMI (Fundo Monetário Internacional), Lula voltou, em cima de um palanque, ao discurso mais agressivo contra o fundo e suas políticas.</p> <p>"É preciso ter cuidado para quem toma empréstimo, porque quando tiver de pagar, a porca entorta o rabo", afirmou na praça Matriz da cidade.</p> <p>"O povo está sendo enganado há muitos anos. Para que o Brasil dê certo, é só acabar com a rouboalheira e com a safadeza e usar o dinheiro corretamente, para que o país seja moralizado."</p> <p>No discurso, Lula usou a obra inacabada da rodovia Cuiabá-Santarém para atacar o governo federal. "O ministro da Fazenda, o ministro dos Transportes e o presidente da República não têm a decência de passar pela rodovia e perceber o quanto o povo sofre."</p> <p>Também falou sobre a compra de novos caças para a Força Aérea Brasileira, negócio de US\$ 700 milhões que será analisado em reunião do Conselho de Defesa Nacional nesta semana. O presidente Fernando Henrique Cardoso tende a deixar a decisão final para ser tomada em conjunto com o seu sucessor, após as eleições.</p> <p>"Eu pedi para o FHC adiar, no nosso encontro. aguardo sua resposta", disse Lula, que depois engrossou o coro de candidatos como José Serra (PSDB) - que querem o consórcio integrado pela Embraer, que oferece o Mirage-2000BR, como vencedor.</p> <p>"Gostaria que a Embraer [fosse a escolhida], para que seja detentora de tecnologia e o avião seja construído no Brasil", disse, misturando dois temas distintos sobre o negócio.</p>

	<p>Primeiro, mesmo que ganhe, a francesa Dassault (que lidera o consórcio) não vai fazer o avião no Brasil porque a venda de 12 unidades não justifica a abertura de uma fábrica.</p> <p>Segundo, a transferência de tecnologia para o Brasil é pré-requisito da FAB para todas as empresas, e o fato de a Embraer ser brasileira não garante maior ou menor transferência.</p> <p><b>Alca</b></p> <p>Lula voltou a justificar a ausência do PT no plebiscito que a CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil), a CUT (Central Única dos Trabalhadores) e outras entidades vão promover sobre a aceitação da Alca (Área de Livre Comércio das Américas, proposta pelos EUA para entrar em vigor em 2005).</p> <p>"O PT é um partido que está prestes a ganhar uma eleição nacional e não pode ficar brincando de plebiscito", disse.</p> <p>Em 2000, o partido de Lula participou de evento semelhante sobre a dívida externa.</p>
--	--



## ANEXO-BS QUADRO-10 N15-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	04/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.817	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Aviões com Lula e Maluf têm panes</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Aviões de Lula e Maluf passam panes</b></p> <p>O candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, e o candidato do PPB ao governo de São Paulo, Paulo Maluf, sofreram ontem panes em seus aviões. Após voltar e trocar de aeronave, Lula prosseguiu viagem. Já Maluf preferiu cancelar sua agenda. O petista viajava para Passo Fundo (RS) quando o jatinho da TAM teve uma pane, meia depois de decolar de Congonhas, em São Paulo. A aeronave voltou ao aeroporto e foi trocada. "Depois do que ocorreu com três aviões, na semana passada, claro que a gente se assusta", disse Lula, já em Passo Fundo, onde chegou às 13h36, com duas horas e meia de atraso. Maluf, por sua vez, cancelou ida a Ribeirão Preto depois de enfrentar panes em duas aeronaves. Ele viajava em vôos fretados da Líder Táxi Aéreo, que chegou a oferecer uma terceira aeronave a Maluf. Em nota, a empresa informou que os incidentes não colocaram os passageiros em risco.</p> <p><b>Serra e Ciro no divã</b></p> <p>Lula fez campanha ontem em três cidades gaúchas: Passo Fundo, Caxias do Sul e Porto Alegre. Em comício em Caxias do Sul no início da noite, o petista sugeriu que os candidatos José Serra (PSDB) e Ciro Gomes (PPS) resolvam seus problemas em um divã.</p> <p>"Há um problema entre ele [Serra] e Ciro que tem de ser resolvido em um divã, não nos debates", disse Lula, que completou: "Eles se atacam porque se conhecem. Eles estão se chamando de mentirosos". Anteontem, Ciro e Serra protagonizaram o mais áspero confronto desta campanha, durante debate na TV Record.</p> <p>Para reforçar um perfil calmo, distante dos embates de campanha, Lula disse: "Eu estou na minha, sou como o telespectador". Questionado sobre que atitude tomará caso se torne alvo de críticas, respondeu que tentará manter "o mesmo comportamento".</p> <p>A respeito do fato de Serra ter dito que ele e Ciro se juntaram para acuá-lo nos debates, Lula afirmou que o tucano "só quer os bônus, não os ônus" de ser o candidato do governo.</p> <p>Ele comentou também a possibilidade de FHC apoiar sua candidatura, caso haja um segundo turno entre ele e Ciro. Disse que aceita apoios de todos os ex-presidentes, menos o de Fernando Collor de Mello (que apóia Ciro). Mas ressaltou: "Não sei se o presidente Fernando Henrique Cardoso ousaria me apoiar".</p> <p>Antes, em Passo Fundo, Lula declarou que seu possível triunfo pode representar uma mudança nas negociações dos países da América Latina com países de maior expressão econômica.</p> <p>"Imagine uma vitória nossa aqui, o que pode repercutir no Uruguai, na Argentina, no Equador, na Colômbia, em todos os países", discursou, escalando-se como um novo líder do continente. "E quem sabe a gente esteja, até sem saber, criando uma nova correlação de força para poder negociar com muito mais peso com o chamado mundo desenvolvido", afirmou.</p>

## ANEXO-BT QUADRO-10 N16-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	21/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.834	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula pede nova reunião com FHC para discutir dólar</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula quer encontro com FHC para ter explicação sobre a alta do dólar</b></p> <p>O candidato do PT ao Palácio do Planalto, Luiz Inácio Lula da Silva, disse ontem que pretende ter uma nova reunião com o presidente Fernando Henrique Cardoso na qual exigiria explicações para a alta do dólar em relação ao real.</p> <p>"Eu propus ao presidente do meu partido, José Dirceu, que nós voltemos a conversar com o presidente Fernando Henrique Cardoso para exigir dele, do [Pedro] Malan e do Armínio Fraga uma explicação pública do porquê está acontecendo esse aumento do dólar, que não é por causa da eleição", disse Lula durante entrevista na sede do jornal "O Globo".</p> <p>O petista não especificou quando pediria a nova conversa. Segundo Lula, não há nenhuma motivação eleitoral para a disparada do dólar, uma vez que ele mesmo, em reunião anterior com FHC, reiterou seu apoio ao acordo com FMI (Fundo Monetário Internacional) e reafirmou a promessa de respeitar os contratos.</p> <p>O petista declarou que vem conversando com grandes banqueiros e que eles não têm manifestado medo com sua eventual vitória. "Acontece que há muitos bancos de investimento que ficam especulando", disse o candidato.</p> <p>Lula voltou a evitar polarização direta com José Serra (PSDB). No máximo, reservou a ele algumas ironias: "Tudo que ele quer é duelar comigo: é como se fosse um afogado tentando estender a mão para mim". Em compensação, sobram farpas a Nizan Guanaes, publicitário do candidato tucano: "Parece que o marqueteiro tucano esqueceu do candidato dele e agora está disputando com meu publicitário [Duda Mendonça]", afirmou Lula em referência ao programa eleitoral de anteontem.</p> <p>Sobre a propaganda do PSDB que comparava sua proposta de farmácia popular com a de Paulo Maluf (PPB) em 1998, Lula foi evasivo. "Não vejo problema em copiar um projeto que deu certo no governo de Miguel Arraes [ex-governador de Pernambuco e presidente nacional do PSB]".</p> <p>Lula reafirmou que não adotará uma posição de enfrentamento: "Eu quero estar bem com todo mundo. Não quero brigar com ninguém, nem com meus adversários". Apesar da agressiva disputa com Serra na TV, Lula fez um aceno à possibilidade de participação do PSDB em seu eventual governo: "Tem muita gente de alto nível no PSDB, com quem tive relações boas nos anos 70".</p> <p><b>"Pétalas de rosa"</b></p> <p>O presidenciável petista declarou que nunca defendeu a fabricação da bomba atômica, como foi sugerido por Serra em referência à crítica de Lula ao Tratado de Não-Proliferação das Armas Nucleares. "Eu sou tão pacifista que eu queria que a única bomba atômica que explodisse espalhasse pétalas de rosa", afirmou Lula.</p>

	<p>Ele também cobrou do movimento sindical uma atitude mais participativa na vida política brasileira. Sugeriu que isso ocorra por meio da criação de fundos de pensão administrados por sindicatos. "A forma de interferir na política não é mais só fazendo greve. Isso eu fazia nos anos 80", afirmou o presidenciável.</p> <p>Em um raro momento de ataque direto a um adversário, o petista demonstrou mágoa com o ex-presidente Fernando Collor de Mello: a abertura do processo de impeachment pela Câmara completa dez anos no próximo dia 29: "Eu só espero que o Collor não se eleja governador de Alagoas".</p>
--	--

## ANEXO-BU QUADRO-10 N17-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	28/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.841	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula aceita apoio com baile no fim</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Na nossa festa, todos são bem vindos, diz Lula</b></p> <p>"Na nossa festa, mesmo quem chegar quando ela já tiver terminado, será bem-vindo." Foi dessa forma que o presidenciável Luiz Inácio Lula da Silva (PT) recebeu dissidentes do PMDB do Rio, que, a nove dias das eleições, declararam apoio à sua candidatura.</p> <p>Cerca de 150 integrantes do partido, liderados pelo secretário-geral da executiva estadual, deputado estadual Jorge Picciani, lançaram ontem um manifesto de apoio a Lula. Entre os dissidentes estão outros quatro deputados estaduais, o prefeito de Itatiaia e cerca de 60 vereadores da Baixada Fluminense e do interior.</p> <p>"Queria dizer a vocês que estão tomando essa decisão a nove dias da eleição, que não ficassem constrangidos de dizer "nós estamos chegando na festa quando o baile já está terminando", disse Lula. O PMDB do Rio apóia formalmente o candidato José Serra (PSDB).</p> <p>Lula elogiou os presentes, dizendo que "não é apenas dentro do PT que tem gente boa. Tem muita gente boa e séria fora do PT, em outros partidos". Lembrou a importância do MDB na criação do PT. "Grande parte dos políticos petistas começou fazendo política no PT, mas grande parte já fez política no MDB. Foi com gente oriunda do MDB que foi possível criarmos o PT."</p> <p>O presidenciável discursou sobre a importância das alianças para garantir sua governabilidade, dizendo que o "grande feito" da sua campanha foi a conscientização de que um país complexo como o Brasil não pode ser governado por um único partido político.</p> <p>Dissidentes como Jorge Picciani e o deputado estadual André Luiz, vice-presidente da executiva estadual, são importantes no comando da máquina do PMDB. Petistas e peemedebistas acreditam que a mudança beneficiará a candidatura de Benedita da Silva (PT) ao governo, mas não aumentará a votação de Lula no Estado. Picciani disse que eles são capazes de mobilizar 1 milhão de votos.</p> <p>O presidente do PMDB do Rio, Moreira Franco, minimizou a dissidência: "As pessoas reunidas no ato são inexpressivas e não representam o PMDB do Rio." Mas admitiu que o racha pode repercutir na disputa pelo governo estadual.</p> <p>Lula disse estar preparado "psicologicamente" para o debate da TV Globo, no dia 3. Afirmou estar ciente de que seus adversários vão atacá-lo, mas não vai revidar. "Estou na minha fase mais tranquila da vida. Vou fazer o que aprendi com a minha mãe: quando um não quer, dois não brigam." À noite, em comício em Sorocaba (SP), Lula manifestou receio de que possa haver "maracutaias" na reta final da campanha: "O jogo está bom para nós. Estamos atacando quase como o Brasil contra a Alemanha na Copa. Estamos na frente. As possibilidades de ganhar são extraordinárias. Nunca tivemos essa chance. Mas ainda faltam nove dias para as eleições. Não sabemos o que os nossos adversários vão aprontar. Não sabemos se vai ter maracutaia. Não sabemos o que eles podem fazer para baixar o nível da campanha".</p>

## ANEXO-BV QUADRO-10 N18-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	02/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.845	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula prevê ajuste 'brabo' no governo</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>PT diz a empresários que fará ajuste brabo</b></p> <p>O ajuste fiscal que o PT terá que implementar, se ganhar a eleição, é descrito pelo partido como "brabo", o que representa o reconhecimento de que a margem de manobra para políticas que envolvam gasto público é pequena.</p> <p>O conceito de ajuste "brabo" ("muito forte", "intenso", "violento", segundo o "Aurélio") foi anunciado no sábado pelas principais lideranças do partido, à frente o próprio candidato Luiz Inácio Lula da Silva, no encontro que mantiveram com empresários, executivos e sindicalistas.</p> <p>Ontem, Antônio Palocci, prefeito de Ribeirão Preto e coordenador do programa de governo, afirmou que "o primeiro ano [do governo] será restrito demais", em razão da necessidade de manter o superávit fiscal acertado com o Fundo Monetário Internacional. É sintomático que, na mesma reunião, o presidente da Central Única de Trabalhadores, João Felício, tenha dito que a central não pretende pressionar por empregos no início de um governo Lula.</p> <p>O que a CUT quer é, primeiro, a "humanização das relações de trabalho" e, segundo, a criação de um "espaço" para negociação entre a sociedade e o poder público (Felício citou CUT, Força Sindical e MST). O pressuposto é o de que o "espaço" de negociação acalmaria as bases sindicais, pelo menos num primeiro momento.</p> <p>As lideranças petistas anunciaram também que pretendem conceder "autonomia", mas não independência, ao Banco Central.</p> <p>A independência do BC é uma das mais recorrentes reivindicações apresentadas pelos agentes de mercado, no pressuposto de que políticos são menos confiáveis que os burocratas que comandariam o banco e evitariam gastos públicos exagerados. Ao falar em "autonomia", e não em independência, o PT está enviando um sinal aos mercados para tranquilizá-los, o que, de resto, foi a tônica do encontro de sábado.</p> <p>A agenda do que José Dirceu, presidente do partido, chamou de "assuntos importantes", inclui:</p> <p>1 - Reforma tributária, centrada na desoneração da produção e, em especial, da exportação.</p> <p>2 - Reforma da Previdência.</p> <p>3 - Relações com os EUA. Os petistas disseram que o atual embaixador em Washington, Rubens Barbosa, está dando indicações para as falas de Lula a respeito.</p> <p>O PT aproveitou a reunião para anunciar que vai, sim, negociar a Alca (Área de Livre Comércio das Américas), prevista para englobar os 34</p>

países americanos, excluída apenas Cuba. Como Lula disse que a Alca, nos termos que está proposta, é um processo de "anexação" do Brasil pelos EUA, não uma zona de livre comércio, pairava no ar a hipótese de que o PT abandonasse a negociação. É claro que o partido diz que fará a negociação em "condições favoráveis ao Brasil". Ninguém anunciaria de público algo diferente.

4 - Regulamentação do artigo 192 da Constituição. É o artigo que impõe a limitação de 12% (anuais) para os juros e que abre a brecha para a independência (ou "autonomia") do Banco Central. Como se tratava de uma reunião para expor posições, não de uma sabatina, não houve pedidos de esclarecimento nem sobre o que é exatamente "autonomia" do BC ou que é um "ajuste fiscal brabo" (Palocci diz que não haverá aumento na meta combinada com o FMI, que é de 3,75% do PIB).

#### **"Seleção brasileira"**

Durante o encontro houve uma cobrança mais ou menos velada de nomes que comporiam o Ministério Lula, em especial na área econômica. Nome algum foi, no entanto, mencionado, até onde a Folha pôde saber.

O que, sim, foi anunciado, é que o governo do PT "não será exclusivamente do PT nem só da CUT nem apenas dos partidos ligados ao PT. Será uma seleção brasileira", na expressão de Aloizio Mercadante (SP), candidato ao Senado e um dos dois principais porta-vozes econômicos do partido.

A perspectiva de um ajuste fiscal "brabo" combina com o fato de que, nas conversas que líderes do PT vêm mantendo tanto com o presidente do BC, Armínio Fraga, como com o próprio Fernando Henrique Cardoso, a avaliação é a de que a situação é "muito difícil". A margem de manobra do próximo governo será reduzida, ao menos no início, para o que contribui o pessimismo que as autoridades brasileiras vêm no mundo todo.

O diálogo entre o PT e FHC está sendo o melhor possível. José Dirceu não apenas fala pelo telefone com o chefe do governo como se reúne com ele, sem holofotes, juntamente com Antônio Palocci, o coordenador do programa de governo de Lula, que vai assumindo funções cada vez mais relevantes.

Dirceu chegou a dizer aos presentes no encontro de sábado que a transição do governo FHC para um governo Lula "será a mais organizada possível". Por isso quase não houve críticas dos petistas à gestão do câmbio pelo BC. Quem atacou o BC, paradoxalmente, foi um empresário (Lawrence Pih).

## ANEXO-BW QUADRO-10 N19-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	04/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.847	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Para Piva, Lula terá de 'conter' radicais do PT</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula precisa conter radicais do PT, diz Piva</b></p> <p>O presidente da Fiesp (Federação das Indústrias de São Paulo), Horacio Piva, fez ontem advertência para que Lula ""controle o ímpeto de seus correligionários", em referência aos radicais do PT, no caso de a eleição presidencial ser definida já no primeiro turno. De acordo com Piva, é preciso haver muita humildade e modéstia nas negociações para a formação de coalizão que considera ""inevitável" entre PT e PSDB. Feita a advertência, o dirigente empresarial disse no entanto que acredita ser muito difícil a uma definição da eleição no domingo. ""Isso é uma preocupação [a influência dos chamados radicais nas decisões do partido". Mas o Lula vem dando mostras bastante claras que possui muito controle sobre o partido, sobre seus correligionários. Ele efetivamente é um líder", disse o empresário. Para completar: ""É natural que um partido que tenha lutado tantos anos para chegar ao poder que no dia seguinte [à eventual vitória] e apresente sinais de alguma arrogância. É isso que preciso ter muita serenidade neste momento." Piva renunciou um pacto entre o partido de Lula e o PSDB, do ex-ministro José Serra, para assegurar a governabilidade ao presidente eleito, qualquer que seja ele. "Se o PSDB ganhar, vai querer colocar gente do PT e vice-versa." "Não vejo outra forma de superar os enormes problemas que estamos vivendo e desenharmos um projeto para os próximos anos, de comum acordo com a sociedade, se não houver um entendimento entre trabalhadores, empresários e governo." O argumento usado pelo empresário para ratificar a tese do pacto entre os dois partidos é o que nenhum deles terá maioria no novo Congresso. ""Não haverá mais MPs [instrumento que permite ao presidente ditar normas". Se vencer, o PT terá 20% de base governista. O PSDB, 35%, 40% do Congresso. Vão ter que negociar apoio", afirmou ele. Segundo presidente da Fiesp, uma eventual decisão do pleito no primeiro turno permitiria que ""as aliança entre os dois partidos fossem menos conflitadas" do que ocorreria passadas mais três semanas de debate público (ou seja, pós segundo turno). Ao insistir nessa tese de pacto de governabilidade entre PT e PSDB, o empresário, embora não declarasse, tomou por sepultadas as possibilidades do avanço ao segundo turno do ex-governador Anthony Garotinho (PSB). Garotinho acumula 17% dos votos válidos, segundo o Datafolha, divulgada ontem, contra os 22% de José Serra e os 49% de votos válidos para Lula. Para ser eleito no primeiro turno, o petista necessita de 50% dos votos válidos mais um voto. Horacio Piva defendeu ainda que o presidente eleito divulgue de forma rápida uma agenda de reformas e informar qual será o tratamento de questões como exportações e política monetária.</p> <p><b>Correntes</b></p> <p>O próprio Piva aproveitara-se da divulgação mensal do INA (Indicador do Nível de Atividade Industrial) elaborado pela Fiesp para afirmar que a entidade não estava apoiando oficialmente nenhum candidato. Nos últimos dias, uma série de membros da Fiesp declarou seu apoio público a um ou outro concorrente.</p> <p>Segundo ele, há duas correntes dentro da Fiesp: os que apostam em Serra -e obviamente esperam por um segundo turno. E aqueles que, de acordo com ele, esperam uma ""resolução rápida" -o que, pela simples lógica das pesquisas, significaria esperar pela vitória do petista.</p>

## ANEXO-BX QUADRO-10 N20-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	07/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.850	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula X Serra</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula e Serra estão no segundo turno</b></p> <p>A mais disputada das eleições presidenciais, desde a redemocratização em 1985, terá Luiz Inácio Lula da Silva (PT), 57, e José Serra (PSDB), 60, na disputa do segundo turno.</p> <p>O encerramento ou não da eleição no primeiro turno era dúvida até meados da noite, mas, com 80,99% dos votos apurados em todo o país, projeção feita pelo Datafolha ontem indicava que Lula não obterá metade mais um dos votos válidos e que Serra será o segundo colocado na disputa. Para chegar a essa conclusão, o Datafolha -com base na apuração oficial divulgada pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral)- dimensionou o peso de cada Estado e suas sub-regiões, o percentual obtido por cada candidato e projetou esses números para o total de votos. Às 2h20, Lula tinha 46,59% dos votos válidos; Serra, 23,76%; Anthony Garotinho (PSB), 16,73%, e Ciro Gomes (PPS), 12,44%.</p> <p>A taxa de comparecimento era de 82,03%, as abstenções atingiam 17,97%.</p> <p>O petista obtinha mais da metade dos votos válidos em cinco Estados (Acre, Bahia, Minas Gerais, Santa Catarina e Paraná) e no Distrito Federal. Os únicos Estados não liderados por Lula eram Alagoas e Ceará, onde Serra e Ciro, respectivamente, apareciam na frente.</p> <p>O segundo turno será marcado pelo confronto entre oposição e situação ao governo do presidente Fernando Henrique Cardoso. O PT articula o apoio de Ciro e Garotinho. O candidato do PPS anuncia hoje sua adesão "com entusiasmo" ao petista.</p> <p>No lado tucano, a estratégia para o segundo turno será colocar Fernando Henrique na linha de frente da campanha e tentar recompor a base de apoio que sustentou seu governo nos últimos oito anos, além de reformular o comando da equipe. A peça fundamental para essa aglutinação é o PFL, partido dividido entre caciques anti-serristas e antilulistas.</p> <p>O PT tentará impedir que a não-obtenção de vitória já no primeiro turno traga desânimo para a campanha. Após a divulgação do resultado, Lula deve realçar que nunca o PT foi tão votado.</p> <p>A demora na votação, com o surgimento de filas em várias seções do país, surpreendeu o TSE e colocou em risco a expectativa de rápida apuração dos votos e divulgação do resultado. O presidente do TSE, Nelson Jobim, responsabilizou os eleitores pela demora. "Em nenhuma hipótese permitiríamos que qualquer cidadão, por ter dificuldades manuais, de inteligência ou de cultura, tenha que ser obrigado a votar em um tempo menor", justificou. Anthony Garotinho anunciou que entrará com pedido de impugnação da eleição no Rio, caso o número de votantes tenha sido baixo no Estado em razão dos problemas técnicos nas urnas eletrônicas.</p>



## ANEXO-BY QUADRO-10 N21-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	08/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.851	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula discute programa em busca de apoio</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula acena a PPS e PSB em eventual governo</b></p> <p>Em sua primeira declaração após a confirmação do segundo turno, Luiz Inácio Lula da Silva (PT) acenou ontem com a possibilidade de discutir participação em seu eventual governo com os ex-candidatos que o apoiarem. Ao referir-se aos contatos com os candidatos derrotados Anthony Garotinho (PSB) e Ciro Gomes (PPS), Lula afirmou que a composição do governo estará "na mesa".</p> <p>"Nas conversas é que vamos saber o que vai ser acertado. Se os companheiros [de PSB e PPS] querem discutir coisas programáticas, se querem discutir governo. Tudo isso vai estar na mesa de conversa", declarou.</p> <p>Questionado em seguida se estava se referindo à negociação de cargos, o presidenciável petista ensaiou um recuo: "Cargo não se discute. Só se discute política [de governo]."</p> <p>O PT não perdeu tempo para arrebanhar apoios. Na noite de anteontem, quando ficou claro que haveria segundo turno com José Serra (PSDB), Lula teve uma conversa telefônica com Ciro. O candidato do PPS pode anunciar hoje o apoio ao petista.</p> <p>"Foi uma conversa positiva. Acho que com o PPS vamos poder nos acertar, porque fez campanha de oposição", disse Lula.</p> <p>Também já houve contatos do presidente do PT, José Dirceu, com Leonel Brizola (PDT), Miguel Arraes (PSB) e com os ex-presidentes José Sarney e Itamar Franco. Garotinho também está sendo procurado. Não está descartado ainda um contato com setores do PFL pró-Lula, inclusive para atos públicos de apoio, como os senadores eleitos Roseana Sarney (MA) e Antônio Carlos Magalhães (BA).</p> <p><b>Votos da oposição</b></p> <p>A linha-mestra da campanha, de acordo com o candidato, será canalizar para o PT todos os votos obtidos pela oposição. "Vamos tentar convencer todos os eleitores que votaram contra o modelo econômico. Será mais fácil trazendo para o nosso lado as pessoas que disputaram a eleição com a gente", declarou.</p> <p>Segundo o PT, em nenhum dos contatos já feitos tratou-se explicitamente de cargos, mas Lula já disse internamente no partido que quer a participação de partidos que o apoiarem no segundo turno contra o candidato tucano no ministério.</p> <p>Na entrevista, Lula finalmente confirmou o que era comentado havia semanas nos bastidores da campanha, mas negado publicamente pelo partido.</p> <p>"Cheguei a acreditar que podia ganhar no primeiro turno e trabalhei para isso. Não deu, paciência", declarou.</p> <p>Com certa ironia, ele afirmou que os analistas econômicos talvez preferissem que a eleição acabasse logo, em uma referência à turbulência econômica das últimas semanas, influenciada pela indefinição do cenário político. "Mas me parece que o povo não teve essa preocupação exagerada que o mercado tem", afirmou.</p>

	<p><b>Mercado</b></p> <p>Lula disse que não pretende enviar novos sinais ao mercado de que faria uma gestão responsável. Novamente com ironia, declarou que não terá tempo, porque vai precisar "ir para a rua ganhar votos". E jogou a responsabilidade no atual governo: "Cabe ao presidente, que não está em campanha, acalmar o mercado."</p> <p>O PT, no entanto, prepara uma série de eventos com empresários e integrantes do mercado financeiro para o segundo turno, como forma de, mais uma vez, passar tranquilidade. Entre os atos previstos estão a divulgação de textos conjuntos com a Bolsa de Valores de São Paulo e com a Febraban.</p> <p>O presidenciável se preocupou ainda em cobrar da militância que não esmoreça com a necessidade de disputar uma segunda etapa. "Eu estou mais animado do que nunca. Falta menos para ganhar do que faltava. Vai ser uma campanha tão aguerrida quanto no primeiro turno", afirmou.</p>
--	--

## ANEXO-BZ QUADRO-10 N22-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	09/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.852	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>PT faz acordo co PPS e PDT para apoio a Lula</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula acerta coalizão com PDT e PPS de Ciro</b></p> <p>O PPS de Ciro Gomes e o PDT de Leonel Brizola acertaram ontem sua integração à coligação do candidato Luiz Inácio Lula da Silva (PT) na disputa pela Presidência. Em reunião hoje, em Brasília, com o presidente do PSB, Miguel Arraes, e com presidenciável derrotado do partido, Anthony Garotinho, o presidente do PT, José Dirceu, tentará fechar também o apoio dos socialistas.</p> <p>Dirceu disse que -em contatos com Ciro, o presidente do PPS, Roberto Freire, e com Brizola- ficou definido que os dois partidos passam a participar da coordenação da campanha de Lula já nesta semana. "Nosso desejo é formar uma aliança política mais do que eleitoral. Assim reconstituímos a frente [de oposição", que obteve 76% dos votos no primeiro turno, criando condições de governabilidade a Lula."</p> <p>O presidente do PT contabiliza 196 parlamentares (38% da Casa) que dariam suporte na Câmara a um eventual governo petista e criticou o tucano José Serra, que apontou suposta fragilidade no Congresso de uma gestão Lula.</p> <p>"Ele não está acompanhando a realidade do país. O eleitor já resolveu a questão da sustentabilidade do governo Lula com essa base parlamentar. E já decidiu que quer mudança", declarou.</p> <p>No Rio, após reunião da Executiva Nacional do PDT, Brizola afirmou que o PDT apoiará "incondicionalmente" Lula. "Nosso partido apoiará plenamente, com todas as suas bases e as suas direções, a candidatura Lula." Ele contornou assim até mesmo a adesão de Garotinho, seu ex-aliado e hoje seu adversário.</p> <p>Dirceu declarou que Ciro não estabeleceu condições para seu apoio. Negou que o candidato do PPS tenha pedido para Lula ficar fora da disputa no Ceará, onde Lúcio Alcântara (PMDB), aliado de Ciro e de Tasso Jereissati, enfrenta José Cirilo (PT). "A expressão que usou foi de apoio incondicional." Ciro se dispôs a participar do programa eleitoral do PT. O partido deve mostrar Lula com Ciro e Garotinho, caso este acerte sua adesão, para demonstrar a existência de uma frente de oposição ao atual governo.</p> <p>O presidente do PT afirmou que na conversa com Arraes e Garotinho vai discutir "questões programáticas". Não descartou nem defendeu a possibilidade de Lula assumir a proposta de aumento do salário mínimo para R\$ 280 em maio do ano que vem, a principal bandeira que Garotinho gostaria que o petista assumisse. "Vamos discutir, se isso for colocado."</p> <p>Sobre as declarações de Garotinho de que só apoiaria o petista, se ele se afastasse de nomes como José Sarney (PMDB) e Antonio Carlos Magalhães (PFL), Dirceu disse: "No segundo turno, não se dispensa apoio, que é diferente de aliança. Recebemos com muita honra o apoio de Sarney, que foi</p>

	<p>totalmente desinteressado. ACM disse apenas que votará em Lula. Isso é diferente de aliança. Mas vamos conversar a respeito".</p> <p>Ontem, a parte do PL que apoiava Garotinho _políticos ligados à Igreja Universal do Reino de Deus como o deputado Bispo Rodrigues e Marcelo Crivella, o segundo senador mais votado no Rio_ aderiu a Lula. O grupo de Rodrigues, coordenador político da Universal, inclui, além dele, 17 parlamentares fluminenses.</p> <p>Dirceu disse que "todo apoio é bem-vindo", mas não quis comentar a possibilidade de ter o apoio do candidato do PPB ao governo de São Paulo, Paulo Maluf. "Ele não se manifestou ainda. Não se sabe em quem pretende votar."</p> <p>Dirceu, que vinha mantendo boas relações com Fernando Henrique Cardoso, reagiu a declarações dele e de Serra, apontando que o eleitor brasileiro precisa assegurar as "condições externas" elegendo o tucano. "É conversa fiada de sociólogo. É muito cinismo. Eles não têm autoridade moral para cobrar isso do Lula, porque foram eles, em oito anos de governo, que não asseguraram melhores condições externas para o país."</p>
--	--

## ANEXO-CA QUADRO-10 N23-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	14/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.857	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Executivos acham que país cresce em 2003</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Para empresários, país cresce com Lula ou Serra</b></p> <p>Os empresários acreditam que, com José Serra (PSDB) na Presidência da República, a economia ficaria um pouco melhor do que com Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Com o tucano, a expectativa é que haveria mais crescimento e menos inflação no próximo ano.</p> <p>Esse é o principal resultado de uma pesquisa de opinião realizada na quinta-feira passada pelo Datafolha com 154 empresários e executivos em São Paulo.</p> <p>Os entrevistados não identificaram cenários substancialmente diferentes para a vitória de um ou outro candidato. Ganhando o tucano ou o petista -ambos defensores de projetos desenvolvimentistas-, a economia deve crescer mais no primeiro mandato do novo presidente do que no último ano de governo de Fernando Henrique Cardoso.</p> <p>A expansão do PIB (Produto Interno Bruto), que este ano não deverá ficar longe de 1%, seria maior em 2003 com qualquer presidente. Com Serra, seria de 2,9%, na média das respostas; com Lula, ficaria em 2%. Para os empresários, o tucano conseguiria obter esse resultado com menos inflação. O índice anual sob Serra ficaria em 10,3% em 2003, abaixo dos 14,8% no caso de Lula ser eleito (os números se referem à média das respostas).</p> <p>Nos dois casos, a inflação ultrapassaria a deste ano e a meta acertada com o Fundo Monetário Internacional para 2003. Neste ano, o IPCA -índice que serve de referência para as metas do FMI- deverá fechar em torno de 8%. Quanto à meta para o próximo ano -que o governo atual já admitiu que não será atingida-, é de 4%, com margem de tolerância de 2,5 pontos percentuais para cima ou para baixo.</p> <p>A pesquisa reflete uma percepção comum entre empresários: muitos deles acham que Serra seria mais comprometido com a estabilização da economia do que Lula. Embora os dois tenham enfatizado a necessidade de se manter a inflação sob controle, Serra -como indica a pesquisa- convence mais o empresariado.</p> <p>Os entrevistados não trabalham com a hipótese de um dólar barato, independentemente de quem vencer a eleição. A cotação da moeda norte-americana, que bateu em R\$ 4 na semana passada, chagaria ao fim de 2003 com o valor médio de R\$ 3,90, na hipótese de um governo Lula. Se Serra for presidente, a expectativa cai para R\$ 3,40, na média das respostas. Quanto aos juros, continuariam altos com Lula ou com Serra. Num governo petista, a taxa seria de 20,3% ao ano, na média das expectativas. Num governo tucano, ficaria em 18,6%. Hoje, a taxa básica do Banco Central é de 18%.</p> <p>Quanto ao discurso a favor da indústria brasileira, quem convenceu mais o empresariado foi Lula. Para 87%, o petista vai privilegiar mais a indústria nacional (79% no caso de Serra).</p> <p>A maioria não se mostra preocupada com eventuais choques na economia. Quase ninguém (1%) espera que haja rompimento de um governo Serra com o FMI. Mesmo com Lula, a maioria (79%) não prevê rompimento. Uma moratória da dívida interna também não faz parte do horizonte da maioria: 97% não prevêem moratória, no caso de Serra ser presidente (79% no caso de Lula vencer).</p>

## ANEXO-CB QUADRO-10 N24-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	17/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.860	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Restrição de Lula a debate frustra eleitor e mídia</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula evita entrevistas e limita debate com Serra no 2º turno</b></p> <p>A decisão do candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, de participar de apenas um debate com o presidenciável tucano, José Serra, frustrou iniciativas de pelo menos quatro veículos de comunicação, entre eles a <b>Folha</b>.</p> <p>Também as redes de televisão Record e Bandeirantes pretendiam promover encontros em que os candidatos do segundo turno debateriam suas propostas. E a TV Cultura convidou Lula para ser entrevistado por jornalistas no programa "Roda Viva", do qual Serra participou na última segunda-feira. Além de evitar comparecer a debates, Lula tem adotado uma atitude bastante restritiva em relação a entrevistas.</p> <p>Ele não respondeu, por exemplo, a um convite do apresentador Jô Soares para ir ao seu programa da TV Globo. Serra aceitou a proposta de Jô Soares, que, diante da ausência de resposta de Lula, decidiu suspender o convite ao tucano. "Eu não poderia entrevistar apenas um dos dois candidatos", disse o apresentador.</p> <p>Até ontem, só a Bandeirantes ainda aguardava uma definição do petista sobre o debate.</p> <p>Lula e Serra deverão se encontrar frente a frente somente na Rede Globo, no próximo dia 25.</p> <p>Segundo dados da pesquisa do Datafolha publicada no último domingo, 74% dos eleitores consideram muito importante a realização de debate entre os candidatos no segundo turno.</p> <p>De acordo com o porta-voz de Lula, André Singer, o candidato petista "quer debates, mas o segundo turno disponibiliza poucos dias, e a agenda do Lula é muito cheia. Ele pretende ir a oito Estados onde o PT passou para o segundo turno e também a outros, onde há aliados importantes."</p> <p>"Além disso", diz Singer, "existem as gravações para o horário eleitoral; são 20 minutos diários até o dia 25. Por isso restou a possibilidade de um debate, e foi decidido que ele iria à Globo. A campanha sugeriu que as demais emissoras montassem um "pool" para a transmissão conjunta, mas não cabe a ela decidir se isso vai acontecer."</p> <p>Singer afirmou ainda que o debate na Globo foi escolhido por dois motivos: "Havia um compromisso por escrito desde maio e o formato adotado pelo programa será democrático, porque vai permitir participação do eleitor."</p> <p>De sua parte, o coordenador de imprensa da campanha de José Serra, Alon Feuerwerker, afirma que o candidato tucano defende a realização de um ciclo de debates e entrevistas, da mesma forma que ocorreu no primeiro turno.</p>

"Ao optar pela realização do segundo turno, o eleitor decidiu adiar sua decisão e que precisaria de mais tempo para conhecer melhor os candidatos e suas propostas sobre o Brasil. Nesse sentido, a realização de debates é extremamente importante para o eleitor, porque o candidato pode ser testado em situações de improviso e sobre temas que eventualmente não lhe agradem."

Para Feuerwerker, "por causa do sistema de governo, o presidente da República tem muito poder no Brasil, então é razoável que se queira saber o que de fato o candidato pensa e quer fazer, por intermédio de debates e encontros com a imprensa."

### **Convite antigo**

Cada um dos quatro principais candidatos à Presidência foi convidado, ainda antes do primeiro turno das eleições, a participar, caso fosse para o segundo turno, de debate organizado pela **Folha**.

Aceitaram de pronto os candidatos Anthony Garotinho (PSB) e Ciro Gomes (PPS). As assessorias de Serra e Lula afirmaram que não marcariam nenhum compromisso para o segundo turno antes de 6 de outubro.

Uma vez confirmado que haveria segundo turno, a **Folha** voltou a convidar José Serra e Lula a se encontrarem no jornal. José Serra respondeu primeiro ao convite, afirmando, por meio de sua assessoria, que participaria de debate se ele fosse realizado no dia 17 de outubro.

A **Folha** comunicou à assessoria de Lula que o candidato do PSDB havia aceitado participar de encontro no dia 17 e pediu uma resposta sobre a concordância de Lula até o dia 10 de outubro, a fim de organizar o evento.

Como não houve resposta até o dia 14, apesar da insistência do jornal, o debate foi cancelado.

Procurada mais uma vez pela **Folha**, a assessoria de Lula afirmou na terça-feira que o candidato já tinha um compromisso agendado para o dia 17.

O âncora e editor-chefe do "Jornal da Record", Boris Casoy, disse que a emissora não recebeu resposta ao convite feito a Lula para que ele participasse de um debate na emissora, a exemplo do que fizera no primeiro turno. "Não recebemos nenhuma resposta, e eu cobrei isso no ar", afirmou Casoy.

"Eu reconheço que, no primeiro turno, Lula esteve fora dos padrões que têm norteado o comportamento dos candidatos. Mesmo com grande vantagem nas pesquisas, agiu correta e democraticamente comparecendo a todos os debates. O que geralmente acontece é que, quando está na frente, o candidato não comparece, acredita que pouco tem a ganhar e pode perder muito. Foi assim com Fernando Henrique nas duas eleições, foi assim com Paulo Maluf no primeiro turno para governador", disse Casoy.

Em relação ao segundo turno, afirma Casoy, "Lula tem a virtude de pelo menos ter aceito um debate. Mas o faz às vésperas da eleição, tarde da noite, com o mínimo de possibilidade de influenciar o resultado eleitoral. Ou seja, ele segue o padrão. E não sei por que essa preferência pela Rede Globo. Ele deve ter suas razões. De minha parte, gostaria muito de vê-lo debatendo mais vezes dentro de sua pregação por mudanças. O respeito ao debate poderia ser uma dessas mudanças."

Tentativa

	<p>O diretor de jornalismo da Rede Bandeirantes, Fernando Mitre, disse ontem ainda ter esperança de que possa realizar um encontro entre Lula e Serra em sua emissora. "Ainda não desisti. Estou em contato com os coordenadores do PT. Acho muito difícil um debate, mas estou tentando fazer um programa em que haja a exposição dos candidatos."</p> <p>Segundo Mitre, a fórmula que deverá ser adotada pelo programa da Rede Globo _os candidatos responderão a perguntas do público_ vai "prejudicar o confronto de idéias". "O que soube a respeito do programa da Globo permite concluir que chegaremos ao final do segundo turno sem um confronto entre os dois."</p> <p>O diretor de jornalismo da TV Cultura, Marco Antônio Coelho, disse lamentar muito que o candidato do PT não tenha aceitado participar do "Roda Viva". "É uma pena, porque seria uma prestação de serviço da TV pública ao eleitor, no programa televisivo que proporciona o maior tempo para a reflexão."</p> <p>Coelho acredita que a candidatura de Lula esteja "sofrendo uma inflexão eleitoral. Ele não quer se expor porque está na frente. Ou seja, o marketing está acima da necessidade de conhecimento do eleitor e por causa dele não se pode avaliar melhor as propostas para governar o país". No segundo turno os candidatos deveriam ir a debates. Não é andando nas ruas que eles vão tornar suas idéias mais conhecidas".</p>
--	--

:



## ANEXO-CC QUADRO-10 N25-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	19/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.862	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>‘Toquei num nervo’, afirma Regina Duarte sobre ‘medo’</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula recua e afirma que Regina Duarte tem direito de criticá-lo</b></p> <p>O presidenciável Luiz Inácio Lula da Silva recuou e adotou ontem um tom conciliador em relação à atriz Regina Duarte, que disse ter medo de um eventual governo petista no horário eleitoral de José Serra (PSDB). "Gosto da Regina Duarte como artista. Ela é uma preciosidade. A gente não tem nada a ver com as posições políticas dela, que são um direito democrático como o de qualquer pessoa", declarou Lula em comício para 50 mil pessoas no centro de Porto Alegre.</p> <p>As declarações de Lula destoam do que ele afirmou na terça, em Aracaju. Na ocasião, Lula chegou a dizer que Regina Duarte estava fazendo uma apologia do medo e que provavelmente teria medo de atrizes mais jovens da Globo. O recuo de Lula deve-se à má repercussão de suas declarações, constatada por levantamentos feitos pelo PT. O petista chegou a citar outro caso semelhante, ocorrido na campanha de 1989.</p> <p>"Eu nunca tive bronca da Cláudia Raia porque ela apoiou [o candidato Fernando] Collor."</p> <p>O petista também fez referência ao fato de ter bebido vinho Romanée-Conti, que custa cerca de R\$ 8.500 a garrafa, após o debate da TV Globo no Rio de Janeiro.</p> <p>"Novamente uma manifestação do preconceito que eu combati a minha vida inteira", declarou.</p> <p>Lula disse que o vinho foi presente do publicitário Duda Mendonça ao coordenador do programa de governo, Antônio Palocci.</p> <p>"Abriu-se uma garrafa para 12 pessoas e o cálice que tomei virou matérias e matérias de jornais", declarou. Com ironia, Lula disse que nunca ninguém escreveu nenhuma reportagem quando ele bebia vinho sangue de boi ou "um vinho chamado Capelinha, muito bom para fazer sagu". No final do comício, o petista recebeu de presente de uma pessoa da platéia uma garrafa de plástico com líquido com aparência de vinho. Lula recebeu a garrafa, mas não bebeu o líquido.</p> <p><b>Toquei num nervo exposto, diz Regina Duarte</b></p> <p>A atriz Regina Duarte afirmou ontem à <b>Folha</b>, numa rápida conversa, por celular, que não se arrepende do depoimento que fez no programa eleitoral do candidato José Serra, na última terça-feira. A atriz disse que "tocou num nervo exposto" ao declarar que tinha "medo" da eleição de Lula, entre outros motivos porque ela poderia significar a volta da "inflação desenfreada".</p> <p>Regina, que passou a semana recolhida numa fazenda, disse que só vai se manifestar definitivamente após ler tudo o que foi publicado sobre ela na imprensa.</p> <p><b>Folha - O que você está achando da polêmica causada pelo seu discurso? Você vai se manifestar, vai escrever algum artigo?</b>  <b>Regina Duarte</b> - Vou sim. Eu não sei ainda quando. Preciso dar uma pensada nisso.</p> <p><b>Folha - Você não esperava um impacto tão grande?</b></p>

	<p><b>Regina</b> - Tem tanto tempo que eu faço isso. E eu nunca vi acontecer nada assim. A impressão que eu tenho é que eu toquei num nervo exposto, de um sentimento enorme que está aí. O meu sentimento não é um sentimento isolado. É um sentimento grande. Senão, não teria a repercussão que teve.</p> <p><b>Folha - O depoimento foi seu?</b>  <b>Regina</b> - Ah, sem dúvida. Sempre é meu, né? Na medida em que você assume dizer alguma coisa, mesmo que você não tenha escrito, você é co-autor. No caso, a autoria é minha mesmo.</p> <p><b>Folha - Numa entrevista à revista "Carta Capital", o Lula disse que te admira mas que também tem o direito de discordar de suas posições. Ele afirmou que não contribui em nada uma atriz de sua estatura vender o medo para a população.</b>  <b>Regina</b> - Nunca foi minha intenção vender o medo. Eu acho que o meu depoimento contribuiu para uma discussão muito importante, que é a liberdade de expressão e o medo que todos têm da volta das patrulhas. O próprio Lula disse que eu tinha mais era que ter medo das novas atrizes da Globo, o que não é uma afirmação nem um pouco elegante. O que eu percebo é que ele já mudou novamente o seu discurso, amenizando o tom e voltando a ser o "Lulinha paz e amor" que tem vendido.</p> <p><b>Folha - Você se sentiu mesmo "patrulhada", como dizem?</b>  <b>Regina</b> - Num primeiro momento, sim. Muito. Isso, de alguma forma, foi uma espécie de trailer de uma possível volta de uma situação que a gente já... Eu fiquei meio assustada no começo. Mas agora eu sinto que o tom foi ficando bem mais ameno. As pessoas perceberam que não dá para viver tempos de censura e patrulha ideológica. O direito de expressão é sagrado na democracia.</p> <p><b>Folha - As pessoas que te criticaram dizem isso mesmo: que você exerceu o direito de se expressar e criticar, e elas, ao te criticarem, exerceram igual direito.</b>  <b>Regina</b> - Lógico.</p> <p><b>Folha - Por que então definir as críticas como "patrulha"?</b>  <b>Regina</b> - É uma questão de tom. Existiu um tom de baixíssimo calão. Coisas assustadoras.</p> <p><b>Folha - Você então se sente "patrulhada"?</b>  <b>Regina</b> - Você está me fazendo avançar num terreno onde eu preferia amadurecer melhor antes de falar alguma coisa. Eu ainda estou tomando conhecimento de como as coisas aconteceram. Tenho recebido muitas manifestações, do Brasil inteiro e queria ter conhecimento de tudo isso.</p> <p><b>Folha - Contra e a favor?</b>  <b>Regina</b> - Muito mais a favor.</p> <p><b>Folha - Você se arrependeu?</b>  <b>Regina</b> - De maneira nenhuma.</p>
--	---

## ANEXO-CD QUADRO-10 N26-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	20/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.863	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Petista reúne empresários e ensaia pacto</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>A empresários, Lula reforça cumprimento de contratos</b></p> <p>O candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, reafirmou ontem de manhã, em encontro com empresários, sindicalistas e representantes de entidades civis, que a sua eventual gestão respeitará os contratos e vai promover mudança com segurança e responsabilidade - bordão que tem sido usado contra o petista pela propaganda de José Serra (PSDB), seu adversário.</p> <p>O encontro comandado por Lula, que reuniu 90 participantes, foi um ensaio, segundo dirigentes do partido, do que será, se ele for eleito, o seu Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social, grupo que reunirá, segundo planos do PT, de grandes banqueiros a representantes dos movimentos sociais, como sindicatos e MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra). "Sabemos que a atual crise nos mercados financeiros pode ser superada sem quebra de contratos e sem surpresas como as já sofridas pela população com o confisco e a sangria de suas poupanças", disse Lula, que leu o discurso "União pelo Brasil", uma espécie de versão para o segundo turno da "Carta ao Povo Brasileiro", documento divulgado em junho, que teve o objetivo de "acalmar o mercado" ao prometer que o PT não romperia os contratos já firmados pelo governo brasileiro.</p> <p>Embora Lula tenha advertido várias vezes que ainda não estava eleito, o texto do petista, segundo observaram empresários, tinha o espírito de "discurso de posse".</p> <p>A uma semana da eleição e com boa parte do PIB brasileiro na platéia do auditório de um hotel paulistano, o partido queria mostrar, segundo apurou a Folha com dirigentes petistas, que a eleição já está encerrada, sem chances de uma virada de Serra.</p> <p>De improviso, antes do discurso, Lula chamou a atenção para a divisão de responsabilidade em um eventual governo seu: "É um fardo muito pesado para um partido carregar sozinho".</p> <p>No documento, reforçou o conceito. "Trabalhamos por uma inédita reunião de forças sociais capaz de produzir os melhores remédios para a crise. A idéia chave do meu governo será: se todos ganham, é o Brasil que ganha". Lula, frisou, porém, que o conselho não será um fórum deliberativo ("já existe o Parlamento"), mas de discussão de propostas.</p> <p>O petista provocou Serra ao dizer que nunca viu tanta gente disposta a dar soluções para o Brasil. "Só o meu adversário não quer dar uma contribuição, mas ninguém quer ser unanimidade".</p> <p>Apesar do clima de vitória, Lula afirmou que não há a possibilidade de anunciar nomes de sua equipe agora. "Pedem-me os nomes dos meus ministros e do presidente do Banco Central. Desculpem-me, mas não posso, nem vou, anunciá-los antes dos resultados das urnas. Seria um enorme desrespeito ao eleitor."</p> <p>Sobre a composição da equipe, disse que deverá mesclar quadros do PT com técnicos e políticos de fora do partido. "Saberemos buscar os nomes no PT, mas também em todas as forças políticas que querem um Brasil decente." Os participantes do encontro defenderam a idéia de que tantos interesses envolvidos levarão tempo para serem conciliados, unificando o discurso de que, num governo Lula, as mudanças não poderão ser imediatas.</p>

"É preciso o entendimento de todos de que não dá para fazer milagre no dia seguinte. As demandas da sociedade são muito grandes, mas não podem [ser resolvidas] do dia para a noite", declarou o presidente da Firjan (Federação das Indústrias do Estado do RJ), Eduardo Gouvêa Vieira, que após o encontro se reuniu por dez minutos a sós com Lula.

#### **Apoios eleitoreiros**

Após participar de reunião que anunciou o apoio do PV a Lula, realizada no mesmo local do encontro principal de ontem, o presidente nacional do PT, José Dirceu, condenou a estratégia de candidatos que, apesar de adversários dos petistas, tentam colar sua candidatura à de Lula. "Li que o [Joaquim] Roriz [candidato do PMDB ao governo do DF] está começando a fazer uma campanha Lula-Roriz, o que não combina. Esses apoios não são de verdade, são eleitoreiros. Na verdade, há uma debandada geral da candidatura Serra em todo o país", disse Dirceu, que também citou a candidata do PSDB ao governo do MS, Marisa Serrano. O dirigente petista defendeu a postura dos que criticaram a atriz Regina Duarte por ela declarar que tem medo de um governo Lula. "Não existe nenhum patrulhamento ideológico. O que existe é divergência e debate político. Quem fala o que quer ouve o que não quer", afirmou.

## ANEXO-CE QUADRO-10 N27-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	21/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.864	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula e Serra travam duelo na televisão</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula e Serra discursam e travam duelo na TV</b></p> <p>A eleição do próximo domingo ganhou cores tensas ontem quando os dois candidatos à Presidência da República, José Serra, do PSDB, e Luiz Inácio Lula da Silva, do PT, travaram duelos no horário nobre da televisão. Um, público, na propaganda eleitoral gratuita de ambos. O outro foi nos bastidores de uma emissora de TV de São Paulo.</p> <p>Apesar da pesquisa Datafolha, que aponta ampla vantagem de Lula na corrida sucessória, Serra atacou e disse que a eleição do seu adversário pode se transformar no "maior estelionato eleitoral, depois da eleição de Collor" ou levar "o Brasil à ruína".</p> <p>Prevenido sobre o "grande pronunciamento" de Serra, alardeado ao longo da semana pela propaganda tucana, Lula, que abriu o horário eleitoral da noite, resolveu também fazer um discurso forte a fim de tentar neutralizar a fala do adversário:</p> <p>"É inaceitável [...] a tática usada pelo candidato do governo, que tenta nessa última semana, antes das eleições, e de forma absolutamente irresponsável, amedrontar o povo brasileiro, falando inclusive dos riscos dessa crise para nossa economia como se a culpa por essa crise não fosse deles, afirmando ainda insistentemente que ele, e só ele, sabe como resolver esse grave problema."</p> <p>Pouco antes de os dois programas serem exibidos, uma situação constrangedora. Serra gravou uma entrevista para a TV Bandeirantes. Logo depois, soube que o candidato petista seria entrevistado ao vivo pela emissora.</p> <p>Integrantes da campanha de Serra rumaram para a TV, onde já se encontravam Lula e equipe. O tucano, que retardou sua ida a Osasco, cidade da região metropolitana de São Paulo, para um comício, exigia também entrar ao vivo, segundo seus assessores. Mas a emissora, no final, resolveu também gravar com Lula, e não mais entrevistá-lo ao vivo.</p> <p><b>Santo e demônio</b></p> <p>Anunciada com antecedência, a fala de Serra provocou uma série de especulações, inclusive a de que ele iria atacar a vida privada de Lula. No final, a fala do tucano nada mais foi do que um resumo, na boca do candidato, do que sua campanha vem dizendo. Tomando o cuidado em dizer que Lula não era "um demônio perigoso, coisa que muito fizeram no passado", mas que também não era "um santo" e sim um candidato que "deve ser questionado", Serra procurou fazer um contraponto entre o que Lula diz para o povo e o que diz para empresários e para o FMI.</p> <p>E deu o bote: "Se o Lula fosse eleito, estaríamos diante de duas possibilidades: ou ele cumpriria seus compromissos recentemente assumidos com os empresários e estaríamos, assim, diante do maior estelionato eleitoral, depois da eleição de Collor; ou, se tentasse cumprir suas promessas mágicas com a população, levaria o Brasil à ruína."</p> <p><b>FHC</b></p>

	<p>Já Lula disse não duvidar das "boas intenções" do presidente Fernando Henrique Cardoso, mas afirmou que não podia admitir que FHC e Serra tentassem "fugir da responsabilidade dos seus erros que, entre tantos prejuízos causados ao nosso país, resultou em 12 milhões de desempregados, maior índice de desemprego da história do Brasil". E também aproveitou para dar o bote: "É de se perguntar: se ele sabe como resolver essa crise, por que já não fez isso antes? Se desde o começo do governo ele [Serra] foi um dos seus homens mais fortes e mais influentes". Serra fez um apelo dramático: "Em apenas um dia nós vamos decidir o que vai acontecer nos próximos quatro anos. Em um dia e em quatro anos -a história mostra- se decidem décadas.</p> <p>E reforçou:  "Eu quero dizer que, para mim, as opções do Brasil, felizmente, não são apenas a do estelionato eleitoral ou a da ruína."</p> <p><b>Pacto</b></p> <p>Contra-pondo-se ao discurso agressivo de Serra, Lula disse que não vai governar o país sozinho e prometeu "um governo de paz, sem mágoas e sem rancores", que terá como "marca o entendimento e a negociação". "Mais do que nunca, será preciso fazer um pacto pelo país, numa autêntica união", disse.</p> <p>Para Serra, foi uma espécie de última cartada tucana para tentar reverter um quadro eleitoral amplamente desfavorável, como detectou a pesquisa Datafolha divulgada ontem, na qual o petista aparece com 61% das intenções de voto e Serra com 32%.</p> <p>Isso porque, embora a posição de Serra na pesquisa não tenha se alterado após uma semana de cerrados ataques ao PT, a campanha concluiu que esse é o único discurso capaz de "incomodar" o eleitor de Lula que vota contra o governo só porque quer mudar.</p> <p>Serra ficou até as 6h30 de ontem na produtora de TV, dando os retoques finais no programa eleitoral da noite.</p> <p>Além de tentar colocar o eleitor no dilema "estelionato eleitoral ou ruína do país", a estratégia de Serra também é voltada para o futuro: desde já os tucanos preparam o discurso para o fracasso de um eventual governo Lula. O discurso torna mais difícil a participação do PSDB num eventual governo do PT.</p> <p>Serra vai tentar manter a campanha como se ela estivesse em ritmo de "virada". Com isso, tenta impedir que ela seja tomada pelo derrotismo. Hoje, ele estará em Minas com Aécio Neves (PSDB); na terça, deve ir a Pernambuco com Jarbas Vasconcelos (PMDB). Paralelamente, o comando político articula o que a campanha chama de "segmentos relevantes de agregação de votos", como os evangélicos, os prefeitos e organizações da sociedade civil.</p> <p>O esforço tucano para manter o ânimo da militância destina-se também a evitar o que o coordenador-técnico da campanha, Luiz Paulo Vellozo Lucas (ES), chama de "efeito corrida de cavalo". Ou seja, a tendência de um segmento do eleitorado de votar no candidato que ele julga que vai ganhar, mesmo que admitisse apostar naquele posicionado em segundo lugar. O "efeito corrida de cavalo" pode transformar em goleada uma vitória que poderia ocorrer por um placar menor.</p>
--	---

## ANEXO-CF QUADRO-10 N28-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	23/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.866	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Para Lula, FHC só via Estados para extorquir</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC 'extorqui' Estados, diz Lula</b></p> <p>O candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, criticou ontem, em comício em Macapá (AP), a política do presidente Fernando Henrique Cardoso afirmando que FHC só fazia reuniões com os governadores para extorquir dinheiro dos Estados, e não para discutir desenvolvimento regional e desigualdades sociais. "Todas as reuniões entre FHC e os governadores foram para discutir a dívida dos Estados com a União. Na verdade, a reunião era para extorquir dinheiro dos Estados e dar para o [Pedro] Malan [ministro da Fazenda] fazer superávit primário e pagar juros das dívidas que ele [FHC] mesmo contraiu", disse Lula.</p> <p>A <b>Folha</b> tentou entrar em contato com os assessores do presidente da República no Palácio do Planalto, mas não conseguiu. O comício, para cerca de 30 mil pessoas, segundo a Polícia Militar, contou com a presença do senador José Sarney (PMDB-AP) pela primeira vez num palanque petista. No comício, Lula chegou a chamar Sarney de "companheiro".</p> <p>Lula disse que, em um eventual governo petista, a cada 120 dias os governadores se reunirão com ele no Palácio do Planalto. "Eu quero os 27 governadores desse país no Palácio do Planalto para discutir desenvolvimento regional, os problemas de cada Estado e como encaminhá-los", afirmou.</p> <p>Sarney, no comício, justificou o apoio a Lula: "Fui um dos primeiros a apoiar a candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva num dos momentos que a candidatura passava por dificuldades. Eu fiz porque acredito que nesse momento o meu dever é apoiá-lo para ser o futuro presidente do Brasil".</p> <p>"Lula pode fazer o pacto social, pode reunir o capital e trabalho, pode unir forças nesse Brasil, diminuir aquilo que é uma vergonha nacional, que é a concentração de renda e os desníveis por regiões", afirmou o senador. Ele disse que quando saiu do governo -em 1990- deixou o país crescendo 5% ao ano e a menor taxa de desemprego. "A taxa de crescimento até hoje não se repetiu, a menor taxa de desemprego era de 3%. Hoje o Brasil está na vergonhosa situação que se encontra. Acredito que Lula vai retomar o crescimento e retomar os empregos", afirmou.</p> <p>Lula também elogiou o programa de distribuição de leite no governo Sarney e afirmou que reeditará o tiquete do leite para distribuição as crianças. "Sarney me disse que gostaria que eu recuperasse a política de garantir um litro de leite para cada criança desse país. Eu cheguei em casa e liguei para meu assessor José Graziano e disse que o presidente Sarney queria que eu adotasse o tiquete do leite. Graziano me disse que já estava no programa de combate a fome", disse.</p> <p>No final do comício, Lula falou do candidato José Serra (PSDB) e fez críticas aos pedidos de debate no programa eleitoral do tucano. "Como nenhum Estado convida, ele [Serra] fica em São Paulo dizendo: eu quero o debate, eu quero o debate. Primeiro, eu participei de mais de 40 debates. O meu adversário fala mais no meu nome do que no nome dele. Vocês já repararam que ele só fala no Lula. É capaz de domingo ele esquecer e votar em mim."</p> <p>Lula veio a Macapá para impulsionar a campanha da petista Dalva Figueiredo ao governo no segundo turno -não foi divulgado nesse período</p>

	<p>pesquisa eleitoral entre a candidata e seu adversário, Waldez Góes (PDT). Ontem a candidata recebeu o apoio formal do PMDB, do PSDB e do PL, mas enfrenta denúncias do Ministério Público Federal de uso da máquina administrativa na campanha. Ele nega as denúncias. De Macapá, Lula seguiu viagem para Belém (PA).</p>
--	--



## ANEXO-CG QUADRO-10 N29-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	26/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.869	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Serra e Lula dão 'palestra' em debate sem conflito</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Na arena, Lula e Serra têm confronto mínimo</b></p> <p>Sem perguntas de um candidato para o outro, como previam as novas regras, o debate promovido ontem pela Rede Globo se assemelhou a uma palestra de Inácio Lula da Silva (PT) e José Serra (PSDB) para uma platéia de indecisos escolhida pela emissora.</p> <p>Apenas por causa da disposição dos concorrentes na arena montada pela TV, o debate teve alguns momentos que beiravam o confronto. Não propriamente de idéias, mas de tensão dramática. O tucano chegou a responder uma pergunta de eleitor com o dedo apontado na direção do petista. Lula se queixou, irônico.</p> <p>Ao final, dominou a cordialidade. Nos corredores da Globo, Lula se dirigiu a Serra com uma proposta, conforme um diretor da emissora confidenciou à Folha. "Semana que vem a gente precisa conversar", disse o petista. O debate alcançou audiência de 38 pontos de média, com 46 de pico, segundo o Ibope. Cada ponto equivale a 47 mil domicílios na Grande São Paulo. Com obsessão pelo tema debate, mote da campanha no segundo turno, o tucano ainda tentou fazer perguntas ao petista. Serra respondia um eleitor sobre a possibilidade de melhorar as aposentadorias. Lula ignorou a indagação do adversário, direcionando-se para José Paulo Giardelli, o indeciso que havia perguntado.</p> <p>Ao responder sobre o aumento do salário mínimo, o candidato do PSDB voltou a indagar Lula. "Eu perguntaria qual o aumento para o ano que vem?", perguntou. "Ele é governo", replicou Lula. Nesse instante, o petista disse que o salário mínimo diferenciado entre regiões poderia fazer alguns Estados pagarem uma "merreca".</p> <p>O formato à moda da TV americana foi a grande novidade para os telespectadores. Lula e Serra circulavam, em pé, ao lado um do outro. A grande vantagem de Lula nas pesquisas, que o fazia evitar qualquer ensaio de confronto ou provocação, suplantou a possibilidade de maior conflito. Em vez do discurso ambíguo em relação ao governo Fernando Henrique Cardoso, como ocorreu em debates do primeiro turno, Serra destacou ações oficiais em quase todas as questões, como moradia, ações contra planos de saúde que lesam consumidores, Previdência e programas sociais. Sobre este último tema, Lula criticou o programa da bolsa-alimentação. "Com R\$ 7 por pessoa não resolve o problema", disse. Mais adiante, Serra voltou ao assunto, em tom de correção ao petista: "A bolsa-alimentação não é de R\$ 7, é de R\$ 15".</p> <p>Na sua estratégia, o tucano tentou imprimir um estilo professoral, sempre com estocadas e "correções" ao que o adversário falava. O petista saía-se com um rápido riso irônico e ataques ao governo FHC. O alvo de Serra, nestes momentos, foram as administrações do PT. Citou os governos petistas do Rio Grande do Sul e do Rio de Janeiro como fracassos na área de segurança. O mesmo tema já havia sido explorado no horário eleitoral do candidato. O Rio Grande do Sul, onde o candidato do PSDB à Presidência alcança melhores índices de intenção de votos, foi um dos assuntos mais acionados por ele durante o debate da TV Globo. Além de tentar ampliar a sua votação no Estado, o tucano apostou na estratégia de ajudar o seu aliado Germano Rigotto (PMDB), que superou, também segundo as pesquisas, o candidato do PT ao governo do Estado, Tarso Genro.</p>

	<p>Citando uma entrevista de Tarso à Folha, na qual o petista dizia que um governo se faz de erros e acertos, Serra defendeu-se de críticas de Lula à gestão de FHC.</p> <p>O petista defendeu as gestões petistas. Principalmente a administração de Olívio Dutra(PT), governador gaúcho. "Foi o Estado que mais cresceu no Brasil", disse.</p> <p>A intenção de Lula foi tentar impulsionar a candidatura de Tarso, que enfrenta dificuldades para dar continuidade ao domínio do partido no Sul. O tucano criticou a ambiguidade do discurso petista. Afirmou que o presidente do partido, José Dirceu, defendia o não pagamento da dívida externa há dois anos. Foi uma forma de apontar "a insegurança" do mercado em caso de vitória de Lula, outro mote da campanha dos programas do horário eleitoral gratuito na TV.</p> <p><b>Paulo Freire</b></p> <p>Ao discutir a qualidade de educação no Brasil, os candidatos apresentaram mais um ensaio de confronto. Lula condenou o sistema de progressão continuada, que é adotado pelo governo tucano no Estado de São Paulo. Serra disse que o seu adversário esquecia de citar que Paulo Freire, mentor intelectual do sistema em questão, era do PT. Como no primeiro turno, o jornalista William Bonner fez perguntas aos candidatos. O tempo para resposta, de 45 segundos, foi insuficiente em quase todas as intervenções, obrigando-o a chamar a atenção dos concorrentes. Nas considerações finais, Serra pediu que cada eleitor seu conquistasse mais um voto, para provocar uma virada. Lula ironizou o adversário. Disse que não pediria a mesma coisa, pois corria o risco de ultrapassar os 100%.</p>
--	--

## ANEXO-CH QUADRO-10 N30-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	10/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.823	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula sobe; Serra fica em 2º; Ciro e Garotinho empatam em 3º</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula vai a 40%, Serra se isola em 2º; Ciro e Garotinho estão em 3º</b></p> <p>A 27 dias do primeiro turno da eleição presidencial, o candidato do PPS, Ciro Gomes, caiu cinco pontos percentuais, passando de 20% para 15%, e deixou o tucano José Serra isolado na segunda colocação, com 21% -oscilação positiva de dois pontos em relação ao levantamento de nove dias atrás-, revela o Datafolha.</p> <p>Anthony Garotinho (PSB) cresceu quatro pontos, passando de 10% para 14%, e está empatado tecnicamente com Ciro em terceiro lugar. A margem de erro é de dois pontos para mais ou para menos. Luiz Inácio Lula da Silva (PT) cresceu três pontos, atingiu 40% e ampliou de 17 para 19 pontos a distância do segundo colocado. Há 40 dias, essa diferença era de dez pontos percentuais. A queda de Ciro foi mais acentuada na faixa dos que ganham mais de R\$ 2.000. Perdeu oito pontos, estando com 20%. Nesse estrato, Garotinho ganhou cinco (atingindo 9%), e Lula, quatro (ficando com 46%). Serra manteve os mesmos 20% do levantamento anterior. Entre os que ganham até R\$ 1.000, Ciro perdeu cinco pontos. Garotinho ganhou quatro, e Lula, três. Serra oscilou positivamente dois pontos.</p> <p>O ex-governador do Ceará caiu nove pontos entre os que têm até o segundo grau, segmento em que Lula e Garotinho ganharam cinco pontos, e Serra oscilou positivamente dois.</p> <p>O candidato do PPS perdeu quatro pontos entre os que têm até o primeiro grau, mas ganhou três pontos entre os eleitores de nível superior. Ciro confirmou uma linha de queda iniciada há 40 dias, na qual seu percentual foi reduzido em 13 pontos.</p> <p>O acirramento dos ataques entre Ciro e Serra deve ser a causa da elevação da taxa de rejeição dos dois candidatos, em especial à do pepessista. Dos entrevistados, 34% afirmaram não votar de maneira alguma em Ciro, crescimento de nove pontos. A rejeição a Serra subiu quatro pontos, indo de 27% para 31%. Os demais oscilaram dentro da margem de erro. A soma dos votos dos adversários de Lula atinge 51%, estando o petista 11 pontos atrás. Em maio, Lula esteve a três pontos de superar a soma dos adversários, o que precisaria ocorrer para uma vitória já no primeiro turno, para a qual deveria obter metade mais um dos votos válidos -dos quais são descontados brancos e nulos.</p> <p>Ciro caiu sete pontos no Nordeste, região em que Serra cresceu quatro. Na região, os dois têm 20% contra 39% de Lula. No Sudeste, Ciro caiu cinco pontos, e Lula subiu quatro. No Sul, o petista subiu 12 pontos, Ciro perdeu seis, e Serra, quatro. No Norte/ Centro-Oeste, o petista perdeu quatro e Serra ganhou três.</p> <p>Na espontânea, na qual é pedido ao eleitor que diga em quem votará sem apresentação de cartão com os candidatos, Lula subiu três pontos -passando de 26% para 29%- , e Ciro caiu três, de 13% para 10%. Serra oscilou de 10% para 11%, e Garotinho, de 5% para 7%. O Datafolha ouviu ontem 4.862 eleitores em 282 municípios de todos os Estados.</p>

## ANEXO-CI QUADRO-10 N31-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	22/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.835	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula sobe e abre 25 pontos sobre Serra</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula sobe para 44% e abre 25 pontos sobre Serra, com 19%</b></p> <p>Na semana em que mais se acirrou a troca de ataques entre os dois primeiros colocados na disputa pela Presidência, o candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, cresceu quatro pontos percentuais e atingiu 44% das intenções de voto, seu maior índice desde dezembro de 2001. O tucano José Serra oscilou negativamente dois pontos e está com 19% -25 pontos atrás do petista. O candidato do PSB, Anthony Garotinho, oscilou um ponto para cima, atingindo 15%. Como a margem de erro é de dois pontos percentuais para mais ou para menos, Garotinho e Serra estão no limite do empate técnico. O tucano pode ter entre 17% e 21% dos votos, e o candidato do PSB, entre 13% e 17%. Mas estatisticamente são reduzidas as chances de Serra estar em seu ponto mais baixo, e Garotinho, em seu ponto mais alto, simultaneamente. Ciro Gomes (PPS) oscilou negativamente dois pontos, ficando com 13%. Como pode ter entre 11% e 15%, está empatado tecnicamente com o ex-governador do Rio, mas distante de Serra.</p> <p>Transformando-se esses índices em votos válidos -ou seja, o total de votos excetuados os brancos e nulos, no caso 3%, e distribuindo-se os indecisos (5%) proporcionalmente às intenções de voto geral- Lula atinge 48%. Em tese, está a dois pontos percentuais da vitória no primeiro turno, para a qual precisa atingir metade mais um dos votos válidos. Os adversários somados obtêm 52%.</p> <p>O Datafolha ouviu 3.718 pessoas, na quinta e sexta-feira, em 224 municípios. Em 14 de setembro, Serra começou a usar o horário eleitoral para atacar diretamente Lula. Na TV, o tucano usou imagens do presidente do PT, José Dirceu, afirmando que os tucanos deveriam "apanhar nas ruas e nas urnas" e as associou à agressão sofrida pelo governador Mário Covas. Explorou ainda, em diversos exemplos, os slogans: "Esse PT você não vê na TV" e "Lula, ou esconde o que pensa ou não sabe o que diz". Na quinta-feira passada, os petistas responderam, acusando os tucanos de "apelarem para a baixaria" e responsabilizando-os pelo aumento do desemprego.</p> <p>Nesse ambiente de confronto, em dez dias, houve uma subida de Lula e queda de Serra no eleitorado feminino (o petista ganhou seis pontos, e o tucano perdeu quatro), entre os que têm até o segundo grau (quatro a mais para um e quatro a menos para outro), entre os que têm mais de 60 anos (cinco a mais para um e seis a menos para outro) e entre os eleitores nordestinos (cinco a mais para um e cinco a menos para outro). Entre aqueles que avaliam a administração do presidente Fernando Henrique Cardoso como regular, Lula ganhou cinco pontos, e Serra perdeu quatro. Entre os que avaliam FHC como ruim ou péssimo, o petista cresceu seis pontos e atinge 59% das intenções de voto. Esses índices permitem supor que foram esses segmentos os que responderam mais acentuadamente ao confronto entre os candidatos, com vantagem para o petista. Nos demais estratos, a mudança mais expressiva foi entre os eleitores de nível superior, no qual Lula ganhou 11 pontos, e Ciro perdeu dez. Entre os que classificam o governo FHC como ótimo/bom, Serra lidera com 38% (oscilação positiva de dois pontos) contra 26% de Lula. Garotinho sai-se bem entre os que ganham de R\$ 1.000 a R\$ 2.000 (subiu três pontos) e entre os eleitores da região Sul (outros três pontos).</p>

## ANEXO-CJ QUADRO-10 N32-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	29/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.842	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula atinge 49% dos votos válidos</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Com 49% dos votos válidos, Lula fica a 1 ponto de vencer no primeiro turno</b></p> <p>A uma semana da eleição, o candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, atingiu 49% dos votos válidos e está a um ponto percentual da possibilidade de vencer a disputa presidencial no primeiro turno, revela pesquisa Datafolha.</p> <p>José Serra (PSDB) aparece em segundo lugar com 21% dos válidos, seguido por Anthony Garotinho (PSB), com 16%, e Ciro Gomes (PPS), com 12%. Nos votos válidos, Lula passou de 48% para 49%, Serra, de 20% para 21%, Garotinho manteve os mesmos 16% e Ciro foi de 15% para 12%, na comparação com pesquisa de 19 e 20 de setembro. O Datafolha ouviu -na quinta e na sexta-feira- 6.040 pessoas, em 337 municípios de todas as unidades da Federação.</p> <p>O conceito de voto válido é o usado pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral) na apuração oficial. Para o seu cálculo, os votos brancos e nulos e as abstenções são desprezados. Assim, os índices percentuais dos candidatos são maiores do que no total de votos.</p> <p>Para efeito comparativo, no total de votos Lula tem 45% (oscilação positiva de um ponto em relação à pesquisa passada), Serra repete os mesmos 19%, Garotinho continua com 15% e Ciro vai a 11% (oscilação negativa de dois pontos percentuais). Os votos brancos e nulos somam 3%, e os indecisos, 5% -nesse último caso, o Datafolha dividiu esse percentual proporcionalmente ao índice obtido pelos candidatos na intenção de voto geral.</p> <p>Nos votos válidos, Lula vence já no primeiro turno entre os homens (55%), entre os jovens (50%), entre os que têm até o segundo grau (53%), entre os de nível superior (56%), entre os de renda de R\$ 1.001 a R\$ 2.000 (53%) e entre os que ganham mais de R\$ 2.000 (56%).</p> <p>A única região em que Lula não venceria no primeiro turno é a Sudeste, onde obtém 48%. No Sul, atinge 53%, e no Nordeste e no Norte/Centro-Oeste está com 50%. O estrato em que Lula tem o índice mais baixo é no feminino, na qual aparece com 43% -seis pontos a menos que sua média. Por isso, a campanha de Lula na TV tem se concentrado na tentativa de conquistar esse eleitorado.</p> <p>Analisando as intenções de voto por profissão do entrevistado, entre os profissionais liberais Lula e Serra aparecem empatados com 37% das intenções de voto.</p> <p>Entre os que se dizem empresários, o petista vence por 47% a 27%. Entre os que estão desempregados e procurando emprego, Lula tem 56% contra 19% de Garotinho e 12% de Serra e Ciro. Entre os que estão desempregados sem procurar emprego, 49% votam no PT, 19%, no PSB, 17%, no PSDB e 11%, no PPS.</p> <p><b>Rejeição e segundo turno</b></p> <p>Serra continua a ter a maior taxa de rejeição (35%), oscilação de um ponto a mais em relação à pesquisa anterior. Ciro mantém 33%, Lula tem 27% (oscilação de dois pontos a menos) e Garotinho repete 27% de rejeição. No segundo turno, Lula venceria todos os adversários. Bateria Serra por 57% a 35% (ampliando em um ponto a diferença do levantamento passado), Garotinho por 57% a 35% (ampliando em três pontos a diferença) e Ciro por 58% a 32% (também ampliando em três pontos a diferença).</p>

## ANEXO-CK QUADRO-10 N33-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	03/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.846	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula mantém 49%; Serra vai a 22%</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula continua com 49% dos válidos, contra 22% de Serra</b></p> <p>O candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, continua com 49% dos votos válidos, contra 22% de José Serra (PSDB) -oscilação positiva de um ponto percentual-, 17% de Anthony Garotinho (PSB) -que também oscila um ponto positivamente- e 11% de Ciro Gomes (PPS) -oscilação negativa de um ponto percentual-, revela pesquisa Datafolha realizada ontem.</p> <p>A três dias da eleição, Lula mantém-se a um ponto percentual da possibilidade de atingir metade mais um dos votos válidos, o que lhe daria a vitória no primeiro turno da eleição presidencial. A margem de erro do levantamento é de dois pontos percentuais. Assim, o petista pode ter entre 47% e 51% dos votos válidos.</p> <p>O conceito dos votos válidos é o usado pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral) na apuração oficial. É o percentual obtido pelos candidatos, excetuados os votos brancos e nulos e as abstenções.</p> <p>No total de votos, Lula repete os 45% da pesquisa realizada em 26 e 27 de setembro, Serra passa de 19% para 21%, Garotinho está com os mesmos 15% e Ciro foi de 11% para 10%. Cada ponto percentual equivale cerca de 1 milhão de votos. Os percentuais de brancos e nulos (3%) e de indecisos (5%) seguem os mesmos há três levantamentos.</p> <p>Para o cálculo dos votos válidos, o Datafolha desprezou os brancos e nulos e distribuiu proporcionalmente à intenção de votos o percentual de indecisos. Por isso, Serra oscilou dois pontos positivamente no total de votos, mas apenas um nos válidos. Garotinho repetiu seu índice no total, mas nos válidos oscilou um ponto para cima. Ciro oscilou negativamente um ponto tanto no total de votos como nos válidos.</p> <p>Na disputa do segundo turno, Lula segue vencendo todos os demais candidatos, mas as diferenças se reduziram. O petista bate Serra por 55% a 37% -com a diferença caindo de 22 para 18 pontos-, vence Garotinho por 55% a 36% -com a distância entre os dois se reduzindo de 22 para 19 pontos- e Ciro por 58% a 33% -com 26 pontos os separando, contra 25 na rodada anterior. O Datafolha ouviu 8.068 pessoas ontem em 388 municípios de todas as unidades da Federação.</p> <p>A taxa de rejeição de Serra segue a maior de todos os candidatos, mas, pela primeira vez desde 15 de agosto, registrou uma oscilação negativa de dois pontos, passando de 35% para 33%. Já o percentual daqueles que dizem que não votariam em Lula de maneira alguma oscilou positivamente dois pontos, indo de 27% para 29%. A rejeição a Ciro foi de 33% para 32%, e a de Garotinho segue em 27%.</p> <p>Lula e Serra apresentam movimentos diferentes nas faixas de maior renda e escolaridade. O petista passou de 51% para 50% entre os nível superior, e o tucano foi de 18% para 21%. Entre os com renda alta, Lula foi de 51% para 48%, e Serra, de 22% para 24%.</p>

## ANEXO-CL QUADRO-10 N34-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	06/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.849	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Garotinho disputa com Serra 2º lugar; Lula segue na frente</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Empate técnico de Serra e Garotinho e a chance de Lula vencer no primeiro turno</b></p> <p>Pesquisa Datafolha revela que Luiz Inácio Lula da Silva (PT) chega ao dia da eleição presidencial com 48% dos votos válidos -oscilação negativa de um ponto percentual em relação ao levantamento de quarta-feira-, contra 21% de José Serra (PSDB) -outra oscilação negativa de um ponto-, 19% de Anthony Garotinho (PSB) -variação para cima de dois pontos-, e 12% de Ciro Gomes (PPS) -oscilação positiva de um ponto.</p> <p>Lula está a dois pontos percentuais da possibilidade de atingir metade mais um dos votos válidos, o que lhe daria a vitória no primeiro turno da eleição. A margem de erro do levantamento -realizado ontem e anteontem, com 12.554 entrevistados- é de dois pontos percentuais. Assim, o petista pode ter entre 46% e 50% dos votos válidos.</p> <p>Garotinho reduziu, em três dias, de cinco para dois pontos a distância de Serra. O tucano pode ter entre 19% e 23%, e o ex-governador do Rio, entre 17% e 21%. Os dois estão tecnicamente empatados. Assim, a sucessão, marcada por uma disputa acirrada entre os principais candidatos e com tom oposicionista predominante, permanece indefinida no dia do pleito, sem possibilidade de previsão sobre a realização ou não de segundo turno e, se houver, quem serão os adversários.</p> <p>O conceito dos votos válidos é o usado pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral) na apuração oficial. É o percentual obtido pelos candidatos, excetuados os votos brancos e nulos e as abstenções.</p> <p>No total de votos, Lula repete os mesmos 45% da pesquisa realizada na quarta-feira, Serra tem 19% -oscilação negativa de dois pontos-, Garotinho está com 17% -oscilação positiva de dois pontos- e Ciro, 11% -variação de um ponto a mais. O percentual de brancos e nulos atinge 2% e o de indecisos 4%. Para o cálculo dos votos válidos, o Datafolha desprezou os brancos e nulos e distribuiu proporcionalmente à intenção de votos o percentual de indecisos. Nos votos válidos, Lula caiu seis pontos percentuais no Norte/Centro-Oeste (com Garotinho subindo quatro) e quatro pontos entre os jovens. Serra caiu quatro pontos no eleitorado feminino (no qual Garotinho subiu três), cinco pontos na faixa etária entre 45 e 59 anos (na qual o candidato do PSB subiu quatro) e três pontos entre os com mais de 60 (com o ex-governador do Rio ganhando três).</p> <p>Em São Paulo, maior colégio eleitoral do país, Lula está com 47% dos válidos (oscilação negativa de dois pontos), Serra mantém 25%, e Garotinho aparece com 15% (variação de um ponto a mais).</p> <p>Em Minas, segundo maior colégio, o petista continua com 56%, Serra tem 17% (queda de cinco pontos), e Garotinho, 16% (crescimento de três pontos). No Rio, terceiro Estado em número de eleitores, o petista permanece com 41%, mesmo percentual do candidato do PSB, que variou dois pontos para cima. Serra tem 9%, oscilação negativa de um ponto.</p> <p>Na pesquisa espontânea, o petista tem 37% contra 36% da soma de outros nomes (13% de Serra, 12% de Garotinho, 8% de Ciro e 3% de citações diversas).</p> <p>No segundo turno, Lula venceria Serra por 56% a 35% (ampliando de 18 para 21 pontos a diferença entre eles), Garotinho por 55% a 37% (com a diferença</p>

	<p>variando de 19 para 18 pontos) e Ciro por 57% a 34% (com a distância se reduzindo de 25 para 23 pontos).</p> <p>A eleição de hoje será a maior já realizada no país. Estão habilitados a votar 115.254.113 eleitores, contra 109.826.263 no pleito de 2000. Inscreveram-se 218 candidatos a governador, 349 ao Senado, 4.901 à Câmara dos Deputados, 12.733 às Assembléias Legislativas e 673 à Câmara do Distrito Federal.</p>
--	--



## ANEXO-CM QUADRO-10 N35-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	13/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.856	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula alcança 58%; Serra tem 32%</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula atinge 58% contra 32% de Serra a 14 dias do segundo turno</b></p> <p>A 14 dias do segundo turno da eleição presidencial e na véspera da reestria do horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão, o candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, está 26 pontos à frente do tucano José Serra, revela pesquisa Datafolha. Lula obtém 58% das intenções de voto contra 32% de Serra. Os indecisos atingem 6%, e 4% dizem que pretendem votar em branco ou nulo.</p> <p>Se levadas em conta as simulações de segundo turno realizadas antes do primeiro turno, que o Datafolha propõe aos eleitores desde dezembro do ano passado, é a maior diferença entre os dois já atingida nesta eleição. Na simulação dos dias 4 e 5 de outubro, na véspera do primeiro turno, o petista aparecia com 56% do total de votos, e o tucano, com 35% (diferença de 21 pontos).</p> <p>No critério usado pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral) na apuração oficial, o de votos válidos -para os quais são excluídos os votos em branco e os nulos e, na pesquisa, divididos proporcionalmente os indecisos-, o petista está com 64%, e o tucano, com 36% (diferença de 28 pontos percentuais). No primeiro turno, em votos válidos, Lula teve 46,44%, e Serra, 23,20%.</p> <p>Se o percentual de comparecimento às urnas no segundo turno for semelhante ao do primeiro, a diferença entre os dois na pesquisa divulgada hoje corresponderia a cerca de 25 milhões de votos.</p> <p>O Datafolha ouviu anteontem 3.979 eleitores em 241 municípios de todas as unidades da Federação. A margem de erro é de dois pontos percentuais para mais ou para menos.</p> <p><b>Homens e mulheres</b></p> <p>Nos diversos estratos do total de votos, a maior diferença entre Lula e Serra está no eleitorado masculino, no qual o petista está 34 pontos à frente (64% a 30%). Entre as mulheres, a diferença é de 18 pontos em favor de Lula (53% a 35%). O petista vence em todos os segmentos. Está 23 pontos de distância de Serra entre aqueles que têm até o primeiro grau, 29 entre os que têm até o segundo grau e 31 entre os com curso superior. Por faixa salarial, Lula vence por 24 pontos de diferença entre os que ganham até R\$ 1.000, por 34 pontos entre os que ganham de R\$ 1.001 a R\$ 2.000 e por 26 entre os que recebem mais de R\$ 2.000. A região Norte/Centro-Oeste é a que registra a menor distância entre os dois candidatos -21 pontos. No Sudeste, está a maior -28, em favor de Lula. No Nordeste, a diferença é de 26 pontos, e no Sul, de 21. Serra tem sua melhor performance entre os eleitores que avaliam a administração de Fernando Henrique Cardoso como ótima ou boa. Chega a 57% contra 36% de Lula. Entre os que a classificam de regular, o petista está com 58%, e o tucano, com 32%. Entre os que afirmam ser o governo ruim ou péssimo, Lula vai a 76%, e Serra fica com 15%. Na análise do eleitor por categoria profissional, Lula obtém seu maior índice entre os assalariados registrados (64%). Seu índice mais baixo está entre os profissionais liberais, nos quais perde para Serra por 56% a 44%. Entre os que se declaram ao Datafolha como empresários, 54% votam no petista e 35% no tucano. Entre os funcionários públicos, Lula está com 60%, e Serra, com 31%.</p>

	<p>Na comparação entre a pesquisa de anteontem com a simulação de segundo turno feita às vésperas do primeiro turno, Lula ganhou três pontos entre as mulheres, entre os eleitores de 45 a 59 anos, entre os de mais de 60 e entre aqueles que têm até o primeiro grau. Serra perdeu seis pontos entre os de menor escolaridade, cinco entre as mulheres e quatro pontos entre os que têm de 45 a 59 anos. Esses números devem ser vistos com cautela, porque a simulação de segundo turno era uma hipótese proposta pelo Datafolha aos entrevistados e o levantamento de anteontem mede uma resposta a um cenário eleitoral real.</p>
--	--

## ANEXO-CN QUADRO-10 N36-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	20/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.863	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula vai a 61%; Serra mantém 32%</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula vai a 61% e abre 29 pontos sobre Serra na TV</b></p> <p>Apesar do aumento dos ataques tucanos na primeira semana do horário eleitoral gratuito no rádio e na TV, o candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, ampliou de 26 para 29 pontos sua distância de José Serra (PSDB).</p> <p>A uma semana do segundo turno, pesquisa Datafolha - realizada anteontem, com 10.397 pessoas em 350 municípios- mostra que Lula passou de 58% para 61% do total de votos, e Serra manteve-se com os mesmos 32% do levantamento passado.</p> <p>Nos votos válidos -conceito no qual são excluídos dos cálculos os votos em branco ou nulos, usado pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral) na apuração oficial- Lula foi de 64% para 66%, e Serra, de 36% para 34%.</p> <p><b>Alianças</b></p> <p>O anúncio da obtenção dos apoios de Anthony Garotinho (PSB) e de Ciro Gomes (PPS) impulsionou a candidatura petista. Os segmentos de eleitores no primeiro turno dos dois candidatos foram os que Lula mais cresceu. Entre os eleitores de Garotinho, Lula subiu sete pontos e, entre os de Ciro, seis. O petista passou de 41% para 48% dos votos entre os que estavam com Garotinho -faixa em que o tucano foi de 42% para 40%. Entre os que votaram em Ciro, Lula passou de 42% para 48%, e Serra caiu de 42% para 37%.</p> <p>O petista subiu mais nas regiões Nordeste (cinco pontos) e Sudeste (quatro), entre os que têm até o segundo grau (cinco) e os que ganham até R\$ 1.000 (quatro).</p> <p>A única faixa de renda ou escolaridade em que Serra movimentou-se numericamente acima de Lula foi no eleitorado de nível superior. O petista foi de 61% para 63% (dois pontos a mais), e o tucano passou de 30% para 33% (ganho de três pontos). A estratégia de Serra de aumentar o tom dos ataques contra Lula parece não ter surtido efeito. Na volta do horário eleitoral gratuito, o PSDB exibiu um depoimento da atriz Regina Duarte dizendo: "Estou com medo. Faz tempo que não tinha esse sentimento. Nós temos dois candidatos. Um eu conheço, é o Serra... O outro eu não reconheço, tudo o que dizia mudou. Isso dá medo". O horário eleitoral gratuito no rádio e na TV recomeçou na segunda-feira passada, com 20 minutos diários para cada candidato e mais 7min30s em inserções comerciais durante a programação. A campanha de Serra insistiu em seus programas que Lula estava fugindo dos debates, usou declarações do primeiro turno de Garotinho e Ciro atacando o petista e criticou as administrações do partido, em especial no Rio Grande do Sul e no município de São Paulo. As regiões Sudeste e Nordeste são as que Lula apresenta maior vantagem sobre Serra, 33 pontos em cada uma. No Norte/Centro-Oeste, a diferença é de 20 pontos, e no Sul, de 22. No Estado de São Paulo, o único em que a pesquisa Datafolha permite a estratificação de resultados devido ao número de entrevistas, Lula está com 55% (seis a menos que sua média nacional), e Serra, com 37% (cinco a mais), tendo uma oscilação positiva de dois pontos em relação à pesquisa da semana passada.</p>

	<p><b>Maiores cidades</b></p> <p>Em termos de município, quanto mais populoso, maior é a diferença em favor de Lula. Nas cidades com mais de 150 mil eleitores a vantagem do petista é 36 pontos e nas que têm de 50 mil a 150 mil eleitores é de 33 pontos. Nas cidades com até 50 mil eleitores, a vantagem varia de 21 a 24 pontos, conforme o porte.</p> <p>Continua grande a diferença do percentual de votos obtido por Lula entre os homens e entre as mulheres. No eleitorado masculino -no qual Lula oscilou dois pontos positivamente, e Serra, dois negativamente- o petista atinge 66% do total de votos, contra 28% do tucano -diferença de 38 pontos. No eleitorado feminino, a distância entre os dois é de 21 pontos, mas Lula passou de 53% para 56% em uma semana, e Serra se mantém com 35%. Por faixa de renda, Lula e Serra oscilaram dois pontos positivamente entre os que ganham mais de R\$ 2.000. Mas, entre os de baixa renda, o petista foi de 57% para 61%, e o tucano oscilou de 33% para 32%.</p>
--	--

## ANEXO-CO QUADRO-10 N37-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	24/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.867	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Lula mantém a vantagem sobre Serra</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula tem 66% dos votos válidos; Serra, 34%</b></p> <p>O petista Luiz Inácio Lula da Silva lidera a disputa presidencial com vantagem de 32 pontos dos votos válidos sobre o tucano José Serra, mostra pesquisa Datafolha concluída ontem.</p> <p>Lula tem 66% dos votos válidos contra 34% de Serra, os mesmos percentuais da pesquisa realizada na sexta-feira passada, dia 18 de outubro. Repetida a taxa de abstenção semelhante à do primeiro turno, a distância entre os dois candidatos seria de cerca de 30 milhões de votos, a quatro dias do segundo turno.</p> <p>O conceito de votos válidos é o usado pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral) na apuração, do qual são retirados do cálculo os votos em branco e os nulos. No caso da pesquisa, o Datafolha divide proporcionalmente entre os candidatos o percentual de indecisos.</p> <p>O número de eleitores que dizem não saber em quem votar passou de 3% para 6% nos últimos cinco dias. A taxa dos que pretendem anular o voto ou votar em branco continua em 4%. Aumentou quatro pontos -excluindo os eleitores que não sabem em quem votar- o percentual daqueles que se dizem totalmente decididos em quem votar. Era de 87% há cinco dias, tendo atingido agora 91%. Caiu três pontos a taxa daqueles que dizem ainda poder mudar de voto, indo de 12% para 9%. Se analisado o total de votos de cada candidato, ambos oscilaram negativamente em relação à pesquisa de 18 de outubro. Lula passou de 61% para 59% do total de votos, e Serra de 32% para 31%. Nesse caso, a diferença entre os dois passou de 29 para 28 pontos.</p> <p><b>Voto das mulheres</b></p> <p>Numa análise dos resultados da pesquisa nos diversos segmentos, considerando o total de votos, Lula voltou a perder pontos entre as mulheres, segmento em que caiu em três pontos percentuais. Tinha 56% do total de votos e agora está com 53%. Serra foi de 35% para 34%. Aumentou o percentual de indecisos no eleitorado feminino, passando de 5% para 8%. Lula caiu nas regiões Sudeste e Norte/Centro-Oeste, e Serra, no Sul e no Nordeste.</p> <p>O petista tinha 62% no Sudeste e passou para 59%, com o tucano oscilando positivamente um ponto (de 29% para 30%). No Norte/ Centro-Oeste, Lula foi de 57% para 54%, com Serra mantendo 37%. No Sul, o tucano caiu quatro pontos, indo de 36% para 32%. O petista continuou com os mesmos 58% da pesquisa passada. No Nordeste, Serra caiu de 31% para 28%, com Lula mantendo-se com 64% do total de votos. Os dois candidatos oscilaram negativamente nas faixas de maior escolaridade e renda. Lula foi de 61% para 60% entre os que ganham mais de R\$ 2.000, e Serra, de 35% para 33%. Entre os que concluíram a universidade, o petista passou de 63% para 61%, e o tucano, de 33% para 30%. Nos estratos de menor escolaridade e renda, a oscilação negativa se repete. Lula variou de 61% para 59% entre os que ganham até R\$ 1.000 e de 59% para 57% entre os que têm até o primeiro grau. Serra foi de 32% para 31% entre os de menor renda, e de 34% para 32% entre os de menor escolaridade. Entre aqueles que declaram ter votado em Serra no primeiro turno, 86% dizem que votarão no tucano no próximo domingo -essa taxa era de 91% na</p>

	<p>pesquisa anterior. Lula teve uma oscilação negativa de dois pontos entre os que disseram ter votado nele em 6 de outubro, com o índice indo de 95% para 93%.</p> <p><b>Conhecimento do número</b></p> <p>Dos entrevistados, 75% disseram corretamente o número do candidato que pretende votar, 13% afirmaram não saber o número, e 4% erraram. O percentual de conhecimento do número entre os eleitores de Lula (85%) é nove pontos maior do que entre os de Serra (76%). O Datafolha ouviu 10.402 em 351 municípios de todas as unidades da Federação. A margem de erro é de dois pontos percentuais para mais ou para menos.</p>
--	---

## ANEXO-CP QUADRO-10 N38-LULA

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	27/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.870	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Pesquisa aponta vitória de Lula para presidente hoje</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Lula, com 64% dos válidos, deve ser eleito hoje, Serra tem 36%</b></p> <p>O candidato do Partido dos Trabalhadores à Presidência, o ex-torneiro mecânico Luiz Inácio Lula da Silva, 57, e seu vice, o empresário José de Alencar Gomes da Silva, 71, devem ser eleitos hoje, revela pesquisa Datafolha. Levantamento concluído ontem mostra Lula com 64% dos votos válidos, dos quais são excetuados os brancos e nulos. O petista oscilou negativamente dois pontos percentuais, em relação à pesquisa realizada na quarta-feira. Se as taxas de abstenção e de brancos e nulos forem semelhantes às do primeiro turno, Lula terá algo perto de 55 milhões de votos.</p> <p>O candidato do Partido da Social Democracia Brasileira, o economista José Serra Chirico, 60, que tem como vice a jornalista Rita de Cássia Paste Camata, 41, aparece com 36% no Datafolha -oscilação positiva de dois pontos em três dias. Deverá ter cerca de 30 milhões de votos, ressalvados abstenção e brancos e nulos.</p> <p>Lula vence Serra em todas as regiões do país: 67% a 33% no Sudeste, 63% a 37% no Sul, 64% a 36% no Nordeste e 60% a 40% no Norte/Centro-Oeste. O Datafolha ouviu 10.356 pessoas, em 351 municípios de todas as unidades da Federação.</p> <p>Confirmada a votação de Lula prevista na pesquisa, o petista será o presidente com maior número de eleitores da história. Hoje, o recordista é o americano Ronald Reagan, que obteve 54.455.075 votos em 1984. Com sua virtual vitória, será o primeiro líder de um partido de esquerda eleito presidente e, no cargo, o primeiro operário, o primeiro sem diploma universitário e o primeiro natural de Pernambuco a exercê-lo como titular. Será ainda o terceiro presidente com barba da história republicana -antes só Deodoro da Fonseca e Prudente de Moraes, ambos do final do século 19- e o quarto da linhagem dos Silva -também foram presidentes Eptácio Lindolfo da Silva Pessoa (1919-1922), Arthur da Silva Bernardes (1922-1926) e Jânio da Silva Quadros (1961). Após três derrotas, adotou discurso mais conservador, com inflexão ao centro e alianças com a direita. O Brasil realiza hoje a maior eleição de sua história. Estão inscritos 115.254.113 eleitores -ou 65,8% da população do país. No primeiro turno, porém, mais de 20,47 milhões de pessoas (17,8%) deixaram de votar. É a 27ª eleição presidencial e a 19ª por voto direto.</p>

## ANEXO-CQ QUADRO-11 N1-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	20/08/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.802	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC obtém compromisso de Lula e Ciro</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Aumenta o interesse pelo horário eleitoral gratuito</b></p> <p>O horário eleitoral gratuito na TV começa hoje com mais prestígio do que o exibido quatro anos atrás, indica o Datafolha.</p> <p>Segundo o instituto, cresceram o interesse pelos programas, a intenção de assisti-los e a importância que o eleitor brasileiro dá na hora de decidir o voto ao que os candidatos mostram na TV.</p> <p>Em 1998, 47% dos eleitores diziam ter algum interesse pelo horário eleitoral gratuito para presidente; hoje, 60% dizem o mesmo. O interesse também subiu para os programas dos candidatos a governador (de 49% para 59%) e a senador (de 43% para 54%).</p> <p>Em 1998 e neste ano, as pesquisas foram feitas em agosto, às vésperas da estréia dos programas.</p> <p>Já a taxa dos entrevistados que disseram que vão assistir ao horário eleitoral - independentemente do cargo em disputa- subiu de 57% para 68%, de 1998 para cá.</p> <p>Na mesma linha, a importância dos programas subiu. No caso da eleição presidencial, passou de 56% para 70% a taxa dos que dizem dar alguma importância ao horário eleitoral na TV na hora de decidir o voto. Na eleição para o governador, esse índice subiu de 58% para 70%. Na eleição para o Senado, 69% dizem hoje dar importância aos programas de TV na hora de decidir o voto. Em 1998, essa pergunta não foi feita.</p> <p><b>Eleição disputada</b></p> <p>O motivo mais provável para esse crescimento de interesse é a disputa em si.</p> <p>Em 1998, pesquisa Datafolha feita dos dias 12 a 14 de agosto indicava que Fernando Henrique Cardoso (PSDB) tinha 42% das intenções de voto para presidente, contra 38% de todos os seus adversários somados.</p> <p>Na última pesquisa do instituto, realizada nos dias 15 e 16, Luiz Inácio Lula da Silva (PT) tem 37% das intenções de voto, contra 53% de seus adversários somados -longe portanto de vencer já no primeiro turno, como FHC fez quatro anos atrás.</p> <p>Fora isso, os outros três principais candidatos -Ciro Gomes (PPS), José Serra (PSDB) e Anthony Garotinho (PSB)- já se revezaram na segunda colocação da série de pesquisas deste ano.</p> <p><b>Escolaridade</b></p> <p>Os eleitores de Ciro são os que demonstram mais interesse pelos programas: 28% deles dizem ter muito interesse pela propaganda, contra 25% dos eleitores de Lula, 24% dos de Garotinho e 23% dos de Serra.</p>



Já a importância dada é maior entre os eleitores de Garotinho: 49% deles dão muita importância aos programas na hora de decidir o voto, contra 48% de Ciro e 43% de Lula e Serra.

O interesse e a importância mudam muito de acordo com o nível de escolaridade: 22% dos entrevistados que fizeram até o primeiro grau dizem ter muito interesse aos programas para presidente e 44% dão muita importância a eles na hora de decidir o voto. Entre os entrevistados com nível superior, essas taxas são de 35% e 34%, respectivamente.

#### **Acordo “pavimenta o caminho”, diz FHC**

Depois de se encontrar com os quatro principais candidatos à sua sucessão, o presidente Fernando Henrique Cardoso afirmou que estava satisfeito porque todos haviam assumido o compromisso de honrar o acordo acertado com o FMI (Fundo Monetário Internacional).

"Todos disseram que vão honrar", disse o presidente. Ele atribuiu a falta de um apoio explícito dos candidatos ao acordo a uma "precaução correta", e não a uma restrição, "que não houve".

Segundo FHC, quem precisa dar apoio explícito é ele, a quem cabe assinar o termo de entendimento. "[Chamei os candidatos] para dizer-lhes que estamos pavimentando o caminho para que, com segurança para o Brasil, sejam aplicadas as políticas que parecerem a eles as mais convenientes no ano que vem", afirmou.

Questionado se o candidato Anthony Garotinho (PSB) havia feito críticas ao acordo, como fez em nota divulgada após o encontro, o presidente afirmou: "Não, absolutamente. Como estamos em campanha, vocês conhecem os hábitos nacionais...".

O presidente recebeu os quatro candidatos separadamente em seu gabinete, por cerca de uma hora cada um. Ele estava acompanhado dos ministros da Fazenda, Pedro Malan, e da Secretaria Geral da Presidência, Euclides Scalco, e do presidente do Banco Central, Armínio Fraga.

O candidato da Frente Trabalhista, Ciro Gomes (PPS), estava com dois assessores. Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Garotinho, três. O candidato do governo, José Serra (PSDB), foi acompanhado dos presidentes do PSDB, José Aníbal, e do PMDB, Michel Temer. Pela ordem, foram recebidos Ciro, Lula, Garotinho e Serra.

Na saída, com exceção de Garotinho, os candidatos fizeram um resumo da conversa. Ciro e Lula se comprometeram com aspectos macroeconômicos definidos pelo atual governo, como a meta de superávit primário de 3,75% do PIB (Produto Interno Bruto), baixa inflação e respeito aos contratos.

Os dois ressaltaram que condenam o atual modelo econômico e não declararam apoio explícito ao acordo. Serra foi o único a declarar apoio incondicional ao programa. Na nota em que divulgou, Garotinho lamentou "a trágica necessidade do empréstimo".

Na entrevista que concedeu após as conversas com os candidatos, FHC estava acompanhado de Malan, Scalco e Fraga.

Sobre a reação que esperava do mercado, disse: "Não posso dizer que espero isso ou aquilo. Nós vamos com o tempo demonstrando a todos que o Brasil é um país, primeiro, que tem comando; segundo, que tem coragem, toma decisões; terceiro, que tem recursos; quarto, que está jogando esses recursos para criar um clima positivo. Quem não entender isso vai perder a oportunidade de participar mais intensamente do desenvolvimento do Brasil". Segundo FHC, o objetivo dos encontros era mostrar que o acordo com o FMI foi feito nas melhores condições.

Ele disse que o acordo não embute condição na área comercial, como noticiado nos últimos dias -uma suposta imposição da Alca (Área de Livre Comércio das Américas) ou da empresa sueca Grippen como vencedora da licitação de US\$ 700 milhões da Força Aérea para a compra de supersônicos.

"É subdesenvolvimento intelectual e colonialismo mental imaginar que um país como o Brasil se submeteria a imposições de ingerência dessa natureza." FHC afirmou que o fato de estar recebendo candidatos de oposição não significava a admissão de que Serra poderia perder a eleição. "É uma admissão que qualquer presidente sensato faz." FHC considerou naturais as críticas ao governo feitas após os encontros.

FHC foi questionado sobre a possibilidade de editar uma medida provisória ao invés de esperar a votação do projeto que acaba com o efeito cascata do PIS/Pasep e que estabelece normas sobre o envio de proposta para acabar com esse mesmo efeito da Cofins. Ele diz que espera que o Congresso vote. "O presidente [da Câmara] Aécio Neves [candidato ao governo de Minas pelo PSDB] conversou, ontem, comigo, pelo telefone. Ele vai insistir. Se os parlamentares vierem a Brasília e se houver possibilidade de uma solução que viabilize um apoio majoritário, melhor para todo o país. Senão, verei, depois, o que fazer".

Neves fez ontem um apelo aos congressistas para que interrompam suas campanhas eleitorais e estejam em Brasília no início da próxima semana.

### **Lula apresenta a FHC propostas anti-crise**

Luiz Inácio Lula da Silva (PT) aproveitou o encontro de ontem com o presidente Fernando Henrique Cardoso para recitar uma lista de propostas com o objetivo de reduzir a vulnerabilidade externa do país, dentro da estratégia de campanha de se apresentar como candidato propositivo e que não está interessado no caos econômico no país. Em pronunciamento de 15 minutos após a reunião, sem direito a perguntas, Lula leu aos jornalistas uma carta que entregou a FHC recheada de medidas em prol do capital, como a desoneração das exportações, e dos trabalhadores, como o controle do preço de produtos de consumo popular. O petista sugeriu, entre outros pontos, uma "ofensiva diplomática" para aumentar as exportações. Também pediu que o governo faça gestões nos bancos privados internacionais e bancos centrais dos EUA e Europa, para "restabelecer as linhas de financiamento" a empresas privadas. Esta seria a receita emergencial para reduzir a vulnerabilidade. "Diante das turbulências financeiras das últimas semanas, torna-se necessário agir de imediato. Não é possível esperar até que o próximo presidente tome posse em primeiro de janeiro de 2003, sob pena de vermos ampliados a inadimplência das empresas brasileiras, o desemprego e a recessão", disse Lula na carta, que leu em um salão no segundo andar do Palácio do Planalto. Sobre o acordo com o Fundo Monetário Internacional, que recebeu aval do partido, Lula adotou desta vez tom mais crítico. Para ele, o pacote não prevê, no curto prazo, "aporte financeiro significativo", situação que "constrangeria perigosamente a gestão futura da economia". Mas não deixou de prometer novamente, ao gosto do Planalto, honrar "contratos e controlar a inflação, com o rigor fiscal necessário".

### **Plataformas e caças**

Acompanharam o presidenciável na reunião de uma hora e sete minutos de duração o presidente nacional do PT, José Dirceu, o deputado Aloizio Mercadante e o coordenador do programa de governo, Antônio Palocci. Como medidas para estimular a produção, Lula repetiu o que já vem dizendo em discursos de campanha e palestras a empresários. Pediu aprovação de projeto que acaba com o efeito cascata na cobrança de contribuições sociais e a desoneração de exportações.

Lula voltou a citar exemplos que tem explorado para acusar o governo de não valorizar a indústria nacional. Em tom cordial, "sugeriu" que seja garantida a construção de três novas plataformas para a Petrobras no Brasil. FHC expressou dúvidas sobre a capacidade da indústria nacional de fazer a obra. Pediu também que o governo "leve em consideração os interesses nacionais"

	<p>no processo em curso de aquisição de novos caças para a Força Aérea Brasileira.</p> <p>O tom da conversa foi cordial. O presidente fez inicialmente uma exposição sobre o acordo com o Fundo, em que se mostrou satisfeito com as notas de apoio divulgadas pelo PT, dizendo inclusive que sua equipe econômica as tem exibido a investidores e banqueiros internacionais.</p> <p>Em seguida, os dois lados passaram para a análise da situação econômica, quando o PT apresentou suas propostas. Já o presidente, segundo a Folha apurou, quis deixar clara a responsabilidade que cabia ao partido caso o PT assumira o poder.</p> <p>FHC parabenizou Lula por recentes declarações de que "o Brasil é maior que a crise", mas cobrou dele menção a aspectos favoráveis do atual momento, como o aumento na produção de petróleo e na colheita de grãos, dizendo que a safra pode chegar a 100 milhões de toneladas neste ano. Lula concordou que os pontos positivos do país têm de ser enaltecidos.</p> <p><b>Dupla preocupação</b></p> <p>Ao passo que procurou passar uma imagem de moderação e responsabilidade, por avaliar que é importante eleitoralmente, o PT também buscou ontem demarcar seu território de oposição, que vê ameaçado pela retórica inflamada de Ciro Gomes (PPS).</p> <p>Esta preocupação, de ser propositivo e crítico ao mesmo tempo, norteou a redação da carta ao presidente, elaborada no fim de semana por uma equipe que incluiu Lula, Dirceu, Palocci, Mercadante e o economista Guido Mantega, entre outros.</p> <p>Ao mesmo tempo que a nota mostra um Lula responsável, que defende redução "progressiva e sustentada dos juros", deixa clara a intenção de "mudar a política econômica desde o primeiro dia".</p> <p>Após a lista de medidas favoráveis ao capital, Lula se preocupou, na última das quatro páginas, em fazer a defesa da população de baixa renda. "A população pobre vê com angústia o aumento do desemprego e a possibilidade de que os preços subam."</p> <p>O petista pediu "ações rápidas para defender a economia popular". "O governo deve assegurar que não haja abuso nos preços de produtos de consumo de massa. Além do gás de cozinha, o pão e os alimentos essenciais devem ser protegidos", diz a carta a FHC.</p> <p>Quase no fim da nota, o petista sugere também a ampliação do seguro-desemprego "devido à possibilidade de aprofundamento do quadro recessivo".</p>
--	--

## ANEXO-CR QUADRO-11 N2-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	21/08/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.803	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Para FHC, Brasil sofre 'asfixia' dos mercados</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Mercados pressionam por calote do país, afirma FHC</b></p> <p>O presidente Fernando Henrique Cardoso fez ontem a sua mais forte crítica ao funcionamento dos mercados financeiros e a mais explícita menção às dificuldades da economia brasileira, ao afirmar que "alguns setores financeiros insistem em que não paguemos, asfixiando-nos para que não possamos pagar", em óbvia alusão à dívida externa.</p> <p>"Quem ganha com isso?", perguntou em seguida, para ele próprio responder: "Eu não sei".</p> <p>O presidente incluiu esse trecho, de improviso, no discurso que pronunciava ante a Assembléia Geral do Uruguai (sessão conjunta de Câmara e Senado), na tarde de ontem.</p> <p>Antes, FHC dissera que "o mercado talvez jamais se tenha comportado de forma tão contrária a seus próprios interesses, ignorando os fundamentos econômicos, gerando falsas expectativas".</p> <p>Para o presidente, trata-se de "surto de insensatez", que, na sua avaliação, "costumam ter fôlego curto".</p> <p>O discurso é a explicitação da análise que o Palácio do Planalto faz a respeito da turbulência financeira que assola o país: um fenômeno provocado por agentes externos, que pouco ou nada têm a ver com as debilidades da economia brasileira.</p> <p>Em outro trecho inserido de improviso na sua fala, Fernando Henrique disse que "o ambiente externo é de confusão, que tem efeitos muitas vezes trágicos sobre a população, que não tem nada a ver com isso".</p> <p>O presidente se referiu também ao encontro de segunda-feira com os quatro principais candidatos a seu lugar, para dizer que "há momentos em que, acima dos interesses partidários, têm que estar os interesses comuns".</p> <p>Para FHC, "quanto mais afinadas estiverem as forças políticas em relação ao atacado, mais produtiva será a negociação no varejo".</p> <p>O presidente inseriu os encontros da segunda-feira no contexto da crise externa. Disse que "não se trata de um apelo à união nacional contra ameaças de fora ou por conveniências políticas de uns ou de outros". Mas se trata de que aos líderes "não cabe simplesmente lamentar, mas trabalhar, e construir caminhos que possam servir de pontes entre o presente e o futuro".</p> <p>FHC disse que lhe deu "grande prazer" conversar com as lideranças partidárias, "algumas das quais me criticam há oito anos, dez anos, 20 anos".</p> <p>Antes, ao desembarcar na Base Aérea de Montevideú, às 14h25, o presidente qualificara de "muito agradável" o seu encontro particular com Luiz Inácio Lula da Silva, candidato do PT.</p> <p>Explicou que Lula pedira a reunião apenas entre os dois para falar sobre a dívida do Estado de Minas Gerais.</p> <p>O presidente fez questão de dizer que o encontro nada tinha a ver com a hipótese, aventada pela mídia, de que ele apoiaria Lula no caso de o segundo turno ser disputado entre o petista e Ciro Gomes.</p> <p>"Minha predisposição é, primeiro, a de que Serra (José Serra, o candidato do PSDB) vá para o segundo turno. Se, por acaso isso não acontecer, eu sou presidente do Brasil e vou atuar como magistrado, com equilíbrio".</p> <p>O presidente não descartou a hipótese de um novo encontro com os candidatos, mas disse que "eles têm que se encontrar é com o povo".</p>

	<p><b>Diplomacia</b></p> <p>O discurso de FHC ante a Assembléia Geral uruguaia serviu também para reafirmar pontos básicos da diplomacia praticada durante os seus oito anos de governo e para manifestar suas expectativas em relação ao legado que deixará ao sucessor.</p> <p>Foi, acima de tudo, uma manifestação de fé no Mercosul, apesar de o bloco (e cada um de seus quatro integrantes isoladamente) estar mergulhado na maior crise de sua história.</p> <p>"O Mercosul tem um lastro histórico e político que é imune à cizânia. Se iniciamos juntos o projeto de integração, estou certo de que continuaremos juntos a usufruir de seus benefícios", afirmou.</p> <p>Também anunciou o empenho do governo brasileiro em conseguir, ainda no seu período presidencial, um acordo entre o Mercosul e os países da Comunidade Andina (Venezuela, Colômbia, Peru e Equador).</p> <p>Seria um passo para "a criação de um espaço econômico sul-americano", velho projeto da diplomacia brasileira, iniciado quando Itamar Franco era o presidente e, FHC, o seu chanceler.</p> <p>Trata-se, na essência, de unir os países sul-americanos para melhor negociar com o poderoso Norte.</p> <p>Sobre a negociação com os Estados Unidos, para constituir a Alca (Área de Livre Comércio das Américas), reafirmou o que já dissera na Cúpula das Américas, em Québec, no ano passado:</p> <p>"A Alca somente será atraente se assegurar benefícios equilibrados a todo o hemisfério, o que implica maior acesso aos mercados mais afluentes. Sem isso, a Alca torna-se irrelevante ou perde sua razão de ser".</p>
--	--

ANEXO-CS QUADRO-11 N3-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	22/08/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.804	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC diz que turbulência são 'ficções financeiras'</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Crise é 'ficção financeira', não economia real, diz FHC</b></p> <p>O presidente Fernando Henrique Cardoso atribuiu a "ficções financeiras" a turbulência que afeta a economia brasileira, negando que o seu lado real esteja em crise.</p> <p>O presidente chegou a recorrer a uma expressão da sociologia, a "dissonância cognitiva", para explicar o que está acontecendo: "Há gente que não percebe o que está ocorrendo. Há efetivamente uma defasagem entre o que ocorre e o que se informa ou se percebe que está ocorrendo".</p> <p>Em discurso durante almoço que lhe foi oferecido pela Associação de Dirigentes de Marketing do Uruguai, FHC listou uma série de notícias positivas sobre a economia do Brasil, desde a entrada de US\$ 150 bilhões em investimentos externos diretos, a partir de 1995, até o fato de as linhas telefônicas fixas terem passado de 14,6 milhões, em 1995, para 48 milhões. Engatou: "Não obstante, o risco-país superou os 2.000 pontos, e o Brasil é comparado a países africanos. É possível isso? Guarda relação com a realidade? Se guarda, creio que perdi a razão, porque realmente não a vejo". Na entrevista coletiva que concedeu pouco mais tarde, no Palácio Libertad, sede do governo uruguaio, FHC voltou ao tema.</p> <p>"Os sinais vitais da economia estão todos funcionando bem", afirmou, para citar o superávit comercial (US\$ 4,4 bilhões até agosto), o superávit primário no Orçamento, "que mostra que estamos cuidando da dívida", o crescimento econômico, "pequeno, mas crescimento", e o fato de não ter ocorrido "explosão do desemprego". Completou a comparação: "Não se pode dizer que o organismo esteja totalmente hígido [saudável], mas não é um organismo doente. Não obstante, do ponto de vista financeiro, existe a percepção de dificuldade no pagamento das dívidas". O presidente voltou, então, a advertir que pode se tratar de "profecia que se autocumpra", ecoando sua afirmação da véspera de que setores financeiros estão "asfixiando" o país, levando ao risco de moratória. A palavra "moratória", de altíssima sensibilidade, foi utilizada ontem por Fernando Henrique.</p> <p>"Os mecanismos de financiamento, que se tornaram internacionais, antecipam dificuldades, por percepções às vezes equivocadas, e freiam o financiamento. Com isso, se induz à crise. Começam a falar de moratória, quando ninguém no país pensou nisso e nada leva a isso". O presidente mencionou, então, números (como as reservas líquidas de US\$ 23 bilhões, entre outros), como sinal de que "não há problemas" para financiar a dívida. "De onde então vem a angústia?", perguntou FHC, para ele próprio responder: "Da cabeça das pessoas".</p> <p><b>É a política</b></p> <p>O presidente tratou também da questão eleitoral, outro fator apontado como motivo para a turbulência, já que dois candidatos de oposição lideram as pesquisas. Para o presidente, esgrimir o argumento eleitoral é prova de que, do ponto de vista econômico, não há razão para a crise. Mas ele tampouco aceita esse argumento, ao dizer que não há margem de manobra (para o futuro governo) nem para romper contratos nem para afrouxar a política monetária. "Não posso aceitar que, pela questão política, se diga que não se pode mais financiar esses países", disparou.</p>

	<p>Ainda que a crise seja de percepção (ou de "ficções financeiras"), o presidente admite que ela tem efeitos reais.</p> <p>Principal efeito: deixa o governo manietado. "Os responsáveis pela economia têm poucos recursos para manejar essa crise", afirmou, para lembrar que o Brasil já tem a mais alta taxa de juros do mundo, o que, em tese, deveria ser suficiente para atrair os investimentos que estão secando. Como não há instrumentos no plano nacional, "ou existem mecanismos internacionais (para financiar os países em desenvolvimento) ou fica o problema da quadratura do círculo", disse o presidente.</p> <p>"O problema não é de cada país, é de percepção internacional", insistiu. O presidente, acusado de, em seus quase oito anos de gestão, ter se curvado sempre aos mercados, agora reintroduz a questão política (ou seja, a intervenção do Estado) na equação.</p> <p>Citou a expressão "exuberância irracional", cunhada por Alan Greenspan, o presidente do banco central dos EUA, para designar a alta excessiva das ações cotadas na bolsa norte-americana. E acrescentou a sua própria criação: "pessimismo irracional", para descrever o que ele acha que ocorre hoje em relação ao Brasil.</p> <p>Completou: "O mundo não pode variar entre a exuberância irracional e o pessimismo irracional. Tem que haver alguma racionalidade". Aí é que entra a política (ou a ação do Estado): "Sem a política, os mercados também se tornam irracionais".</p>
--	--

## ANEXO-CT QUADRO-11 N4-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	25/08/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.807	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC dá TVs educativas a políticos</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC distribuiu rádios e TVs educativas para políticos</b></p> <p>Repetindo seus antecessores João Baptista Figueiredo (1979-85) e José Sarney (1985-90), o presidente Fernando Henrique Cardoso distribuiu concessões de rádios e televisão a aliados políticos.</p> <p>Pelo menos 13 deputados federais _além de deputados estaduais, prefeitos, ex-deputados e candidatos a cargos eletivos_ receberam concessões de rádios e TVs educativas.</p> <p>Em seu primeiro pronunciamento pela TV como presidente, Fernando Henrique prometeu pôr fim ao uso político de concessões de radiodifusão e anunciou que elas passariam a ser vendidas em licitações públicas. "O governo não estabelecerá nenhum balcão nem canal algum para a prática do 'toma lá, dá cá'", afirmou.</p> <p>Ele acabou com a distribuição política das emissoras comerciais, tornando obrigatória a venda das concessões por licitação pública. Mas deixou uma porta aberta para a negociação política: as emissoras educativas continuaram sendo concedidas pelo Executivo.</p> <p>Em sete anos e meio de governo, além das 539 emissoras comerciais vendidas por licitação, FHC autorizou 357 concessões educativas sem licitação. Figueiredo distribuiu 634 e José Sarney 958 _basicamente comerciais_ igualmente sem licitação.</p> <p>A distribuição foi concentrada nos três anos em que o deputado federal Pimenta da Veiga (PSDB-MG), coordenador da campanha de José Serra, esteve à frente do Ministério das Comunicações. Ele ocupou o cargo de janeiro de 99 a abril de 2002, quando, segundo seus próprios cálculos, autorizou perto de cem TVs educativas. Pelo menos 23 foram para políticos.</p> <p>A maioria dos casos detectados pela Folha é em Minas Gerais, base eleitoral de Pimenta da Veiga, mas há em São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia, Pernambuco, Alagoas, Maranhão, Roraima e Mato Grosso do Sul.</p> <p><b>Políticos</b></p> <p>O ex-ministro dos Esportes, deputado federal Carlos Melles (PFL-MG), recebeu uma TV educativa para São Sebastião do Paraíso, onde a mulher dele é prefeita. A concessão saiu quando ainda era ministro, em abril de 2001, em nome da Fundação Educacional e Cultural Sudoeste Mineiro.</p> <p>A Fundação Cultural Campos de Minas, de parentes do presidente da Câmara, deputado federal e candidato a governador de Minas Aécio Neves (PSDB-MG), recebeu TV em São João Del Rey.</p> <p>O decreto de concessão foi assinado por FHC, no dia 5 de julho do ano passado. No mesmo dia, o deputado federal Cleuber Carneiro (PFL) recebeu uma TV educativa para a cidade de Januária (sua base eleitoral), no norte de</p>



Minas. A concessão saiu em nome da Fundação Cultural de Januária, dirigida por filhos do deputado.

O deputado federal Bonifácio de Andrada (PSDB- MG), pai do advogado Geral da União, José Bonifácio Borges de Andrada, recebeu concessão de TV para sua cidade, Barbacena, em nome da Fundação José Bonifácio Lafayette de Andrada. O decreto do presidente é de 8 de março deste ano.

Em junho, FHC contemplou o grupo do deputado federal e candidato ao Senado Hélio Costa (PMDB-MG), adversário de Bonifácio Andrada. A TV saiu para Barroso, vizinha a Barbacena, em nome da Fundação Minas Gerais.

Depois de aprovadas pelo Ministério das Comunicações e pelo presidente da República, as concessões passam pelo Congresso, onde são referendadas. A maioria das concessões autorizadas por FHC ainda está no Congresso.

Disputas O deputado federal Nécio Rodrigues (PSDB- MG), presidente da Comissão de Ciência e Tecnologia da Câmara, obteve concessão de TV para sua cidade, Frutal. A outorga foi dada à Fundação Cultural e Artística de Frutal, da qual fazem parte, entre outros, o pai e a sogra do parlamentar.

Para atender a aliados políticos, o governo atropelou outros grupos e empresários que já retransmitiam TVs educativas no interior, amparados em antigas licenças, sem a força legal da concessão. Há situações de conflito em Sete Lagoas e São Sebastião do Paraíso, em Minas Gerais, e também em Petrópolis, no Estado do Rio.

Em Sete Lagoas, três grupos políticos \_do ex-governador Eduardo Azeredo (candidato do PSDB ao Senado), do deputado federal Márcio Moreira (PPB) e do ex-prefeito e candidato a deputado estadual Marcelo Cecé (PTB)\_ controlam a Fundação Educacional Comendador Avelar Pereira de Alencar, que recebeu um canal de TV educativa em abril. Um grupo local, que explora o mesmo canal há dez anos, recorreu à Justiça.

Em São Paulo, pelo menos duas concessões de TV educativa foram dadas à entidades ligadas a políticos: a Fundação Cultural Anhanguera, ligada ao deputado federal André Benassi (PSDB-SP), recebeu concessão para Várzea Paulista. A segunda concessão \_para uma TV em Presidente Prudente\_ foi dada à Fundação Agripino Lima, ligada ao deputado federal Paulo Cesar de Oliveira Lima (PMDB-SP).

A maior parte das emissoras educativas autorizadas por FHC foi para universidades, igrejas e profissionais de radiodifusão, mas grande número foi parar em fundações ligadas a políticos.

A identificação dos políticos favorecidos é difícil porque eles não aparecem como responsáveis pelas fundações na documentação existente nos cartórios e no Ministério Público. Em geral, se fazem representar por parentes, assessores e pessoas de confiança.

A Fundação Quilombo, que recebeu as seis concessões aprovadas para o Estado de Alagoas (cinco rádios e uma TV) tem como presidente a assessora do deputado federal João Caldas (PL-AL), Maria Betânia Botelho Alves. Ela disse que o deputado é o "instituidor" da entidade.

No Maranhão, a Fundação Nagib Haickel, do deputado estadual Joaquim Haickel (PTB), obteve concessões de TV educativa para as duas maiores cidades (São Luís e Imperatriz) e seis rádios.

## ANEXO-CU QUADRO-11 N5-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	30/08/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.812	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Dívida pública dobra na gestão FHC</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Dívida pública bate o 3º recorde seguido</b></p> <p>O endividamento do setor público atingiu valor recorde pelo terceiro mês seguido, segundo dados do Banco Central. Pelos números fechados em julho, as dívidas de União, Estados, municípios e estatais, somadas, representam 61,9% do PIB (Produto Interno Bruto). É o nível mais elevado desde 1991, quando as estatísticas passaram a ser calculadas pela atual metodologia. Em maio, a relação entre dívida e PIB estava em 55,7%, que já era o patamar mais elevado desde 1991. Em junho, chegou a 57,9%.</p> <p>Nos últimos meses, a alta do dólar fez com que o endividamento continuasse a crescer. Em julho, a dívida líquida do setor público cresceu R\$ 69,1 bilhões e chegou a R\$ 819,4 bilhões.</p> <p>Esse aumento foi causado, em grande parte, pela valorização de 20,54% registrada pela moeda dos Estados Unidos. Em janeiro de 1995, no início do primeiro mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso, a dívida líquida do setor público (União, Estados, municípios e estatais) representava 30% do PIB (Produto Interno Bruto). A dívida líquida é formada por tudo o que o setor público deve, descontados créditos que o governo tem a receber. Aproximadamente metade dessa dívida é corrigida pelo dólar. Por isso, as oscilações da cotação da moeda têm forte impacto no endividamento do governo. Entre janeiro e julho, a dívida líquida do setor público cresceu R\$ 158,5 bilhões, sendo que R\$ 135,2 bilhões foram causados pela alta de 48% registrada pelo dólar nesse período.</p> <p><b>Em queda</b></p> <p>O chefe do Departamento Econômico do BC, Altamir Lopes, afirma que, com a queda do dólar ocorrida neste mês -na comparação com as cotações de julho-, a relação entre dívida e PIB cairia para 59% em agosto, se mantendo nesse nível até o final do ano.</p> <p>Lopes diz ainda que não considera um problema o fato de o próximo presidente assumir seu mandato com uma dívida pública dessas proporções. "Se ela estiver estável [em 59% do PIB], vai ser ótimo", afirma. Não existe consenso sobre o nível máximo que a relação entre dívida e PIB possa atingir sem que surjam dúvidas em relação à solvência de determinado país. Em 1998, quando o governo criou o Programa de Estabilidade Fiscal, o objetivo era estabilizar essa proporção em 46,5% a partir de 2001. Essa meta foi abandonada no ano passado.</p> <p><b>Ajuste fiscal</b></p> <p>Para tentar conter a explosão do endividamento, o governo recorre, desde 1998, ao ajuste fiscal. Esse ajuste se traduziu em cortes de gastos e em aumentos de impostos para que o dinheiro economizado pudesse ser usado para abater parte da dívida.</p> <p>Essa economia do governo é chamada de superávit primário (receitas menos despesas, exceto gastos com juros). Entre janeiro e julho, o setor público acumulou superávit de R\$ 32,9 bilhões -equivalente a 4,54% do PIB do</p>

	<p>período. Em julho, o superávit ficou em R\$ 3,9 bilhões.</p> <p>Diante do aumento inesperado da dívida, o superávit primário programado para este ano foi revisto de 3,5% para 3,75% do PIB. Em reais, essa nova meta deve ficar próxima de R\$ 48 bilhões.</p> <p>Embora elevado, o superávit primário registrado entre janeiro e julho não foi suficiente para conter o crescimento da dívida, que passou de R\$ 660,9 bilhões -ou 53,3% do PIB- para R\$ 819,4 bilhões.</p> <p>Por outro lado, um aumento do endividamento não significa que tenha ocorrido um crescimento de igual proporção nos gastos do governo, pois a dívida é paga em várias parcelas ao longo do ano. Em geral, o governo rola as parcelas da dívida que vencem, pagando apenas os juros referentes a esses compromissos.</p> <p>Entre janeiro e julho, as despesas relativas a juros da dívida pública somaram R\$ 51,5 bilhões. Como o superávit primário não foi suficiente para fazer todos esses pagamentos, o setor público ficou com um déficit de R\$ 18,6 bilhões nas suas contas.</p> <p>Para financiar esse déficit, o governo precisa recorrer a novos empréstimos -feitos, em geral, pela emissão de títulos públicos-, o que provoca um aumento da dívida.</p> <p>O problema é que, diante da desconfiança do mercado, o governo está sendo obrigado a reduzir cada vez mais os prazos dos títulos vendidos no mercado nos últimos meses.</p> <p>Para 2003, a expectativa é que os vencimentos da dívida em títulos do governo federal cheguem a R\$ 168 bilhões, sendo que 23% desse total se refere a papéis corrigidos pela variação do dólar.</p>
--	---

## ANEXO-CV QUADRO-11 N6-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	02/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.815	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Crise faz governo priorizar só 6% do Avança Brasil</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Crise financeira emperra Avança Brasil</b></p> <p>Xodó de Fernando Henrique Cardoso, o programa Avança Brasil caminha a passos cada vez mais morosos. A crise financeira avançou mais do que as intenções de Brasília, atropelando-as.</p> <p>Frustrou-se uma das pretensões de FHC: atravessar o último ano de sua gestão cortando fitas em solenidades de inauguração. A penúria alcança canteiros de obras espalhados por todo o país.</p> <p>O Avança Brasil -que continha as principais metas para o segundo mandato- englobava 387 programas. Seriam tocados com prioridade. Representavam, segundo a propaganda oficial, "o início da trajetória rumo ao desenvolvimento".</p> <p>No ano passado, a escassez de verbas levou o governo rever prospecções e cenários. Selecionaram-se, entre os programas prioritários, aqueles que seriam mais prioritários. Foram eleitos 64 dos 387 iniciais.</p> <p>Agora, com o caixa ainda à míngua, o governo viu-se forçado a selecionar o prioritário do prioritário do prioritário. Hoje, encontram-se sob o regime de acompanhamento especial escassas 24 das 387 iniciativas.</p> <p><b>Seletividade</b></p> <p>José Paulo Silveira, funcionário do Ministério do Planejamento que centraliza a gestão do Avança Brasil, diz: "Dados os recursos disponíveis, se você não adota o critério da seletividade, tende a dispersá-los. Aí nem conclui nada, nem contribui para as obras de maior impacto social ou econômico."</p> <p>A idéia não é abandonar os demais projetos, explica Silveira, mas priorizar a injeção de dinheiro nos 24 eleitos. "Como engenheiro, lamento quando uma obra diminui de ritmo. Mas é motivo de satisfação ver o governo trabalhando, pela primeira vez, num plano que não é descontinuado. Ora acelera, ora diminui o ritmo, sempre respeitando o equilíbrio fiscal."</p> <p>A estratégia do governo levou inquietude à direção das empreiteiras. Pela lei, os pagamentos de obras públicas devem obedecer à ordem cronológica das medições. Receia-se que a prioridade a certos projetos leve a Esplanada dos Ministérios a furar a fila.</p> <p>O empreiteiros começaram a se mexer. Em carta ao ministro dos Transportes, o peemedebista João Henrique de Almeida, a Aneor (Associação Nacional das Empresas de Obras Rodoviárias) abandonou a sutileza.</p> <p>Diz um trecho do texto: "(...) renovamos a profunda preocupação das nossas [empresas] associadas ante a concreta alteração da ordem cronológica dos pagamentos, com ofensa indiscutível aos princípios constitucionais da isonomia e da legalidade que devem pautar a atividade da administração pública".</p>

A carta é assinada por José Alberto Pereira Ribeiro, presidente da Aneor. Data de 22 de agosto. É a segunda correspondência enviada ao ministro João Henrique em menos de um mês. A entidade ameaça ir à Justiça, se necessário.

#### **Vinculações orçamentárias**

O que deixou o empresariado de cabelo em pé foi uma mensagem interna da Secretaria do Tesouro Nacional, órgão que pende da pasta da Fazenda.

O texto, de 24 de junho, cria "novas vinculações" orçamentárias. O objetivo seria o de exercer "maior controle dos pagamentos de programas estratégicos". Menciona-se uma lista de um a 24, justamente as iniciativas prioritárias do Avança Brasil.

Ainda que bem intencionada, dizem os empreiteiros, a mensagem do Tesouro concederia poder discricionário aos órgãos que, na ponta da linha, realizam os pagamentos. Um perigo, sobretudo em ano eleitoral.

Ouvido, o ministro dos Transportes afirma que as obras sob responsabilidade de sua pasta estão divididas em listas divulgadas na internet.

"Aqui e ali corre o boato de que estão mexendo na lista", diz João Henrique. "Mas não se fez nenhum pagamento fora da ordem cronológica. Isso para mim é sagrado".

Resta uma dúvida no ar. Se o que se deseja não é beneficiar os 24 projetos do Brasil em Ação, qual o sentido da mensagem do Tesouro Nacional? Questionada, por telefone e por escrito, a repartição do Ministério da Fazenda preferiu o silêncio.

#### **Dinheiro escasso**

O passivo do Ministério dos Transportes é de R\$ 700 milhões. Há faturas de 2001 que ainda não foram pagas. Desde julho, o governo vem aplicando R\$ 200 milhões mensais para tentar desbasta o débito.

É como se enxugasse gelo. À medida que faturas velhas vão sendo liquidadas, novas contas cruzam os guichês do ministério. "É complicado", resigna-se João Henrique.

Dinheiro, de fato, é coisa cada vez mais escassa em Brasília. O orçamento de 2002 prevê gastos de R\$ 26,8 bilhões nos 64 projetos do Avança Brasil que vinham sendo considerados prioritários antes da elaboração da lista que os reduziu a 24.

Até julho, emitiram-se empenhos correspondentes a 55,7% desse total. Mas só 37,4% foram efetivamente pagos.

Para facilitar o controle gerencial, os 64 projetos foram subdivididos em 237 ações administrativas. Dessas, 31 estavam totalmente paralisadas em julho.

As razões são variadas. A falta de pagamento é uma delas. Há também problemas de natureza ambiental e indícios de irregularidades detectados pelo TCU (Tribunal de Contas da União).

Na última terça-feira, encerrou-se um ciclo de reuniões com assessores dos candidatos à Presidência no Ministério do Planejamento. Eles foram apresentados à filosofia que permeia o Avança Brasil.

	<p>Se quiser, o próximo presidente pode virar do avesso a lista de prioridades elaborada sob FHC.</p> <p>"Pode, mas não creio que faça isso", opina José Paulo Silveira. "A receptividade das quatro assessorias dos candidatos à metodologia foi muito boa".</p>
--	---

## ANEXO-CW QUADRO-11 N7-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	05/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.818	Dinheiro
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Governo socorre aéreas com R\$ 1 bi</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Empresas de aviação ganham até R\$ 1 bi</b></p> <p>O governo anunciou um pacote de ajuda às companhias aéreas brasileiras que pode chegar a R\$ 1 bilhão. O objetivo do pacote, que vem sendo negociado há quase um ano com as empresas, é tentar aliviar a crise do setor, que piorou após os atentados nos EUA.</p> <p>A mais importante das medidas é o perdão de uma dívida de cerca de R\$ 500 milhões (mas o perdão pode ser maior) em PIS e Cofins que as empresas têm com a União. A ajuda às aéreas, ironicamente chamada de "Proar" (em referência ao Proer, que cobriu o rombo de bancos quebrados) será baixada em medida provisória que deve ser publicada hoje no "Diário Oficial" da União.</p> <p>A esse valor somam-se R\$ 300 milhões que as empresas vão economizar com as despesas do seguro por danos causados a vítimas em terra de atentados aéreos terroristas e de guerras. Todo o risco foi assumido pela União. Do pacote faz parte também um alívio tributário de R\$ 68 milhões (que pode ser maior), em isenção de Imposto de Renda e do IOF (Imposto sobre Operações Financeiras) no seguro.</p> <p>"O setor de aviação não está recebendo privilégio. É um setor que passa por dificuldades no mundo todo. A indústria de aviação não tem culpa pelo terrorismo e todos os países adotaram medidas de apoio depois de 11 de setembro. O Brasil está tomando medidas justificadas para dar às companhias aéreas brasileiras isonomia em relação às estrangeiras", afirmou o ministro Sergio Amaral (Desenvolvimento).</p> <p>"As empresas vão poder contar com recursos, inclusive do BNDES, sempre que precisarem. Mas recomendei a elas que façam uma reestruturação do setor", disse. Sobre o perdão da dívida de R\$ 500 milhões, ele explicou que o perdão foi dado para corrigir a falta de isonomia entre as companhias brasileiras e as estrangeiras.</p> <p>Entre 1988 e 1999 as companhias brasileiras eram obrigadas a pagar PIS/Cofins sobre passagens aéreas e cargas, mas não repassaram o que recolheram ao governo. Preferiram entrar na Justiça contestando o fato de terem de pagar os tributos enquanto empresas estrangeiras eram isentas. Com a decisão de ontem, o governo reconhece que a situação de fato representava uma desigualdade de condições de competição. "Esse passivo [a dívida do PIS/ Cofins] está sendo perdoado", afirmou o ministro. Segundo ele, "essa medida é muito importante nesse momento, especialmente porque a Varig faz uma renegociação de suas dívidas".</p> <p>No caso do seguro para vítimas de atentados terroristas, ele passou a ser obrigatório após os atentados de 11 de setembro. As companhias aéreas brasileiras tinham de fazer o seguro equivalente aos riscos de até US\$ 150 milhões. O que ultrapassasse este valor e chegasse a no máximo US\$ 800 milhões era bancado pelo governo.</p> <p>Desde agosto, elas não precisam bancar risco algum, e o governo cobrirá eventos de até US\$ 1 bilhão. Ainda não está decidido se o governo contratará um seguro para cobrir este risco.</p> <p>No campo tributário, o maior alívio para as empresas aéreas vem da isenção do Imposto de Renda Retido na Fonte até dezembro de 2003 e também das operações de leasing, uma economia anual de R\$ 50 milhões. A redução de 7,05% para zero na alíquota de IOF no seguro de</p>

	<p>responsabilidade civil resultará em alívio de R\$ 18 milhões. Houve mudança também na cobrança de PIS/Cofins sobre o pagamento de querosene para aviação. Antes, apenas as empresas aéreas brasileiras eram obrigadas a pagar. Agora, as estrangeiras também são. A cobrança passa a ser feita na refinaria e não na distribuição. As brasileiras não ganham diretamente com essa medida, mas são beneficiadas pela isonomia de condições. Haverá também ampliação dos casos de isenção de Imposto de Importação de partes e peças de aviões. A decisão sairá no dia 9 de setembro.</p>
--	--



## ANEXO-CX QUADRO-11 N8-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	06/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.819	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Oposição ataca governo por novo acerto com FMI</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Oposição reage a acordo com FMI e rompe trégua com FHC</b></p> <p>A divulgação anteontem da íntegra do Memorando de Entendimento entre o governo brasileiro e o FMI (Fundo Monetário Internacional) rompeu a relativa trégua obtida pelo presidente Fernando Henrique Cardoso com os três principais presidenciáveis da oposição, quando se reuniu com eles no dia 19 de agosto.</p> <p>A principal crítica da oposição é ao fato de que o memorando de entendimentos deixa claro que o superávit fiscal primário (receitas menos despesas do governo, excluídos os juros) será maior do que o inicialmente acertado com o Fundo e comunicado aos candidatos por FHC.</p> <p>"Não fomos informados disso. Fiquei surpreso quando vi a notícia", afirmou o candidato petista Luiz Inácio Lula da Silva em São José dos Campos (SP). "O perigo que nós corremos é que o governo esteja num fim de festa, de mandato, deixando as coisas acontecerem. Isso é ruim para o Brasil."</p> <p>Em visita a Jacarezinho (PR), onde fez comício patrocinado pela dissidência do PFL do Paraná ontem à noite, Ciro Gomes foi mais contundente e concentrou seu ataque em Serra. "O candidato do governo foi para televisão várias vezes, dizer que apoiava com entusiasmo o acordo com o FMI porque ele não trazia sacrifícios adicionais", disse.</p> <p>"Eu fui estudar o memorando e encontrei mais preciosidade, além do superávit extra: uma afirmação do governo brasileiro de que voltará a tentar descontar dos aposentados, o que contraria a Constituição brasileira, além de ser uma ser uma perversidade", acrescentou Ciro.</p> <p>Segundo o candidato, a democracia brasileira está "em observação". Ele disse que irá conversar com Lula e Anthony Garotinho (PSB) sobre o assunto. "Eu estou inquieto com isso, as condições da disputa estão ficando profundamente desequilibradas", disse.</p> <p><b>Meta maior</b></p> <p>Pelas contas do deputado Aloizio Mercadante (PT-SP), principal porta-voz econômico do partido, a meta de superávit para o primeiro semestre de 2003 (ou seja, para os primeiros seis meses do novo governo) é 8,65% superior ao resultado efetivamente obtido no primeiro semestre deste ano.</p> <p>A tese reforça a nota oficial divulgada ontem por Mauro Benevides Filho e Luiz Alberto Rabi Jr., economistas da equipe Ciro: "Diferentemente do que afirmou reiteradas vezes o candidato governista à Presidência da República, José Serra, o novo empréstimo a ser celebrado com o FMI implica sacrifícios adicionais à população brasileira", escrevem.</p> <p>Tito Ryff, economista de Garotinho, faz eco: "O memorando inclui compromissos que reduzem muito a margem de manobra do próximo governo", disse.</p>

	<p>Além das restrições econômico-financeiras, centradas no aumento do superávit fiscal previsto, a crítica da oposição dirige-se também ao fato de que, nas reuniões no Palácio com todos os candidatos, esse dado não foi tratado assim como outros tópicos.</p> <p>A <b>Folha</b> conferiu no Palácio do Planalto e verificou que, de fato, os opositoristas têm razão: o único número de superávit fiscal anunciado no encontro com os candidatos foi o 3,75% do PIB.</p> <p>Não foi mencionado nem o aumento para 3,88% anunciado anteontem pela equipe econômica nem o fato de que a economia maior do governo se estenderá aos primeiros seis meses da futura administração. "É um erro grave", diz Mercadante.</p> <p>Mas há mais reparos técnicos.</p> <p>O deputado petista, por exemplo, queixa-se de que o aumento do superávit exigido pelo novo acordo se dá justamente em uma conjuntura interna de desaceleração da economia (o que significa menos receita para o governo) e em um quadro internacional de dificuldades e incertezas.</p> <p>Mercadante menciona ainda o fato de que parte das receitas deste ano não se repetirá no ano que vem, como é o caso da arrecadação de impostos sobre fundos de pensão ou os pagamentos de impostos via Refis (programa de refinanciamento de dívidas).</p> <p>O economista petista Guido Mantega diz ainda que o aumento do superávit fiscal já neste ano deve comprometer investimentos do próximo governo. "A conta será paga pela próxima gestão".</p> <p>Em sua nota, os economistas de Ciro atacam, em especial, a exigência de cobrança de contribuições previdenciárias de servidores aposentados: "Além de perversa e injusta, a proposta afronta a Constituição", diz o texto. O governo FHC de fato tentou várias vezes, sem êxito, mudar a Constituição para estabelecer a contribuição dos aposentados.</p> <p><b>Privatizações</b></p> <p>Tito Ryff, da campanha de Garotinho, cita ainda o fato de que o acordo prevê privatização dos bancos estaduais hoje federalizados. "Privatizar bancos não faz parte dos nossos planos", diz.</p> <p>De novo, a <b>Folha</b> apurou, no Planalto, que o tema privatizações tampouco constou das conversas entre FHC e os candidatos.</p> <p>Críticas e restrições à parte, nenhuma das três candidaturas opositoristas fala em romper o acordo com o Fundo.</p> <p>O documento dos economistas de Ciro reafirma o compromisso "com o respeito aos contratos, com a estabilidade da moeda e com a responsabilidade fiscal". Mas diz que "a forma de praticar estes valores será aquela que conforme o novo Projeto Nacional de Desenvolvimento que estamos debatendo com a sociedade".</p> <p>Mercadante é cauteloso na sua avaliação: "Não vamos tomar nenhuma atitude abrupta".</p> <p>A reação dos candidatos tem, como é natural, um componente eleitoral, qual seja o de responsabilizar o governo e, por extensão, seu candidato pelas medidas adicionais previstas no acordo. Mas representa igualmente uma</p>
--	---

	<p>espécie de duplo habeas-corpus preventivo, um junto ao público em geral e outro junto ao mercado.</p> <p>A propósito de ambos, diz o deputado Mercadante: "Não podemos criar expectativas que podem não se realizar". Ou seja, a oposição não quer deixar a impressão, aos agentes de mercado, que os 3,88% de superávit primário prometido pelo governo FHC para o que resta de 2002 é uma meta a ser seguida em 2003.</p> <p>Ao mesmo tempo, já sinaliza para o público que as promessas talvez não possam ser cumpridas, ao menos no primeiro ano, por culpa não do novo governo, mas da situação legada pelo atual.</p>
--	--

## ANEXO-CY QUADRO-11 N9-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	07/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.820	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Candidatos sabiam de ajuste, afirma Malan</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Candidatos sabiam do ajuste, diz Malan</b></p> <p>O ministro Pedro Malan (Fazenda) reafirmou ontem, em carta à <b>Folha</b>, que os principais candidatos à Presidência sabiam da decisão do governo de elevar o aperto fiscal neste ano.</p> <p>Segundo a versão de Malan, já apresentada na entrevista de quarta-feira para anunciar o novo acordo com o FMI (Fundo Monetário Internacional), a informação foi transmitida nos encontros do dia 19 de agosto entre os candidatos e o presidente Fernando Henrique Cardoso.</p> <p>Conforme a <b>Folha</b> noticiou ontem, os candidatos da oposição dizem não terem sido informados de que o íosuperávit primár -a parcela das receitas destinada ao pagamento de juros- subiria, em 2002, de 3,75% para 3,88% do PIB -o equivalente a R\$ 50,35 bilhões.</p> <p>Pelas explicações do ministro da Fazenda, nos encontros de FHC com Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Ciro Gomes (PPS), José Serra (PSDB) e Anthony Garotinho (PSB) foi dito apenas que haveria um ajuste adicional neste ano, sem menção a números.</p> <p>"Nenhum deles pediu detalhes sobre o ajuste adicional em 2002", afirma Malan na carta. A razão, segundo o ministro, é que a preocupação principal do encontro era relatar os termos do acordo com o FMI referentes a 2003, primeiro ano do mandato do próximo presidente.</p> <p>Para o ano que vem, o superávit primário exigido pelo acordo é de 3,75% do PIB, patamar já previsto no Orçamento da União. O acordo estabelece ainda que os projetos da Lei de Diretrizes Orçamentárias para 2004 e 2005 estipulem o mesmo objetivo.</p> <p>"Os candidatos e seus assessores, portanto, estão certos quando dizem que na audiência com o presidente foram avisados do ajuste adicional em 2002", diz Malan. "E estão certos também quando dizem que na mesma ocasião não foram informados da magnitude precisa desse ajuste", completa. O ministro argumenta ainda que o atual governo, "legitimamente constituído", não tem a obrigação de negociar com os candidatos os resultados da política fiscal no último ano de seu mandato.</p> <p>Na conclusão da carta do ministro, destaca-se que nas conversas com os presidenciáveis foi debatido detalhadamente o planejamento fiscal para 2003, em que 59% do resultado fiscal prometido ao FMI deve ser obtido no primeiro semestre.</p> <p>Isso demonstra, segundo o raciocínio do ministro da Fazenda, que o interesse principal das reuniões eram os compromissos relativos ao primeiro ano do próximo governo.</p> <p>Quando anunciou a nova meta de superávit primário para 2002, na última quarta, Malan e seus assessores causaram confusão ao explicar por que</p>

	<p>havam dito, no mês passado, que não haveria um ajuste adicional.</p> <p>Em entrevista realizada em 8 de agosto, 11 dias antes dos encontros com os presidentes, a equipe econômica divulgou que o acordo com o FMI não implicava sacrifícios extras.</p> <p>Como justificativa para a informação, Malan afirmou que, naquele momento, ainda faltavam detalhes a serem fechados para a elevação do superávit. Já seu secretário-executivo, Amaury Bier, disse que a meta já estava definida antes de 8 de agosto.</p>
--	---

## ANEXO-CZ QUADRO-11 N10-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	11/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.824	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>“Não é fácil governar o Brasil”, admite FHC</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC se corrige e afirma não ser fácil governar o Brasil</b></p> <p>Em um discurso de mais de uma hora em Manaus (AM), em tom de despedida, o presidente Fernando Henrique Cardoso disse ontem que, ao contrário do que afirmou no início de seu governo, não é fácil governar o Brasil.</p> <p>"Não é fácil governar este país tão grande. Logo que eu iniciei o governo, eu disse que era fácil governar o Brasil. Talvez tivesse que refazer o que disse. Mas posso lhes assegurar também que não é tão difícil assim."</p> <p>"Sobretudo não é tão difícil se nós compararmos, e eu não vou comparar, com outras situações pelo mundo, porque bem ou mal, apesar das diferenças, de região, de riqueza, algumas até inaceitáveis, de renda, até mesmo de nível cultural, existe neste país, e esta região é o exemplo mais generoso disso, uma disposição de cooperar. Nós, naturalmente, temos muitos conflitos. Quem, em política, não tem conflitos?"</p> <p>O presidente, que participou da abertura da 1ª Feira Internacional da Amazônia, em Manaus, também defendeu o diálogo como a melhor forma de resolver os conflitos e ressaltou que essa prática foi constante em seu governo.</p> <p>FHC afirmou que nunca permitiu que os conflitos se transformassem em crises institucionais. "Nunca vi no calor das palavras a labareda das armas de fogo. Nunca houve isso. E quando o calor é só das palavras, há outras palavras que arrefecem o calor. E há sempre formas de diálogo e de entendimento."</p>

## ANEXO-DA QUADRO-11 N11-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	14/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.827	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Serra não declarou empresa à Justiça</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Serra omitiu empresa à Justiça Eleitoral</b></p> <p>O presidenciável José Serra omitiu em três declarações de bens apresentadas à Justiça Eleitoral -1994, 1996 e 2002- sua participação na ACP Análise da Conjuntura Econômica e Perspectivas Ltda. Segundo registro em cartório, a sede da empresa funciona em um imóvel da Gremafer Comercial e Importadora Ltda., cujo dono é Gregorio Marin Preciado, empresário que está sendo investigado pelo Ministério Público Federal.</p> <p>De acordo com a lei eleitoral, no momento em que registram suas candidaturas, os políticos são obrigados a apresentar uma declaração com os bens que possuem. Serra não cumpriu essa exigência quando se candidatou ao Senado, em 1994, à Prefeitura de São Paulo, em 1996, e à Presidência, neste ano.</p> <p>A omissão de dados em declarações apresentadas à Justiça Eleitoral, no entanto, não configura crime eleitoral. O objetivo desse documento é ter um registro dos bens do candidato antes de ele assumir cargo eletivo, um parâmetro para, em caso de necessidade, poder comparar se ele se beneficiou indevidamente do mandato.</p> <p>A ACP foi criada em 04 de novembro de 1993. Segundo contrato social registrado no 3º Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas de São Paulo, o objetivo da empresa é: "prestação de serviços em cursos, seminários e palestras sobre análise de conjuntura e de perspectivas econômicas brasileira e internacional".</p> <p>Os sócios são: José Serra e Veronica Allende Serra, filha do presidenciável. O capital social em valores atualizados é de R\$ 2 mil.</p> <p>Em 1995, ano em que Serra assumiu seu mandato no Senado, houve uma alteração do contrato, pela qual ele passou totalmente a administração da empresa para Veronica, que também assumiu a condição de única autorizada a fazer retiradas de pró-labore.</p> <p>"Não há crime de falsidade ideológica. Já há jurisprudência no TSE (Tribunal Superior Eleitoral). Se a mesma omissão for repetida em outras declarações, isso precisa ser avaliado sob as regras próprias", afirma o advogado Henrique Neves, especialista em direito eleitoral.</p> <p>Ainda assim, o assunto é controverso. O advogado Marcelo Ribeiro, que endossa a tese de que omitir bens por si só não é crime, diz que, se a informação não declarada for prejudicial à sociedade, o assunto pode ser reavaliado. Ribeiro cita como exemplo um candidato que omite da Justiça Eleitoral o fato de ser proprietário de um banco falido, cheio de credores.</p> <p>É preciso conferir, por exemplo, se a empresa ACP consta da declaração de renda entregue por Serra à Receita Federal. O documento é sigiloso. Casado com uma prima de Serra, Marin conseguiu, numa operação realizada em 1995, uma redução de dívida de pelo menos R\$ 73,71 milhões nos</p>

	<p>débitos de suas empresas Gremafer e Aceto com o Banco do Brasil. Reportagem da <b>Folha</b> publicada em maio deste ano mostra documentos do BB em que a ajuda ao empresário contou com "operações heterodoxas" e "atípicas".</p> <p>Na ocasião, o economista Ricardo Sérgio de Oliveira era diretor da Área Internacional do BB. Oliveira também está sendo investigado pelo Ministério Público porque teria facilitado a renegociação da dívida que beneficiou o empresário Marin.</p> <p>Ricardo Sérgio arrecadou recursos para as campanhas de Serra em 1994 e 1996. E, para as do presidente Fernando Henrique Cardoso, em 1994 e 1998.</p> <p><b>Comitê</b></p> <p>Conforme dois vizinhos do imóvel e um segurança da rua, onde está localizada a casa, o local funcionou como um dos comitês de Serra em 1994 e 1996. Eles disseram que até 2000, a mulher de Serra, Mônica, ainda frequentava o imóvel. Há cerca de seis meses, a senhora encarregada da manutenção da casa, Dona Dora, deixou o imóvel. As declarações dos vizinhos foram gravadas pela Folha.</p>
--	--



## ANEXO-DB QUADRO-11 N12-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	17/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.830	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Rumor de crescimento de Lula faz Serra mudar</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Serra reage a rumor sobre vitória de Lula e radicaliza ataques ao PT</b></p> <p>A possibilidade de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) liquidar a eleição já no primeiro turno -hipótese que agitou o mercado financeiro ontem- levou a campanha de José Serra a antecipar e intensificar os ataques ao petista. Segundo avaliação feita no comitê de Serra, a alta do dólar ontem se deveu à percepção dos agentes do mercado de que todos os candidatos teriam caído e Lula subido nas pesquisas, o que levaria a eleição às portas de uma decisão no primeiro turno.</p> <p>O nervosismo do mercado financeiro contaminou a campanha de Serra. Ontem o dólar fechou cotado a R\$ 3,217, alta de 1,8%. A ordem no comitê de Serra agora é "bater no Lula", numa inversão da estratégia anterior que era "debater o Lula".</p> <p>A estratégia de "debater o Lula" previa uma escalada crescente, cujo clímax ocorreria no final do segundo turno. A mudança já deve ser sentida nos programas de rádio e TV de hoje.</p> <p>Serra passou a tarde discutindo com sua equipe de campanha em São Paulo. Um dos alvos na mira dos tucanos é o procurador Luiz Francisco de Souza, que retomou um antigo caso que envolve amigos e contraparentes de Serra.</p> <p><b>Gravações</b></p> <p>O comitê do tucano dispõe de gravações que revelariam o grau de envolvimento do procurador com o PT. Mas no final da tarde de ontem ainda não havia decisão se essas gravações já seriam utilizadas nos programas de hoje.</p> <p>Por outra vertente, devem ser questionados a coerência de Lula e os dados que o PT apresentou em seu programa de governo. Exemplo: em seu programa, o PT diz que pretende criar empregos em número suficiente para absorver quem está desempregado e os jovens que entram no mercado de trabalho. Anualmente, esse número é de 1,5 milhão de jovens, ou seja, 6 milhões em quatro anos. Como Lula tem dito que vai criar 10 milhões de empregos, isso implicaria reconhecer que o número de desempregados é de 4 milhões.</p> <p>Outro aspecto discutido ontem se refere às promessas que Lula tem feito para conquistar o apoio de militares e servidores públicos, entre outros, e classificadas de oportunistas pelos tucanos.</p> <p>No que se refere aos servidores (civis e militares), o comitê de Serra trabalha com os números do último PNAD: a renda média dos trabalhadores de fato caiu, mas a dos servidores públicos aumentou 2% no período compreendido entre 1999 e 2001.</p> <p>Para a campanha tucana, Lula recorre hoje à mesma técnica de FHC na eleição de 98: evitar o debate. Para o PSDB, atualmente, o ideal é que Ciro e Anthony Garotinho (PSB) não caíssem mais ou Serra voltasse a subir nas pesquisas. Ou que o quadro atual fosse congelado, com Serra em segundo. Avalia-se até que o trabalho de "desconstrução" de Ciro tenha ido além do que eles queriam.</p>

## ANEXO-DC QUADRO-11 N13-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	20/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.833	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC dá computador de prêmio a aluno de região sem energia</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC dá computador a menino que mora em cidade sem luz elétrica</b></p> <p>O estudante da 5ª série Leonardo Fernandes da Rocha, 11, ganhou um computador de Fernando Henrique Cardoso ao vencer, com outros 26 alunos, um concurso nacional de frases promovido pelo Ministério da Educação. O micro não poderá ser usado. Na casa de Leonardo, na zona rural de São João a Ponte (MG), não tem luz.</p> <p>Leonardo vive em um lugarejo na zona rural de uma região pobre do norte de Minas Gerais com cinco irmãos. "Estudar é ter certeza [de] que conquistaremos algo que ninguém poderá nos tirar", foi a frase vencedora. Leonardo viajou até Brasília para receber o prêmio das mãos de FHC no último dia 7 de setembro. Sem poder usar, agora ele já pensa em vender o computador para ajudar a família.</p> <p>Onde Léo vive não há energia elétrica. Ele mora em uma pequena casa de quatro cômodos com o pai, lavrador, a mãe, dona-de-casa, e os irmãos -a última com apenas 15 dias de vida. Além da falta de luz, as camas não são suficientes para todos.</p> <p>O outro motivo é que o menino deseja comprar um lote na sua cidade para construir uma casa melhor para a família. Um computador do tipo que ele ganhou vale cerca de R\$ 1.500. "É um lote pequeno", disse Léo à Agência Folha, pelo telefone público instalado na escola que estuda, na zona urbana de São João da Ponte Além do micro, Léo ganhou ainda uma viagem para a Chapada dos Guimarães e o Pantanal. Mas outro "prêmio" ele pode conseguir. A Cemig (Companhia Energética de Minas Gerais) poderá levar luz elétrica até Salto. "Já existe um projeto da prefeitura, mas ele depende da Cemig. Com a divulgação da história do Léo, a Cemig já se pronunciou. Vai ser muito bom para o pessoal de lá", disse a professora de português do menino, Aline Cássia Dantas Antunes, 23.</p> <p>Sobre FHC, Léo disse: "Ele é importante porque comanda o Brasil; manda melhoria para todos os cidadãos". O pai de Léo, segundo a professora, vive do trabalho na lavoura e do Bolsa-Escola (R\$ 45) para manter três filhos na escola.</p>

## ANEXO-DD QUADRO-11 N14-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	24/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.837	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC faz críticas a ‘falso nacionalismo’</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>‘Não aceitamos um falso nacionalismo’, afirma FHC</b></p> <p>O presidente Fernando Henrique Cardoso fez ontem, na abertura da Expo Abras (a feira anual do setor supermercadista), um discurso de ataque ao que ele chamou de "falso nacionalismo" de setores que querem outro modelo de desenvolvimento.</p> <p>"Não aceitamos um falso nacionalismo que leve o país para trás. O nosso nacionalismo é o de um país que quer ser grande para o seu povo, e não para alguns aproveitadores de slogans", afirmou.</p> <p>Em pouco mais de meia hora de discurso, FHC não citou nomes, mas enfatizou que o modelo econômico para o país não pode "olhar para o passado só" e nem trazer de volta mecanismos de política econômica baseados em barreiras tarifárias para proteger a indústria nacional.</p> <p>Em entrevista publicada ontem pela <b>Folha</b>, o empresário Eugênio Staub, 60, um dos mais conhecidos defensores da adoção de mecanismos de política industrial, declarou seu apoio ao candidato Luiz Inácio Lula da Silva, do PT.</p> <p><b>CRÍTICAS INFUNDADAS</b> - "Ficamos muito satisfeitos em poder ter acompanhado o desenvolvimento do setor de supermercados (...) É uma demonstração do dinamismo da nossa economia (...) Isso é um bom antídoto para tantas críticas infundadas, tanta demonstração de ignorância sobre o que acontece realmente na economia brasileira a que a gente assiste a cada dia, até com certa, eu diria, pena, de ver repetirem-se uma série de jargões que não correspondem absolutamente aos processos reais."</p> <p><b>ESCASSEZ</b> - "É claro que em matéria econômica é sempre possível apontar problemas. Aliás, economia é a ciência da escassez (...) Se tivéssemos que administrar a abundância, não haveria o que fazer."</p> <p><b>CEGUEIRA</b> - "Uma coisa é a divergência honesta sobre qual é o melhor caminho a seguir. Outra coisa é manipulação de dados para mostrar que não há caminho, que está tudo indo mal, que está tudo piorando (...) Pode-se até divergir sobre os fatos. O fato em si mesmo não explica muito a coisa. É preciso contextualizá-lo (...) A única coisa que não ajuda é a cegueira. É quando se põe poeira na frente dos olhos. E o pior: quando se põe poeira na frente dos olhos do povo, e fica uma sensação de que não estamos caminhando."</p> <p><b>CRESCIMENTO</b> - "O crescimento da economia não foi o que se desejava. Que não foi o que se desejava, é verdade, mas não foi por causa da inflação, foi por outros fatores. Ainda assim, de 1993 a 2001, é só fazer os cálculos, o crescimento acumulado foi de 31%. Ninguém faz cálculos quando é a favor (...) Porque a média foi 2,7%, 3%... É baixa para o que nós queremos, mas foi contínua."</p> <p><b>OUTRO LADO</b> - "Até há quem fale de um outro modelo. Que modelo seria esse? Com obstáculos ao desenvolvimento? O que estamos fazendo é retirar</p>

	<p>os obstáculos ao desenvolvimento. Querem colocar? Querem um modelo desfavorável ao investimento? Como é que cresce, se o modelo não for favorável ao investimento? Querem aumentar a exclusão? Porque nós estamos é aumentando a inclusão (...)Não há um só indicador social, de acesso por parte da população, que não vá na direção da universalização."</p> <p><b>NACIONALISMO</b> - "Não aceitamos um falso nacionalismo, que leva o país para trás. O nosso é o nacionalismo de um país que quer ser grande para o seu povo e não grande para alguns aproveitadores de slogans."</p> <p><b>INFLAÇÃO</b> - "É fundamental manter a inflação sob controle. Se se imagina um outro modelo no qual a inflação não esteja sob controle, pobre povo! Porque quem paga o descontrole da inflação é o mais pobre. Só que paga sem saber o que está pagando. É o sofrimento diário. E aí é fácil expandir gastos sem nenhum controle."</p> <p><b>INVESTIMENTO</b> - "Recebemos, nos anos do real, US\$ 150 bilhões sob a forma de investimentos diretos no setor produtivo. Quando eu era ministro da Fazenda (1993/ 1994) nós recebíamos US\$ 1 bilhão no primeiro ano e US\$ 2 bilhões no segundo (...) É uma mudança qualitativa extraordinária."</p> <p><b>QUASE SUICÍDIO</b> - "Sem dúvida, seria um quase suicídio pensar em fechar a economia outra vez, em fazer barreiras tarifárias e fazer com que haja algum setor protegido no Brasil. Protegido para quê? Para enriquecer o dono da empresa e empobrecer o trabalhador, que vai ter que comprar o produto mais caro e de pior qualidade. Esse tipo de desenvolvimento não quero para o Brasil."</p> <p><b>PASSADO</b> - "O Brasil precisa ter força própria. E força própria é capacidade de discernir, de escolher, mas não pode ser a capacidade de olhar para o passado só. O passado nos inspira para que possamos guardar o que dele foi bom e corrigir o que dele foi ruim. Mas ele não pode ser um peso para impedir que o Brasil enfrente o desafio do mundo atual."</p> <p><b>IGNORÂNCIA</b> - "A ignorância é a mão da pobreza. Não é possível avançar sem competência. Não é possível avançar sem que se tenha coragem de dizer as coisas como elas são."</p>
--	---

## ANEXO-DE QUADRO-11 N15-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	27/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.840	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Presidenciáveis irritam Argentina</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC diverge de Serra em declarações sobre Mercosul</b></p> <p>A dez dias do primeiro turno das eleições, o presidente Fernando Henrique Cardoso divergiu publicamente das declarações do candidato governista à Presidência, José Serra (PSDB-PMDB), sobre a importância e o futuro do Mercosul. Em duas cerimônias oficiais com o presidente argentino, Eduardo Duhalde, FHC defendeu enfaticamente a "chama do Mercosul" diante do que chamou de "céticos" e "pessimistas" e disse ter certeza de que seu sucessor dedicará a mesma atenção à aliança com o vizinho.</p> <p>Anteontem, em entrevista ao jornal "O Estado de S.Paulo", Serra disse que o Mercosul "não deu certo" porque o Brasil fez concessões demais aos parceiros.</p> <p>Ele chamou de "monstruosidade" o Tratado de Ouro Preto, que estabeleceu a união aduaneira do Mercosul. Ainda segundo o candidato tucano, a Argentina sempre "pula para trás e a gente aceita", o que inviabiliza ir além da zona de livre comércio.</p> <p>"Como presidente do Brasil, dediquei muitas horas do meu dia-a-dia à Argentina, à construção da nossa aliança estratégica, ao fortalecimento da nossa confiança. Continuarei pela vida afora com essa dedicação e tenho certeza de que, dentro de poucos meses, meu sucessor estará fazendo o mesmo", disse FHC, em brinde a Duhalde no Itamaraty.</p> <p>Brasil e Argentina celebraram três acordos ontem, considerados "históricos" por FHC devido às crises financeiras dos dois países: um entendimento de temas econômicos e comerciais, a revisão do acordo automotivo e um convênio de créditos recíprocos entre os dois bancos centrais.</p> <p>O presidente tratou as cerimônias de ontem como uma demonstração de força dos dois países. Ele fez questão de dizer que reiterava, diante da imprensa brasileira, argentina e internacional, que os dois países vão "continuar juntos" nos objetivos, que incluem a "recuperação" de ambas economias. Duhalde agradeceu FHC, em público e reservadamente, pelo apoio expressivo nos momentos de "decadência" da economia de seu país.</p> <p>"A cooperação Brasil-Argentina não comporta nem pessimismo nem medo ou desânimo diante das adversidades", disse FHC. Para ele, os acordos "servem de resposta aos céticos e pessimistas".</p> <p>"Num momento de tanta dificuldade, em que tão poucos acreditavam que nós fôssemos capazes de levar adiante nossas negociações e de manter viva a chama do Mercosul, o documento ora firmado mostra, mais uma vez, que Brasil e Argentina são capazes de resolver suas questões comerciais, ainda que dentro de conjunturas muito desfavoráveis."</p> <p>FHC afirmou que foi discutida, na reunião privada com a delegação argentina, a possibilidade de fazer a "limpeza da mesa" antes do fim de seu mandato, ou seja, concluir todas as negociações pendentes com Argentina. "Quem sabe nós</p>

	<p>possamos antecipar o livre comércio, num momento em que todos pensavam que era quase impossível manter esse tipo de negociação firme."</p> <p>Em posicionamento contrário, Serra disse anteontem que pretende, se eleito, desacelerar o processo de integração dos dois países porque considera que as etapas estariam sendo atropeladas. "Quiseram fazer em quatro anos o que a União Européia fez em 40", disse Serra anteontem. Outro ponto em que o presidente e o candidato governista discordam é a possibilidade de acordos comerciais entre o Brasil e países fora do bloco, como, por exemplo, a Índia.</p> <p>O presidente não deixou dúvidas sobre a impossibilidade de excluir o vizinho dessas negociações. "Tomamos a decisão de continuarmos no caminho de Brasil e Argentina disputarmos, em conjunto, terceiros mercados com a China, com a Índia e onde mais seja", afirmou. "O Brasil não contempla nenhuma iniciativa ou projeto regional sem a parceria com a Argentina", disse, incluindo entre as possibilidades as negociações sobre a Alca (Área de Livre Comércio das Américas) e acordo de livre comércio com a União Européia.</p>
--	---

## ANEXO-DF QUADRO-11 N16-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	28/09/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.841	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Pela primeira vez, FHC irá ao palanque com Serra</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>A seis dias da eleição, FHC sobe no palanque de Serra pela 1ª vez</b></p> <p>Pela primeira vez na campanha, o presidente Fernando Henrique Cardoso subirá no palanque do tucano José Serra. O ato será na segunda-feira, provavelmente em Contagem (MG), ao lado do candidato do PSDB ao governo de Minas, Aécio Neves. Objetivo: tentar minar o PT no segundo maior colégio eleitoral do Brasil e levar Serra ao segundo turno.</p> <p>No mesmo dia, FHC deverá visitar Itamar Franco, governador de Minas, seu antecessor na Presidência e cabo eleitoral de Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Ao mesmo tempo em que tenta ajudar Serra, FHC quer fazer um gesto de reconciliação com Itamar, com quem esteve rompido durante parte de seus dois mandatos.</p> <p>A tentativa de reaproximação com Itamar também é um modo de tentar dividir com o PT o prestígio do ex-presidente no Estado. Com a ajuda de Itamar, Lula cresceu nas pequenas cidades.</p> <p>Na última semana, a campanha Serra deu uma guinada em direção a Minas, onde Lula tem intenção de voto casada com a de Aécio: ou seja, no Estado, até pouco tempo atrás Lula e Aécio venceriam a eleição no primeiro turno.</p> <p>Essa estratégia é reflexo da inflexão na campanha após a pesquisa Datafolha divulgada no domingo passado, na qual ficou claro que Lula cresceu após a série de ataques pesados desferidos por Serra na TV. Os políticos passaram a ter voz mais ativa na campanha. Diminuiu o poder da equipe de marketing sobre a TV e a agenda do candidato tucano ao Planalto.</p> <p>A intenção de Serra é fazer com que Aécio e FHC transfiram votos para ele. Aécio, com o apoio de 18 partidos (nove formalmente e nove informalmente), continua a crescer nas pesquisas (tem em torno dos 50% dos votos).</p> <p>Para ajudar Serra, o tucano mineiro cancelou toda a sua agenda de quinta-feira para participar de dois atos com o postulante presidencial. Esteve num encontro de prefeitos e foi a um evento em Uberaba. Detalhe: Aécio já havia ido à cidade duas vezes e foi arrastado para o evento serrista.</p> <p>Outro exemplo: o programa de TV de Serra anteontem, segundo brincadeira dos tucanos mineiros, parecia plataforma de candidato ao governo de Minas.</p> <p>A colagem de FHC a Serra na reta final é outra reivindicação da ala política, que teve atritos com o marketing. O raciocínio dos políticos do PSDB e do PMDB é que, fracassado o confronto de TV para derrubar Lula, Serra deve tentar se colar a bons cabos eleitorais para evitar a derrota no primeiro turno. Nesse contexto, FHC, cuja imagem pessoal é melhor do que a imagem do seu governo, é um cabo eleitoral com potencial para transferir votos preciosos no segundo maior colégio eleitoral.</p> <p>Todo o entendimento político para levar FHC a Minas, fazê-lo se encontrar</p>

	<p>com Itamar e tentar ajudar Serra a chegar à segunda fase foi conduzido por Aécio.</p> <p>O tucano mineiro e presidente da Câmara esteve em Brasília anteontem à noite para se reunir com FHC e acertar detalhes sobre a agenda de segunda-feira. "Minas dará uma demonstração de grandeza política e de conciliação pelo futuro do Brasil", diz Aécio.</p> <p>Após ver Itamar, FHC deverá participar dos atos de campanha de Serra e Aécio. As equipes dos dois candidatos discutiam até ontem a agenda.</p>
--	---



## ANEXO-DG QUADRO-11 N17-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	01/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.844	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC alerta para 'passo no escuro'</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC vê risco de passo no escuro</b></p> <p>O presidente Fernando Henrique Cardoso estreou ontem, a menos de uma semana das eleições, sua participação em ato público eleitoral ao lado do seu candidato, José Serra, com discurso no qual disse que é preciso continuar mudando para melhor, "e não dando um passo no escuro". "O país não muda só pela vontade de seus líderes. O país muda quando esses líderes são a expressão da vontade desse povo. E esse povo de Minas é um povo que quer continuar mudando, mas mudar para melhor, e não dando um passo no escuro. Quer avançar com firmeza."</p> <p>Sem citar o nome do presidenciável Luiz Inácio Lula da Silva (PT), FHC criticou políticos brasileiros que não evoluíram e insinuou que o petista mudou apenas na aparência, mas a "cabeça" ainda estaria presa no passado, com "soluções dos anos 60 para resolver problemas do século 21". "[O país está cheio] de pessoas que não entenderam que mudou o país, que mudou o Brasil, que mudou o mundo e que propõem como futuro o passado. Passado do qual não fazem nem sequer a crítica. E se dão ao luxo simplesmente de dizer: "Eu mudei". Mas mudou para que direção?", disse. E completou: "Mudar é outra coisa. É ter outra concepção na cabeça. Não é ser mais sorridente. Não é trajar melhor ou pior. Não é simplesmente ter uma maneira mais agradável. Para dirigir um país tem que ver a cabeça como está. Foi capaz de entender os desafios do mundo ou não? Ou continua pensando que, se nós adotarmos as soluções dos anos 60, elas vão resolver os problemas do país no século 21? Não. O século 21 requer outro tipo de cabeça, outro tipo de liderança, outro tipo de prática, outro tipo de proposta, outro tipo de clareza, outro tipo de franqueza".</p> <p>FHC falou para cerca de 500 pessoas durante meia hora em ato político em Contagem (MG) ao lado de Serra e do candidato ao governo mineiro Aécio Neves (PSDB). O presidente foi para Contagem após reunião com o governador Itamar Franco (MG). Segundo o coordenador da campanha de Serra, Pimenta da Veiga, o partido pagou a viagem de Belo Horizonte a Contagem.</p> <p><b>Primeira vez</b></p> <p>Até ontem, a participação de FHC na campanha havia se restringido a uma aparição no primeiro programa de Serra na TV. Depois disso, ele se limitou a dar algumas declarações de apoio ao tucano -chegou a discordar de estratégias da campanha.</p> <p>As críticas de FHC a Lula são evidência dessa discordância. O presidente sempre defendeu um debate programático, insistindo na falta de experiência do petista e em inconsistências de projetos.</p> <p>Já a campanha de Serra optou, na avaliação de FHC, por mesclar isso com desqualificação pessoal. Exemplo: FHC discordou da peça de TV tucana que questionou a falta de diploma universitário para ser presidente. Ontem, FHC insistiu na importância da experiência administrativa e disse que livros e universidade "não são suficientes, mas também contam". Em seu discurso, fez ainda menção a alianças para apontar um exemplo de inconsistência da oposição. Indiretamente, estava se referindo à aliança do PT com o PL, partido que indicou o vice de Lula -o mineiro José Alencar.</p>

"Hoje se misturam alhos com bugalhos, azeite com vinho e com água. Não se sabe que cor tem, não se sabe dessa mistura o que sai. E cada um, para se juntar com o outro, em vez de dizer o que pensa e o que vai fazer, faz de conta que vai fazer tudo sem dizer o que vai fazer: Nada!", disse. Para apontar qualidades de Serra, FHC afirmou que não se trata de escolher entre "pessoas", mas entre "caminhos". "Está se tomando uma decisão muito séria, porque se está escolhendo, aparentemente, entre pessoas, quando na verdade está se escolhendo caminhos. Talvez não se saiba qual é o outro caminho, até porque, quando [os opositores] falam de coisas práticas, falam do nosso caminho. E se esqueceram de que levaram anos propondo outro caminho. Tomara que tenham esquecido mesmo. Porque o caminho que propunham não tem viabilidade." E finalizou: "Mas, se o caminho é o mesmo, por que não permitir que ele seja seguido por aqueles que o trilham melhor? Aí entra Serra".

O presidente reforçou a tese tucana da coerência da candidatura Serra, dizendo que ele "não enganou ninguém" na sua campanha. Ao encerrar seu discurso, FHC fez um apelo para que não se vote "pela emoção": "Não é uma decisão simples, que possa ser levada só pela emoção", disse. "Está em jogo a possibilidade ou não de o Brasil continuar a avançar para ser um país respeitado e desenvolvido ou do Brasil ir para trás. Eu não quero que o Brasil recue e que o Brasil vire outra vez um país que não tem respeitabilidade. Eu não quero que o Brasil tenha um sonho de ser um país atrasado."

#### **Em Minas, FHC e Itamar selam paz e trocam elogios**

O presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e o governador de Minas Gerais, Itamar Franco (sem partido), pretendem encerrar seus mandatos com a imagem de dois amigos e políticos que souberam dar a volta por cima para apagar arestas passadas.

Foi com esse intuito que ocorreu o encontro entre eles na manhã de ontem, em Belo Horizonte, quando FHC e Itamar selaram de vez a paz, agindo como se não tivessem vivido às turras em pouco mais de três anos, apesar de um protesto em frente à sede do Executivo mineiro tentar manter tudo isso bem vivo.

Foram rasgados elogios de um ao outro e declarações enaltecendo o "espírito democrático" do encontro, conforme ressaltou o presidente, realizado no "símbolo da grandeza do espírito de Minas Gerais", segundo o governador, que é o Palácio da Liberdade.

O mesmo palácio onde Itamar ordenou como ato simbólico, no segundo mandato de FHC, que fosse cercado e protegido pela PM mineira de uma ação militar que ele imaginou que o presidente implementaria para desestabilizá-lo.

Essa reconciliação vai gerar cerca de R\$ 1 bilhão ao Estado, que está em crise financeira, já que FHC assinou decreto autorizando que seja feito um encontro de contas entre o Estado e a União. FHC definiu isso: "É a busca de um mecanismo que permite que a sua gestão [Itamar] seja coroada, como deve ser". Mas o presidente disse que sua ida a Minas não era por este motivo. "Minas é a terra do encontro democrático", disse, completando mais tarde: "De minha parte, vocês nunca viram nenhum gesto que não fosse de tentativa de entender a situação, relevar aquilo que eventualmente tivesse que relevar. Não sou pessoa de estar com coisas pequenas". No seu discurso, Itamar lembrou de FHC como seu ministro da Fazenda que se "empenhou" para acabar com a inflação e apagou a idéia, como afirmara nos últimos anos, de que a gestão FHC é a responsável pelas mazelas da economia brasileira. Culpou o mercado pela instabilidade e turbulência. Falou da "ação inescrupulosa de especuladores". Disse Itamar: "Minas não faltará ao Brasil neste momento, como nunca faltou no passado. Acima das divergências partidárias, trabalharemos para construir a unidade nacional". Em entrevista, o presidente disse que a ajuda financeira a Minas não é uma

	<p>questão política e nem sequer eleitoral. Disse ser uma questão de justiça: "Nesta reta final de governo, tudo que for justo o governo federal fará". Explicou que tratam-se de demandas antigas, que vinham sendo feitas ainda na gestão do antecessor de Itamar e aliado de FHC, Eduardo Azeredo (PSDB), rival do atual governador. E disse que faz isso também com outros Estados, citando AM, RJ, GO e ES. Em frente ao Palácio da Liberdade, onde a guarda de honra e banda de música da PM esperavam o presidente, cerca de 40 pessoas estendiam faixas de protesto: "Itamar, FHC e Aécio: tudo por dinheiro"; "Aécio, Itamar e FHC: Minas não é um balcão de negócios"; "PSDB nunca mais" e "Itamar, o Judas mineiro" eram algumas das 16 faixas. Os manifestantes disseram pertencer a um "movimento popular", mas não o identificaram. Coincidência ou não, o vice-governador de Minas, Newton Cardoso, candidato ao governo, tem feito duras críticas a Itamar acerca da sua reconciliação com FHC e também ao PSDB. Sua assessoria negou participação no protesto.</p>
--	---

## ANEXO-DH QUADRO-11 N18-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	04/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.847	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Serra é mais atacado que Lula no Nordeste</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Serra sofre mais ataques que Lula no último debate na TV</b></p> <p>O candidato do PSDB, José Serra, e o governo federal foram os alvos preferenciais de Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Ciro Gomes (PPS) e Anthony Garotinho (PSB), no debate realizado ontem à noite pela Rede Globo. A concentração do fogo sobre Serra é explicável: é o único candidato do governo contra três de oposição e está em segundo lugar em todas as pesquisas, com chances, portanto, de ir ao segundo turno contra Lula, que, conforme as pesquisas, está próximo de vencer no primeiro turno. A acusação mais delicada foi feita por Garotinho, ao dizer que a proposta de emenda constitucional 175, assinada por José Serra como ministro do Planejamento, prevê empréstimos compulsórios, o que "significa confisco". Serra pediu direito de resposta, para dizer que a proposta "não tem nada a ver com confisco de nada". Lula, sempre mais sutil, na linha "Lulinha paz e amor", não deixou, no entanto, de citar, de passagem, em uma pergunta que Serra, como deputado constituinte, obtivera nota de apenas 3,5 por ter "lutado contra os trabalhadores". Serra negou de novo, alegando que a nota se devia à outras votações, não as relativas aos direitos dos trabalhadores. O tucano obteve na verdade nota 3,75. O candidato do PSDB também buscou o ataque, obviamente contra Lula, mas, como o petista não tem experiência administrativa anterior para ser questionada, teve que recorrer a exemplos da Prefeitura de São Paulo, comandada pela petista Marta Suplicy. Primeiro, criticou a tarifa de ônibus que seria a mais alta entre todas as capitais do país. Depois, lamentou que o programa habitacional de Lula não esteja sendo aplicado em São Paulo. Lula devolveu com uma ironia: "Se fosse uma disputa para prefeito, ficaria mais fácil. Se você me perguntar quanto custa em São Paulo eu não sei, porque eu moro em São Bernardo." Serra conhecia o preço da passagem: R\$ 1,40. Mas as críticas mais pesadas de todos os candidatos opositoristas ficaram reservadas para o governo FHC. Lula disse que o legado de FHC deixou "o Brasil numa situação quase que de concordata". Ciro qualificou de "irresponsável e criminoso" o que chamou de "galope da dívida interna". Garotinho, entre muitos outros pontos, atacou "a total omissão do governo federal" na questão da segurança pública.</p>

## ANEXO-DI QUADRO-11 N19-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	08/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.851	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>FHC exalta queda de caciques</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC elogia declínio do ‘caciquismo’ no país</b></p> <p>No dia seguinte às eleições, ao fazer um balanço do primeiro turno durante uma entrevista, o presidente Fernando Henrique Cardoso aproveitou a oportunidade para dar uma alfinetada na candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva, afirmando que o petista está se aliando a oligarquias. Ao ser questionado sobre a derrota de "caciques", FHC se vangloriou de, no seu governo, as oligarquias terem perdido o peso e a centralidade que tiveram no passado. Segundo ele, "graças ao meu estilo de governar, pouco a pouco as oligarquias, os caciques foram perdendo centralidade na política". Para FHC, a eleição mostrou que nenhum partido tem o monopólio do poder.</p> <p>O presidente cobrou ainda mais clareza de ambos os candidatos à Presidência no segundo turno e afirmou que nenhuma proposta nova na área social foi apresentada até agora. No dia em que, nos bastidores, começou a rearticular a aliança que deu sustentação a seu governo para apoiar o candidato José Serra (PSDB) no segundo turno, FHC afirmou que vai participar da campanha do presidenciável tucano dentro dos limites institucionais, sem se confundir com um cabo eleitoral. Questionado sobre quando iniciaria a participação na campanha de Serra, afirmou: "Já comecei", dando a entender que a própria entrevista já fazia parte dessa campanha. FHC fez uma avaliação das eleições em entrevista coletiva na sala de cinema do Palácio da Alvorada. Ele insistiu na necessidade de discutir propostas concretas no segundo turno e afirmou que, a despeito do debate, é importante "manter a compostura". Em determinado momento, FHC foi questionado sobre o fato de ter considerado na entrevista, por diversas vezes, a hipótese de eleição de Lula, sem fazer a ressalva de que Serra é quem poderia ser eleito. Ele retrucou: "Está tudo ressalvado então". Leia abaixo trechos da entrevista, que durou pouco mais de meia hora:</p> <p><b>FILAS PARA VOTAR</b> - "Houve um ou outro problema, uma ou outra demora, quase nada, comparado com o passado. Realmente foi um êxito muito grande do Tribunal Superior Eleitoral. O fato de nós conseguirmos efetivamente implantar esse sistema de voto através da urna eletrônica é muito positivo, e acho que isso demonstra a maturidade do nosso país.</p> <p><b>O RESULTADO</b> - "O resultado aí está. Não cabe ao presidente da República julgar, senão respeitar resultados eleitorais. Vimos também que, pelos resultados apurados até agora, a distribuição dos partidos em cada Estado é muito variável. É prematuro fazer balanço, mas já se pode dizer uma coisa muito positiva, não há monopólio de poder político por parte de qualquer partido. Há os partidos que têm maior presença, mas só vamos ter a confirmação dessa presença no segundo turno."</p> <p><b>LÍDERES GOVERNISTAS</b> - "Quero dizer que me apraz muito ter verificado que, com exceção infelizmente do senador Artur da Távola [PSDB-RJ], que é um dos melhores senadores da República e que não conseguiu sua reeleição, os líderes do governo foram todos reeleitos com votações bastante expressivas. E, quando não foram reeleitos para o Senado ou para a Câmara, é porque estavam em disputa governamental e se situaram</p>

bem."

**COMPOSTURA** - "Agora, o importante é que nós mantenhamos o espírito democrático, que nós mantenhamos a capacidade de, ao discordar, ao termos embates partidários, nunca percamos de vista o interesse público, a compostura, que a campanha continue como foi essa primeira etapa, sem que vá para agressões de nível pessoal e que progressivamente as propostas se possam caracterizar com mais nitidez."

**CLAREZA DE PROPOSTAS** - "A razão do segundo turno é precisamente essa [o debate de propostas], dado que nenhum candidato obteve a maioria dos votos, que diga "eu posso governar porque tenho maioria absoluta", isso significa que a população precisa ter mais esclarecimentos. Eu espero que nesta segunda etapa seja possível colocar com mais clareza as propostas, porque nós vamos discutir caminhos para o Brasil. Não podemos pensar que o jogo eleitoral seja simplesmente um jogo de escolha entre pessoas. Contam sem dúvida as qualidades das pessoas, mas elas [as pessoas] representam forças, todas elas legítimas, forças sociais, forças políticas, forças econômicas."

**PARTICIPAÇÃO NA CAMPANHA** - "Eu tenho muita preocupação com a questão institucional. É preciso também que o Brasil aprenda que o governo, a máquina pública, não deve ser usada em campanha. Eu não usei. Nunca. Eu acho que isso é importante, quantas vezes eu ouvi opiniões de que "o governo viria com sua máquina...". Isso é passado. É possível que marginalmente em um ou outro Estado ainda ocorram esses fenômenos que são arcaicos. Mas isso é do tempo das oligarquias. Eu acho que o presidente tem de manter a posição de presidente da República. O que não significa não dizer ao país o que ele pensa. O que não significa não dizer quem ele está apoiando e as razões pelas quais está apoiando. Mas o presidente da República não pode se confundir com um cabo eleitoral. Eu acho que é preciso manter, por causa das questões institucionais, a posição de presidente da República, e manter essa compostura, se é que se pode dizer assim, e coibir o uso da máquina. Essa é a minha limitação. Fora dessa limitação, eu farei no segundo turno o que for necessário para participar desse debate, esclarecendo sobre qual é o caminho para o Brasil e qual é o caminho que eu acho mais adequado. Mostrar que as mudanças que nós introduzimos são as que garantem a estabilidade, que é preciso haver mais reforma, que não se deve simplesmente prometer mudanças e não dizer como fazê-las."

**VAI A PALANQUES?** - "O que é que se chama de palanque? Isso aqui é palanque? Eu acho que o palanque em si é também uma coisa antiquada. O presidente da República ir a um comício? Não me parece que seja o melhor modo de esclarecer idéias."

**CONSELHO** - "É preciso ter muita preocupação com as palavras, porque um dos dois candidatos vai ser presidente, qualquer palavra já tem um peso nacional e internacional e é preciso portanto que haja clareza e compromisso com a definição de um caminho."

**CACIQUES E OLIGARQUIAS** - Em resposta a uma pergunta sobre a não-eleição de "caciques" (como Paulo Maluf e Orestes Quércia, em São Paulo, Newton Cardoso, em Minas, e Fernando Collor, em Alagoas), FHC afirmou: "Eu acho isso extraordinário. Isso é alguma coisa que eu tenho satisfação. É que, graças ao meu estilo de governar, pouco a pouco as oligarquias, os caciques foram perdendo centralidade na política brasileira. Sem fazer alarde, nós criamos uma situação democrática de tal natureza que as forças oligárquicas foram perdendo centralidade. Não é que elas não existam, mas

elas não têm mais o peso que tiveram no passado, isso eu acho muito positivo."

**OLIGARQUIAS E LULA** - "Agora eu vejo até que as forças oligárquicas, talvez para tentar sobreviver, correram para o Lula, o que me parece um pouco contraditório."

**ADIAMENTO DA POSSE** - "Não cabe a mim discutir data de posse. Essa data é sabidamente inconveniente [1º de janeiro]. Não creio que haja tempo nesta altura dos acontecimentos para mudanças. Em segundo lugar, também pessoalmente eu não me sentiria confortável de ter um dia do meu mandato prorrogado. Sempre fui contrário aos mandatos biônicos, não me sentiria confortável. Já até disse que eu preferiria, então, se for o caso para acertar a posse, que se antecipe e não que se prorrogue. Minha opinião pessoal é essa."

**PROPOSTAS** - "Eu acho que uma eleição dessa magnitude, com essa importância que ela tem, a questão central é o que se diz, o que o candidato diz, os que o apóiam dizem. Finalmente, o que vamos fazer com este país? Os candidatos têm de dizer com mais clareza. Não basta dizer "Estou contra tudo que aí está", mas a favor do quê? Qual é a outra [política], qual é a política que está sendo proposta? Isso vale para todos os candidatos. Não estou me referindo especificamente a um."

**LULA E O CONGRESSO** - "São duas hipóteses que eu não quero discutir. Primeiro a eventualidade de [Lula] ser eleito. Segundo, tem de ter dificuldade. Acho que isso depende tanto das circunstâncias. O Executivo, quando tem uma proposta no Congresso, em qualquer Congresso, tem dificuldade. Como o presidente não é e nem deve ser um ditador, autoritário, vai ter de conversar com o país em geral e com o Congresso especificamente, que são as forças políticas organizadas que representam o país. Que têm opiniões diversas."

**ENÉAS** - "Eu quando era senador propus e consegui aprovar na Comissão de Justiça do Senado a mudança deste sistema eleitoral, para fazer um sistema distrital misto. Exatamente para evitar que esse sistema de proporcionalidade produza esses resultados [como a eleição de candidatos do Prona com pouquíssimos votos]. Infelizmente essas reformas têm sempre bloqueios porque há outros interesses, legítimos. Eu sou contra o sistema tal como ele é exercido no Brasil, que levam a distorções, esse é um exemplo claro, escandaloso de distorção. Votar em protesto não creio que seja uma anomalia. A anomalia é, ao votar para protestar, carregar mais quatro ou cinco."

**ELEIÇÃO E GOVERNO** - "Eu não vejo que essa eleição tenha sido um plebiscito. Eu acho que vai ser agora [no segundo turno], mas não um plebiscito sobre o governo. É um plebiscito sobre o que estão propondo para o Brasil, essa é a questão. O que vai estar em jogo, para o eleitorado, o que está sendo proposto para o Brasil. Quem não é a favor de mudança? É o slogan mais generalizado e neutro, todo mundo quer mudança. Agora, o que vai mudar, de que pra quê e qual é a consequência. Então, isso é que eu acho que tem de ficar mais claro nesse segundo turno."

**SERRA É DIFERENTE** - "Eu não acho que se devam unir figuras. Isso é uma questão de um jogo de marketing. O José Serra é bastante diferente de mim, como pessoa, como estilo, como personalidade, é muito bom que seja. Não tem de votar porque é parecido ou distante de mim. Eu acho que as

pessoas devem se apresentar como elas são."

**PRIMEIRO TURNO** - "No debate anterior, o que houve foi muito pouca apresentação objetiva dos caminhos que estavam sendo propostos e muito mais um jogo de imagens e de acusações genéricas ao atual governo, na suposição que, ao fazê-las, teriam voto. Suposição. Não tenho a prova porque não houve o contrário".

**INFLAÇÃO** - "Este governo foi estrito na execução orçamentária, porque disse "não" a benesses que eram impossíveis. Quando alguém começa a dizer "eu vou fazer isso, vou fazer aquilo", eu digo: "a consequência é a inflação". O povo tem de saber. Se fizer isso, vai ter inflação. Quer inflação?"

**SEM PROPOSTA NOVA** - "O segundo turno vai dar margem para discussão. Qual vai ser a política social? Eu não vi nada novo no debate eleitoral, nada, nenhuma proposta nova, nada, zero, zero. Fazer mais com que dinheiro? Zero. Vai acabar com a Bolsa-Escola, não vai fazer o Fundef [fundo de valorização do magistério e do ensino fundamental". Eu espero que, se ganhar o Lula, tudo o que o PT votou contra vai votar a favor agora. Se não, vai ter de acabar com o Fundef, vai ter de fazer uma porção de modificações na questão de certos fundos que foram dados para créditos. Então, eu espero que, agora que estamos chegando num momento mais da realidade, as coisas sejam mais esclarecidas. O país tem direito de saber com mais firmeza, qual é a implicação das propostas".

**INDICAÇÃO DA EQUIPE** - "Lula disse que, quando for eleito, vai indicar o ministério todo. Eu acho que ele tem razão. Eu não vejo que se deva estar cobrando só tal posição e qual posição. Nossa preocupação é com o Brasil. O Brasil tem ministro da Fazenda, mas também tem ministro da Educação, da Saúde, dos Transportes, da Reforma Agrária, tem uma porção de outros ministros que são importantes".

**TRANSIÇÃO** - "As decisões são minhas até o dia 31 de dezembro. Aliás, o Lula tem repetido isso, como não querendo assumir, e com razão, antes da hora. Nem ninguém deve assumir antes da hora, a decisão é do governo, é minha, é dos ministros e do governo até 31 de dezembro sobre quaisquer assuntos. Agora, uma vez eleito um presidente. eu acho que é preciso que haja uma transferência de informações."



## ANEXO-DJ QUADRO-11 N20-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	08/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.851	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Serra quer fazer debates entre 'emoção e razão'</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Serra quer forçar comparações com petista</b></p> <p>Ao contrário de Luiz Inácio Lula da Silva (PT), o tucano José Serra quer participar do maior número possível de debates no segundo turno, forçando a comparação entre "emoção e razão", entre ser governo e oposição e entre a experiência administrativa de cada um para promover mudanças.</p> <p>A estratégia dos tucanos para a propaganda eleitoral de TV, para os debates e para as declarações de Serra à imprensa é mostrar que os programas de governo dos dois candidatos são parecidos e a diferença "é quem tem melhores condições de executá-los". Não haverá, porém, críticas pessoais nem agressões contra Lula.</p> <p>"O Lula usa verbos no passado, o Serra usa verbos no futuro. O programa de Lula na TV aponta problemas, mas não apresenta soluções", disse à Folha um dos principais assessores de Serra, o economista José Roberto Afonso. Além das articulações políticas, para reaglutinar a aliança (PSDB-PMDB-PFL-PPB-PTB) que deu sustentação ao governo FHC, os tucanos já traçam o discurso -ou a estratégia de como falar diretamente ao eleitor. Na avaliação interna da campanha tucana, Lula tem melhor desempenho eleitoral onde não é governo, porque é mais fácil fazer discurso de oposição. É por isso que os tucanos querem trazer os governos petistas do Rio Grande do Sul e de Mato Grosso do Sul e as prefeituras de São Paulo e Porto Alegre, entre outros, para o debate.</p> <p>"O PT só olha o passado e passa a borracha no que o governo fez de bom, mas nunca discute o próprio passado, nunca fala das suas próprias administrações."</p> <p>Além disso, "Lula e o PT vivem questionando tudo no governo FHC, mas, se Serra e o PSDB questionam a gestão de Marta Suplicy na Prefeitura de São Paulo, é uma ofensa. Isso é messianismo".</p> <p>Como exemplo do que pode ser levado ao debate: o PT diz que FHC não investe no social, mas votou na Assembleia Legislativa de São Paulo a diminuição do compromisso com educação da Lei Orgânica do Município. "Imagine se fosse o PSDB que fizesse isso", comparou Afonso.</p> <p>A intenção dos tucanos é contrapor "emoção a razão". Os últimos programas de Lula no primeiro turno tinham mais música, mulheres grávidas vestidas de branco, era plasticamente mais bonito. O de Serra continuou sóbrio e acusado de "sem graça".</p> <p>Afonso, porém, diz que os programas terminaram assim no primeiro turno e vão começar assim no segundo. Explica: "O eleitor não quer musiquinha, quer saber como o candidato vai fazer para melhorar a vida dele". Segundo Afonso, os tucanos estarão prontos também para reagir rapidamente ao programa adversário, inclusive quando este usar obras que foram financiadas pelo governo federal como méritos exclusivos das administrações do PT e sem referência à parceria.</p> <p>Mais uma vez, usou exemplos: um canal no Acre, o sistema de transporte de Belo Horizonte, os dois gasodutos do Rio Grande do Sul. "Até para mostrar obras, eles [do PT] usam obras em parceria com o governo federal." Por último, a estratégia tucana é dizer que "FHC deixa a casa arrumada" e mais uma vez comparar o que Serra promete fazer e o que Lula pode fazer, passando a seguinte idéia: para Serra, o que o FHC fez é "um ponto de partida para avançar"; para Lula, que bate na tecla da mudança, "nada presta</p>

	<p>e o melhor é desmontar a casa". Mais uma comparação com administrações petistas: quando assumiu o governo do Distrito Federal, o agora senador eleito Cristovam Buarque (PT) interrompeu as obras do metrô local que tinham sido iniciadas por seu antecessor imediato, o atual governador Joaquim Roriz (PMDB). Ao lembrar isso, Afonso antecipou uma das mensagens subliminares da campanha de Serra: "O PT dará continuidade às obras e a coisas boas já realizadas? Ou irá interromper tudo?".</p>
--	---

## ANEXO-DK QUADRO-11 N21-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	09/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.852	Especial eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Eleitor troca 47% dos deputados</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Bancada do PT cresce mais de 50% e será a maior da Câmara</b></p> <p>O PT aumentou em mais de 55% o número de seus deputados federais e terá a maior bancada da Câmara na próxima legislatura.</p> <p>Os partidos que hoje fazem oposição ao presidente Fernando Henrique Cardoso aumentaram suas bancadas, na média, em 40%. Os principais partidos de oposição (PT, PL, PC do B, PSB, PPS e PDT) vão crescer de 134 para 187 deputados federais.</p> <p>Hoje, o PT tem a quarta maior bancada da Câmara dos Deputados, com 58 integrantes _é um partido médio, em termos de congressistas. Na próxima legislatura, o partido terá 90 deputados federais (aumento de 55,2%).</p> <p>A eleição de 90 deputados federais superou as expectativas dos próprios petistas. No final de setembro, eles falavam na eleição de 70 a 75 parlamentares. Apenas os mais otimistas se arriscavam a dizer que, talvez, o partido conseguiria eleger uma bancada de 80 deputados federais.</p> <p>Os outros partidos que apoiaram a candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) à Presidência da República também tiveram suas bancadas aumentadas.</p> <p>O PL cresceu de 22 para 26 deputados -e já é sondado por parlamentares de outros partidos, que pensam em se filiar à legenda no caso de Lula ser eleito presidente da República.</p> <p>O PC do B, que hoje tem dez deputados federais, elegeu 12. Até o PMN, que também apoiou Lula, conseguiu eleger um deputado _não tinha nenhum. Ao todo, os quatro partidos terão 129 dos 513 deputados _pouco mais de 25% do total da Casa.</p> <p><b>Garotinho, Ciro e Serra</b></p> <p>Outro partido que registrou crescimento foi o PSB, de Anthony Garotinho. Com 16 deputados na atual legislatura, o PSB elegeu 23 para a próxima.</p> <p>Mas o partido corre o risco de perder pelo menos a deputada Luiza Erundina, eleita por São Paulo. Ela apoiou Lula já no primeiro turno e se recusou a pedir votos para Garotinho na televisão _por isso não teve acesso ao horário eleitoral gratuito.</p> <p>A bancada da Frente Trabalhista, composta por PPS, PTB e PDT, que apoiou a candidatura de Ciro Gomes (PPS) à Presidência, praticamente não alterou sua bancada. Juntos, os três partidos têm 61 deputados e elegerão 62.</p> <p>O PTB perdeu com a aliança, enquanto o PPS e o PDT ganharam. O partido que indicou Paulo Pereira da Silva (PTB-SP) para vice de Ciro terá sua bancada reduzida em sete deputados. Hoje, o partido tem 33 parlamentares, mas só elegeu 26. Por outro lado, o PPS vai crescer de 12 para 15 deputados e o PDT, de 16 para 21.</p> <p>Os partidos que apoiaram a candidatura de José Serra (PSDB) à Presidência</p>

	<p>sofreram redução de suas bancadas. O PSDB, que hoje tem 94 deputados federais, elegeu 71. E o PMDB vai passar dos atuais 87 para 74.</p> <p>Juntos, os dois partidos têm hoje 181 deputados federais e somente irão eleger 145 _uma redução de quase 20%. Mesmo assim, eles ainda têm 28% da Casa.</p> <p><b>Partidos neutros</b> Sem apoiar institucionalmente nenhum candidato à Presidência, o PFL e o PPB tiveram pequenas reduções em suas bancadas.</p> <p>Os pefelistas, que compõem a maior bancada da Câmara na atual legislatura, com 98 deputados federais, elegeram 84 para o próximo quadriênio. Sozinho, o partido detém mais de 16% dos votos da Casa.</p> <p>O PPB teve sua bancada reduzida dos atuais 53 deputados para 49 na próxima legislatura.</p> <p>Três partidos que atualmente estão sem representação na Câmara conseguiram eleger um número significativo de parlamentares. O Prona elegeu seis, o PV, cinco, e o PSD, quatro.</p> <p>Todos os eleitos do Prona se valeram da votação de Enéas Carneiro, que recebeu mais de 1,5 milhão de votos em São Paulo.</p> <p>A eleição dos deputados do PV decorre principalmente da campanha que o partido fez no horário eleitoral gratuito pelo voto de legenda. Além do PMN, PSC e PSDC conseguiram eleger um deputados _hoje, eles não têm nenhum.</p> <p>Entre os partidos nanicos, a maior redução de bancada é do PSL: dos atuais cinco deputados para apenas um: o mineiro Lincoln Portela. PHS e PTN não estarão representados na Câmara dos Deputados no início do ano que vem. Os deputados Roberto Argenta (PHS-RS) e José de Abreu (PTN-SP) não foram reeleitos e são os únicos representantes de seus partidos na Câmara.</p> <p>O deputado Fernando Zuppo, eleito em 1998 pelo PDT paulista, está atualmente sem partido e não concorreu às eleições.</p> <p>O levantamento, feito pela <b>Folha</b>, de como ficará a distribuição das cadeiras na Câmara dos Deputados leva em conta resultados finais divulgados por TREs (Tribunais Regionais Eleitorais) em 23 Estados.</p> <p>Em Sergipe e Tocantins, os TREs ainda não haviam divulgado a relação dos deputados eleitos até o fechamento desta edição. Em São Paulo e no Distrito Federal, a apuração dos votos não havia terminado até as 20h de ontem. Nos dois casos, a reportagem calculou a provável bancada dos partidos, com base nos critérios definidos pela legislação eleitoral.</p>
--	--

## ANEXO-DL QUADRO-11 N22-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	10/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.853	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>PFL recomenda a seus diretórios apoio a Serra</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Dividido, PFL recomenda apoio a Serra</b></p> <p>Após uma sucessão de lances frustrados na disputa presidencial, a Executiva Nacional do PFL aprovou ontem resolução recomendando que os diretórios estaduais do partido apóiem o candidato José Serra (PSDB-PMDB) contra o petista Luiz Inácio Lula da Silva. A recomendação não é obrigatória, deixando livre o apoio de alguns setores a Lula. Na avaliação dos próprios pefelistas, a maioria seguirá a orientação da cúpula, mas sem uma adesão entusiasmada ao tucano, porque a decisão de ontem foi movida mais por um sentimento anti-Lula do que pró-Serra. A recomendação também não significa um alinhamento automático a um eventual governo Serra. Foi marcada nova reunião para 31 de outubro, após o segundo turno, na qual será decidida a posição do PFL em relação ao próximo presidente.</p> <p>O pragmatismo da decisão foi explicitado pelo vice-presidente Marco Maciel (PFL), autor da proposta de recomendar apoio a Serra, que será o representante do PFL na campanha do tucano. "A candidatura de José Serra é a que guarda mais proximidade programática com o PFL. (...) O PFL está sendo coerente com a posição que adotou em 94 e 98 contra o mesmo candidato [Lula]."</p> <p><b>Derrota</b></p> <p>Nos discursos realizados na reunião reservada, segundo a <b>Folha</b> apurou, foi unânime a avaliação de que o tucano dificilmente ganhará. Segundo relato dos presentes, até mesmo o prefeito Cesar Maia (RJ), que se aliou a Serra já no primeiro turno, previu a vitória de Lula e disse que o apoio do PFL ao tucano será importante para reduzir a margem de vitória do petista. O objetivo, segundo ele, é enfraquecer um eventual governo Lula, forçando-o a negociar com o Congresso.</p> <p>Segundo a <b>Folha</b> apurou, o presidente Fernando Henrique Cardoso ficou desapontado com a falta de firmeza do PFL e intensificou sua articulação nos setores anti-Serra. As maiores resistências ao tucano estão na Bahia, no Maranhão, em Sergipe e em Rondônia. Na reunião, houve manifestações isoladas de divergências pessoais de pefelistas de Minas Gerais, do Paraná e de Alagoas.</p> <p>Em nome do ex-senador Antonio Carlos Magalhães (PFL-BA) -reeleito-, o senador Antonio Carlos Júnior, seu filho, defendeu a liberação dos pefelistas, alegando "coerência" com a posição no primeiro turno. ACM declarou apoio a Lula, como a senadora eleita Roseana Sarney (PFL-MA). Fugindo da tradição do PFL de tomar as decisões por aclamação, a proposta de Maciel teve de ser submetida à votação. Foi aprovada por 12 votos a favor e 3 contra -de ACM Jr., do senador Francelino Pereira (MG) e do deputado César Bandeira (MA). O líder do PFL na Câmara, Inocêncio Oliveira (PE), preferiu ficar "neutro", embora tenha se comprometido a seguir a recomendação.</p> <p>O candidato a vice-governador de Minas na chapa do tucano Aécio Neves, Clésio Andrade, presidente do diretório estadual do PFL, declarou que votará em Lula. "Tenho dificuldade em apoiar Serra", afirmou. No primeiro turno, o PFL mineiro optou pelo apoio a Ciro Gomes (PPS). Já o deputado mineiro Roberto Brant saiu em defesa do apoio a Serra. Um</p>

	dos discursos mais radicais contra Lula foi feito pelo governador Hugo Napoleão (PI). "O Lula é o caos. Estamos entre o caos e a salvação", disse.
--	--

## ANEXO-DM QUADRO-11 N23-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	11/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.854	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Deixar Serra é 'covardia', diz Ermírio</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Ermírio ataca 'covardes que mudam de lado</b></p> <p>O empresário Antônio Ermírio de Moraes, do Grupo Votorantim, sem citar nenhum nome, classificou ontem de covardes os empresários que declararam apoio ao presidenciável tucano, José Serra, no primeiro turno e passaram a apoiar Luiz Inácio Lula da Silva (PT) no segundo turno: "Tem muita gente covarde que já está pulando para o outro lado. Mas isso é falta de caráter".</p> <p>Ele não fez coro ao presidente do Banco Central, Armínio Fraga, que no dia anterior vinculou a tensão do mercado à falta de clareza das propostas dos candidatos à Presidência. Anteontem, Armínio disse que "existe hoje um clima de medo de que não se vai prosseguir numa trajetória de responsabilidade fiscal e transparência". Segundo ele, "não é suficiente repetir um discurso ou divulgar um comunicado" -referindo-se indiretamente a Lula.</p> <p>Segundo Ermírio de Moraes, a subida do dólar para o patamar de R\$ 4 se deve principalmente aos especuladores atentos ao endividamento do Brasil e de outros países do Terceiro Mundo.</p> <p>"A dívida do Terceiro Mundo já vai a US\$ 2,5 trilhões e cresce 8% ao ano. Só se paga os juros e ninguém paga o principal. E eles [os especuladores] estão sabendo disso", afirmou Ermírio depois de deixar o apartamento do presidente Fernando Henrique Cardoso em São Paulo, com o qual conversou por cerca de uma hora.</p> <p>Para o empresário, apenas "em parte" se pode atribuir a subida do dólar ao efeito da eleição presidencial: "Não é caso de Lula, não. O mundo inteiro está apavorado, e ponto final". Ermírio, que disse ter ido ao apartamento do presidente para convidá-lo para uma inauguração em uma fábrica da Votorantim, disse que continua apoiando José Serra à Presidência e se colocou à disposição para gravar novas participações no programa eleitoral dele e no do governador Geraldo Alckmin, candidato do PSDB à reeleição.</p> <p>Em relação a Serra, o empresário avaliou como "difícil" a chance dele vencer a disputa contra Lula: "Acho que não é fácil. Mas acho que... Eu vou votar no Serra. Não vou virar a casaca, né?".</p> <p>Ermírio declarou que, no caso de uma eventual derrota de seu candidato, ele terá de viver "com governo ou sem governo": "Você tem de viver por competência, não por amizade ao governo".</p> <p>Apesar disso, defendeu apoio ao novo presidente, qualquer que seja o resultado, "em defesa da nação". "Nós todos temos de lutar por esta nação. Não pode amanhã fugir porque, naturalmente, você está com A, B, C ou D na Presidência da República", declarou.</p>

## ANEXO-DN QUADRO-11 N24-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	13/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.856	Poder
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Com PT, Brasil terá privação, avalia FHC</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>FHC prevê cenário sombrio para sucessor</b></p> <p>Fernando Henrique Cardoso acha que Luiz Inácio Lula da Silva (PT) é franco favorito na disputa pela Presidência da República. O candidato governista José Serra (PSDB) pode reverter o quadro a seu favor. Mas são escassas, na opinião do presidente, as chances de êxito.</p> <p>Na última semana, FHC abriu espaço na agenda para contatos políticos. Articulou abertamente em favor de Serra. Tenta sobretudo juntar em torno do tucano os cacos do consórcio político que deu suporte à gestão dele.</p> <p>A Folha ouviu alguns dos interlocutores de FHC. Sob o compromisso do anonimato, revelaram as aflições do presidente com a perspectiva de êxito de Lula. Algumas delas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) FHC mostra-se convencido de que, confirmada a vitória do PT, o Brasil viverá uma fase de enorme privação financeira. Os investidores internacionais vão colocar o país "no freezer" por uns dois anos. O comportamento arredo do dinheiro estrangeiro nesta fase de campanha eleitoral seria um indicativo do que vem pela frente;</li> <li>2) A retomada dos investimentos, vitais na opinião de FHC, dependeria do comportamento do PT na Presidência. O fluxo de dólares só se normalizará se a retórica moderada do Lula candidato se materializar no cotidiano administrativo do Lula presidente;</li> <li>3) O presidente acha que não há ambiente para a implantação de um governo "ideológico", com viés esquerdista. Se ceder à tentação, Lula será tratado a pão e água pela banca internacional e pelos Estados Unidos, maior parceiro comercial do Brasil;</li> <li>4) Sob George W. Bush, os EUA não têm experimentado uma gestão iluminada. Preferia o estilo de Bill Clinton, mais "sofisticado". A resistência do PT às negociações para a implantação da Alca (Área de Livre Comércio das Américas) provoca arrepios no Departamento de Estado americano;</li> <li>5) Não custa, crê FHC, que o governo americano enxergue na América Latina o risco de uma aliança Brasil-Venezuela-Cuba, impulsionada pelas relações amistosas que Lula mantém com Hugo Chávez e Fidel Castro;</li> <li>6) Em reação, Bush não hesitaria, afirma o presidente, em priorizar o soerguimento econômico da Argentina, hoje entregue à própria sorte. Empreenderia esforço para estabelecer um contraponto geopolítico à liderança hemisférica do Brasil;</li> <li>7) A ação militar dos EUA contra o Iraque, que FHC julga irreversível, irá submeter um eventual governo petista a desafios ainda maiores. A cena econômica internacional, já conturbada, tende a se turvar de vez. A insegurança crescerá junto com as cotações do preço do petróleo;</li> </ol>



	<p>8) Sob o comando de José Serra, embora submetido às mesmas adversidades, o Brasil atravessaria a turbulência com mais facilidade. A preferência da banca internacional pelo candidato do governo atenuaria as desconfianças quanto ao futuro da economia brasileira;</p> <p>9) FHC distribui palpites sobre a condução da campanha de Serra. Na sua avaliação, o amigo não pode se deixar levar pela estratégia do PT, que tentará transformar o segundo turno das eleições numa disputa plebiscitária entre governo e oposição;</p> <p>10) A seu juízo, o tucanato deve, em contraposição, expor as contradições ideológicas do PT. Algo que, de certo modo, o candidato tucano já vem fazendo ao declarar que, ao contrário do opositor, não tem "duas caras";</p> <p>11) Embora disposto a ajudar no que for preciso, FHC cuida para preservar o que classifica de "comportamento de magistrado". Quer manter o comportamento que se espera de um presidente. O vocábulo que emprega é "compostura";</p> <p>12) FHC manifesta o desejo de manter abertos os canais de interlocução com Lula. "Deixarei a Presidência da República, não a vida pública", afirma;</p> <p>13) Considera-se detentor de um "prestígio internacional" que pode ser útil ao país no futuro, seja qual for o nome de seu sucessor. "Quero ajudar", adiciona. É essencial, acredita, que Lula guarde uma boa impressão de sua conduta, para que não recuse o auxílio caso venha a ser eleito;</p> <p>Pelo menos um dos interlocutores ouvidos pela Folha notou uma ausência nos comentários de FHC: a autocrítica. Em nenhum momento o presidente incluiu entre os fatores que contribuem para a instabilidade do país a vulnerabilidade das contas nacionais. Nenhuma palavra, por exemplo, sobre a dívida pública de R\$ 780 bilhões, em valores de agosto.</p> <p>É como se, na sua opinião, toda volatilidade que se tem observado fosse decorrente exclusivamente da combinação do cenário internacional hostil com a percepção de que Lula está na bica de tornar-se presidente.</p>
--	--

## ANEXO-DO QUADRO-11 N25-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	17/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.860	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Propaganda eleitoral vira disputa de atrizes globais</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Com atrizes, Serra e Lula travam duelo do medo</b></p> <p>O programa eleitoral do PT de ontem à noite na TV usou a atriz Paloma Duarte, da Globo, para responder ao depoimento de sua colega de emissora, Regina Duarte, que, desde segunda-feira, aparece na propaganda de Serra afirmando ter "medo" de um eventual governo petista. Paloma disse que, ao ver Regina no horário tucano, sentiu-se "desrespeitada como eleitora". "Eu é que procurei a campanha do Lula e decidi vir aqui [na TV] para dizer como estou chocada com o terrorismo e o uso do medo nas eleições presidenciais do meu país". Referindo-se a Serra, acrescentou que "um candidato que precisa apavorar a população não merece ser presidente". Imediatamente em seguida, entrou no ar o programa do tucano, em que a candidata a vice, Rita Camata, defendia Regina Duarte. Após começar a aparecer no horário de Serra, Regina entrou em um verdadeiro fogo cruzado. Petistas a acusam de ser "medrosa" e "patrulhar" os votos. Tucanos a aplaudem por ser "corajosa" e enfrentar o "patrulhamento ideológico" da classe artística. A atriz não pára de receber e-mails e telefonemas. A maioria, segundo sua assessoria, com críticas. Entre as mensagens, há uma carta de João Felício, presidente da CUT (Central Única dos Trabalhadores), que apóia Lula. Preocupado com a influência das palavras da atriz entre os eleitores, o PT quer transformar o lançamento do programa de cultura de Lula, na segunda, no Rio, numa espécie de resposta. A idéia é reunir artistas em apoio ao petista, no Canecão, e levar as imagens ao horário eleitoral. A estratégia é sugerir ao eleitor que as palavras da atriz fazem parte de um "clima de terrorismo". "O depoimento teve repercussão negativa não pelo fato de ela apoiar Serra. Mas por ter feito coro a especuladores", disse Stepan Nercessian, presidente do Sindicato dos Atores do Rio. O ator Raul Cortez, que organizou jantar de apoio a Serra, defendeu a atriz. "Regina tem o direito de achar o que quer para o país." Para ele, o jantar em sua casa "não vingou" porque as pessoas "têm medo de dizer o que pensam e isso é um cacoete da ditadura". Nana Caymmi, que gravou jingles e depoimento para Serra, disse que criticar sua atitude é uma "cretinice". "Tem muito artista que é uma farofada de merda. Eu, se fosse a Regina, mandava todos para a porra. Isso mostra um país racista, quase fascista." Nana disse que também foi condenada quando aderiu à campanha.</p> <p>Chico Buarque, que participou do programa do PT na TV, destoou dos que apóiam Lula e também defendeu a atriz: "Ela tem direito de falar o que quiser".</p> <p>Paloma Duarte -que, apesar do sobrenome, não é parente de Regina- disse à Folha que o problema não foi a participação da colega, mas "o clima de terrorismo". "O Serra é desagregador. É dele que eu tenho medo", disse. Ontem, a propaganda tucana subiu o tom dos ataques a Lula. Continuou a bater na tecla de que o petista não quer debater com Serra e comparou Lula a um sabonete. "Quando perguntam o que ele pensa sobre certos assuntos, ele não diz, escorrega". O programa questionou o relacionamento de Lula com a CUT e o MST, afirmando que "agora ele só mostra os empresários que o apóiam".</p>

## ANEXO-DP QUADRO-11 N26-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	23/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.866	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>'Fascismo toma o país', diz Jarbas, aliado de tucano</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>'Fascismo toma conta do país', diz Jarbas</b></p> <p>O governador reeleito de Pernambuco, Jarbas Vasconcelos (PMDB), afirmou ontem, em Recife, em comício realizado com a presença do presidenciável tucano, José Serra, que "é preciso enfrentar o fascismo que está tomando conta do país".</p> <p>Sem se referir ao PT ou ao candidato Luiz Inácio Lula da Silva, Jarbas, que é um dos principais aliados de Serra no Nordeste, fez a referência e pediu às pessoas que vestissem uma camisa amarela. Em seguida, afirmou que estava "ao lado do [candidato] mais capaz e mais competente".</p> <p>Serra discursou logo depois e manteve o tom crítico. Afirmou que se "eles" [os petistas] forem eleitos "o caminho será o da frustração pelas promessas não cumpridas ou o da desestabilização econômica que as pessoas mais velhas ainda se lembram".</p> <p>O candidato tucano disse ainda que "países vizinhos mostraram que as eleições às vezes produzem mudanças para pior". Em seguida, declarou que, se eleito, vai "manter a estabilidade, mas mudar tudo o que possa significar garantia de emprego".</p> <p>"Estamos com o pé no chão", disse. Serra prometeu "refazer" a Sudene (Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste), "fazer" a Transnordestina e melhorar o transporte, a energia e a irrigação na região. Em Recife, o tucano participou do que chamou de "maior manifestação de todas as campanhas". Antes do comício, houve uma caminhada com militantes no centro da cidade.</p> <p>O evento reuniu 80 mil pessoas, segundo os organizadores, ou 20 mil, segundo a PM. A caminhada foi animada por 20 bonecos gigantes, duas orquestras de frevo e um grupo de caboclinhos, dança típica regional. Na rua, uma das integrantes do bloco, P.R.S., 15, tirou, segundo os organizadores, a parte superior de sua fantasia de índia e dançou "topless" por cerca de meia hora, sem ser incomodada pela polícia ou organizadores. Depois, colou dois adesivos de "Agora é Serra presidente" nos seios e continuou a dançar. A PM mobilizou 40 policiais da tropa de choque para acompanhar o evento, temendo um confronto com os petistas. Aliados de Lula foram à avenida com bandeiras, mas não houve confusão. Nos prédios, bandeiras e faixas vermelhas foram colocadas nas janelas para provocar os tucanos, que responderam com papéis picados jogados do alto dos edifícios.</p> <p>Durante toda a caminhada e no comício, Serra esteve acompanhado de Jarbas, do vice-presidente da República e senador eleito, Marco Maciel (PFL-PE), e do presidente nacional do PMDB, Michel Temer. No palanque, ele recebeu outros apoios, como o do deputado federal reeleito Inocêncio Oliveira (PFL-PE), que no primeiro turno apoiou o candidato do PPS, Ciro Gomes. No microfone, Serra agradeceu Inocêncio, que preferiu ficar afastado, conversando com amigos no fundo do palco. O parlamentar confirmou que votará em Serra, mas disse que considera a eleição de Lula "praticamente certa".</p>

## ANEXO-DQ QUADRO-11 N27-F

<b>NOME DO JORNAL</b>	<b>DATA</b>
Folha de São Paulo	23/10/2002
<b>Nº DA EDIÇÃO</b>	<b>EDITORIA</b>
Nº 26.866	Especial Eleições
<b>CHAMADA DE CAPA</b>	<b>Área econômica derrubou Serra, afirma Bresser</b>
<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<p><b>Economia causará derrota tucana, diz Bresser</b></p> <p>O ex-ministro Luiz Carlos Bresser Pereira, 68, afirma que a política econômica do governo Fernando Henrique Cardoso será a maior responsável pela provável derrota do candidato tucano à Presidência, José Serra.</p> <p>"Se ele [Serra] perder, como é o mais provável, sua derrota não se deve aos seus erros nem à sua personalidade, mas ao desempenho econômico do governo, que foi muito ruim, só isso", afirma.</p> <p>Apesar de ter ocupado dois ministérios no governo FHC, Bresser diz que nunca deixou de alertar o presidente Fernando Henrique Cardoso dos erros cometidos pela equipe econômica. Ele foi ministro da Administração no primeiro mandato e da Ciência e Tecnologia no segundo. Foi ainda chefe da Fazenda em 87, no governo Sarney.</p> <p>Bresser não concorda com a tese de que a reeleição tenha sido o grande erro deste governo. Para ele, os erros foram técnicos mesmo. "Foi incompetência", afirma. Sem citar o nome de Pedro Malan, diz que um dos erros do presidente foi ter mantido no governo o ministro da Fazenda quando demitiu o presidente do Banco Central, Gustavo Franco, em 99.</p> <p>Há poucos dias, Bresser Pereira apresentou, em seminário no BNDES, um trabalho de 35 páginas no qual afirma que o Brasil pode ser levado a ter que suspender o pagamento da dívida (moratória). O trabalho está disponível no site <a href="http://www.bresserpereira.org.br">www.bresserpereira.org.br</a>. Leia a seguir trechos da entrevista que concedeu.</p> <p><b>Folha - Como o sr. define o governo FHC?</b>  <b>Luiz Carlos Bresser Pereira</b> - Os resultados da economia brasileira nos anos 90 foram decepcionantes. O Brasil continuou semi-estagnado, a dívida externa e a dívida interna hoje são muito maiores do que em 1995, o desemprego é mais alto do que nunca e, agora, em 2002, vivemos uma nova crise do balanço de pagamentos. Já tivemos uma crise em 98 e agora temos outra. Tudo isso apesar da enorme esperança que nasceu com o Plano Real.</p> <p>O Plano Real foi anunciado em dezembro de 1993, a reforma monetária aconteceu em 1º de julho de 1994, e o plano de estabilização dos preços terminou no dia 31 de dezembro do mesmo ano, quando começou o novo governo. Se o governo FHC foi admirável no plano social, político e ético, no plano econômico foi muito ruim.</p> <p><b>Folha - Quais foram os erros?</b>  <b>Bresser Pereira</b> - O erro fundamental foi de agenda. A partir de 95, a equipe econômica elegeu como o grande problema do país o combate à alta da inflação, quando não era. O fundamental naquele momento era estabilizar as contas externas.</p> <p>Esse erro decorreu de havermos aceitado a estratégia de crescimento com poupança externa que constitui o cerne do que chamo o Segundo Consenso de Washington [a expressão Consenso de Washington surgiu em 89 para designar o receituário neoliberal que os países ricos consideravam</p>

necessário para o desenvolvimento das nações mais pobres]. Aceitamos sem crítica essa estratégia porque nossas elites vêm se revelando particularmente alienadas nos últimos 20 anos.

Foram erros que se encadearam. O Brasil preferiu utilizar uma âncora cambial para controlar a inflação e assim apenas agravou a instabilidade macroeconômica existente. Não foi, porém, só o Brasil que adotou essa política. Quase todos os países da América Latina fizeram o mesmo. A base desse modelo de subdesenvolvimento é o uso da poupança externa para fazer o país crescer. Essa estratégia nos foi proposta por Washington, constituindo o Segundo Consenso de Washington.

Não foram bastantes o ajuste fiscal, a abertura comercial e as privatizações, que caracterizaram o primeiro consenso. Também era preciso a abertura financeira, que não fazia parte do primeiro consenso, conforme seu próprio definidor, o economista John Williamson, deixou claro na época.

**Folha - O que caracteriza essa abertura financeira?**

**Bresser Pereira** - A abertura financeira significa deixar os fluxos de capitais livres. Não ter nenhum controle sobre a entrada de capitais e supor que o desenvolvimento do país se faça com poupança externa. O erro, porém, foi nosso. Nem os EUA, nem o Banco Mundial, nem o FMI nos forçaram a adotar essa política. Apenas a sugeriram e apoiaram. Foram nossas elites e o governo que aceitaram esse modelo de financiamento para o subdesenvolvimento.

**Folha - E por que o governo aceitou?**

**Bresser Pereira** - Por dois motivos. Em primeiro lugar, porque o populismo é atrativo e havia um componente populista importante nele. Em segundo, porque nossas elites perderam a capacidade crítica de definir e defender o interesse nacional.

**Folha - O que o sr. define como alienação das nossas elites?**

**Bresser Pereira** - As nossas elites têm se revelado extremamente incompetentes diante da crise que se abateu sobre o país desde o início dos anos 80. Há 22 anos estamos cometendo erros de política econômica insistentemente. Erros que geralmente derivam de nossa prática do "confidence building". Ou seja, fazer acriticamente tudo o que Washington e Nova York nos sugerem para construirmos confiança no exterior e obtermos crédito, mesmo que as sugestões se revelem contrárias ao interesse nacional e aos fundamentos macroeconômicos.

Ora, não é assim que se obtém crédito, mas fazendo o que nós mesmos entendemos ser necessário fazer para estabilizar a economia, e obtendo resultados. Por outro lado, uma economia como a brasileira, com uma distribuição de renda muito desigual, favorece a adoção de políticas econômicas populistas, como a que adotamos para o câmbio.

**Folha - Em que consiste essa política populista?**

**Bresser Pereira** - Essa política consistiu em aumentar salários reais através de um câmbio valorizado. Em outras palavras, decorreu da política equivocada de se contar com a poupança externa para se desenvolver. Ora, poupança externa é, tecnicamente, sinônimo de déficit em conta corrente.

Em conseqüência, valorizou-se o câmbio, aumentaram os salários reais da classe média e seu consumo, na medida em que este tem um componente de importados, e diminuiu a poupança interna. Essa política revelou-se um grande equívoco para o país.

De acordo com o Segundo Consenso de Washington, os países emergentes

que abrissem financeiramente suas economias receberiam "ajuda" na forma de poupança externa. Essa ajuda foi, na verdade, um financiamento para o subdesenvolvimento e a crise.

**Folha - O sr. acha que o país não deveria ter aceito dinheiro de fora?**

**Bresser Pereira** - O problema é que poupança externa significa déficit em conta corrente e portanto aumento da dívida externa. A poupança externa pode vir também na forma de investimento direto, que é melhor porque menos líquido, mas constitui também uma dívida, uma dívida patrimonial. E a própria dívida financeira externa nem sempre é negativa para um país.

No caso do Brasil, porém, como, de um lado, se trata de um país com alto endividamento, e, de outro, como nos anos 90 não havia grandes projetos de investimento \_o que significa que a taxa de lucro esperada era baixa, enquanto as taxas de juros são altíssimas\_, endividar-se externamente constituiu um grave erro. Em uma condição como essa as pessoas usam os recursos do financiamento para aumentar o consumo em vez de investir. Com uma taxa de câmbio mantida num nível muito baixo, o dólar fica muito barato e as pessoas aumentam seu consumo, principalmente de produtos importados. Com isso, a contrapartida da poupança externa que recebemos é a despoupança interna.

Essa estratégia só interessa aos países ricos, já que se traduz em grandes déficits comerciais dos países emergentes e permite que o sistema financeiro internacional financie esses déficits com elevadas taxas de juros. Não há nada de estranho, portanto, que o FMI tenha aprovado essa política, que afinal é populista, no México, na Argentina e no Brasil.

Se, em 95, o governo tivesse entendido que o nosso problema fundamental era o de recuperar o equilíbrio externo da economia, e não houvesse aceito a idéia de financiar seu desenvolvimento com poupança externa, não teria ocorrido o desastre de 98.

**Folha - Mas o governo mudou a política em 99.**

**Bresser Pereira** - O presidente FHC teve a coragem de ir contra o seu ministro da Fazenda e demitir o seu presidente do Banco Central, Gustavo Franco, para adotar o câmbio flutuante. Se não tivesse feito isso, hoje estaria estaríamos na mesma situação da Argentina.

Quando FHC demitiu o presidente do BC, pensava-se que a política de sobrevalorização cambial tivesse acabado. O problema é que o ministro da Fazenda continuou no cargo e o BC decidiu adotar a política de metas de inflação, que significaria, sem dúvida, um grande avanço para o país.

Entretanto, o Brasil não tinha condições de adotar uma política tão rígida quando suas contas externas permaneciam desequilibradas e sua taxa de câmbio valorizada artificialmente por uma taxa de juros muito alta.

Assim, em 2001, quando o mercado sinalizou que era hora de um novo ajuste cambial, o governo de novo violentou o mercado através da elevação da taxa de juros -que vinha num processo de queda-, vendeu US\$ 8 bilhões em títulos no mercado e ainda indexou em dólar US\$ 20 bilhões da dívida interna. Com toda essa violência, o governo conseguiu baixar o câmbio por um ano, mas apenas atrasou o ajuste externo por esse período. O mais grave, porém, foi ter aberto espaço para esta nova crise de balanço de pagamentos que estamos vivendo agora. A equipe econômica agiu de novo de forma equivocada. Os resultados estão aí.

**Folha - Esses equívocos podem ser responsáveis pelo desempenho da candidatura Serra?**

**Bresser Pereira** - Não há dúvida de que os resultados dessa política econômica equivocada dificultam o candidato do governo. Qual foi o argumento fundamental dos candidatos de oposição? A crítica à política econômica do governo. Todos eles fizeram críticas ao baixo crescimento e ao aumento do desemprego. O Serra ainda tentou mostrar os bons resultados do governo nas áreas sociais, mas não conseguiu passar ao eleitor.

**Folha - Mas o sr. foi do governo.**

**Bresser Pereira** - Durante os quatro anos e meio que estive lá, só fiquei quieto nos últimos seis meses. De janeiro de 95 até o fim do primeiro mandato, eu disse insistentemente ao presidente que a política econômica estava equivocada e precisava mudar. Serra e Paulo Renato [de Souza, ministro da Educação] diziam a mesma coisa. Cheguei a escrever notas, e falava com ele a cada 30 dias, o que era bem aborrecido para ele. Mas ele se deixou convencer pela equipe econômica.

De qualquer forma, FHC fez a mudança em 99. Não é fácil tomar uma decisão de desvalorização do câmbio. O Brasil deve isso a ele.

**Folha - A que o sr. atribui tantos erros da equipe econômica? O sr. não acha que a reeleição pode ter favorecido essa política de populismo cambial?**

**Bresser Pereira** - Eu acho que foram decisões técnicas. A reeleição não teve nada a ver com isso. A equipe econômica ficou fascinada com o canto que vinha de Washington, no qual não havia má-fé: no Norte eles não conhecem nossos problemas, mas sabem quais são seus interesses. A equipe econômica do governo foi incapaz de fazer as críticas necessárias. Os empresários também aceitaram a idéia de que o desenvolvimento da economia poderia ser financiado principalmente com poupança externa. Ora, o Brasil não pode ser dependente da poupança externa. Existem estudos que mostram que, a partir de um determinado ponto, o endividamento excessivo de um país começa a prejudicar o crescimento.

**Folha - De qualquer forma, agora, o problema é exatamente o contrário. O grande problema é o descontrole cambial?**

**Bresser Pereira** - É verdade, agora estamos com o real subavaliado. O mercado demonstrou que é mais forte e, apesar do esforço contrário do BC, a taxa de câmbio foi para o equilíbrio. Aliás, para além do equilíbrio, chegando a quase R\$ 4, e abrindo espaço para o acerto das contas externas, de forma que no plano real estamos começando a sair da crise. Hoje, já estamos com um superávit comercial de US\$ 9 bilhões ao ano.

No ano que vem, o déficit em conta corrente estará bem próximo de zero. Se os credores externos nos derem um tempo, e se conseguirmos manter um superávit primário de 3,75% do PIB, nós sairemos da crise.

**Folha - Quando o sr. acha que poderemos sair da crise?**

**Bresser Pereira** - Não sei. Diante dela o governo, corretamente, pediu socorro ao FMI e, como a função do Fundo é de prestador de última instância, apoiou o Brasil. Mas não foi suficiente. Os bancos credores ainda não estão renovando seus créditos.

O presidente chamou os candidatos para conversar, e as respostas foram satisfatórias. Agora, o BC está tomando medidas corretas para frear a especulação, mas tudo depende do que o novo presidente anunciar após a eleição.

Se as medidas anunciadas e a escolha da nova equipe forem tranquilizadoras, o crédito externo pode começar a voltar e o país sai da crise. Se, porém, mesmo assim os credores mantiverem a suspensão da rolagem da nossa dívida externa, o Brasil poderá ser forçado a suspender o

	<p>pagamento da dívida. Isto é, ser forçado à moratória, se as reservas baixarem muito ou o câmbio subir demais, que é a mesma coisa. Acho pouco provável que isso ocorra, mas, se ocorrer, é necessário que o Brasil tenha um plano B.</p> <p><b>Folha - Como seria esse plano B?</b>  <b>Bresser Pereira</b> - Temos que defender nossas empresas e nossos bancos, temos de defender o trabalho e o capital nacionais. Por isso, ele envolveria a centralização do câmbio. A partir daí, o BC só autorizaria os pagamentos externos realmente prioritários. Não podemos fazer o que fez a Argentina. Não podemos deixar a economia à mercê de um mercado que parou de funcionar. Espero que isso não ocorra, mas essa não é uma decisão nossa, e sim deles.</p> <p><b>Folha - O sr. acha que as turbulências eleitorais foram responsáveis por essa situação?</b>  <b>Bresser Pereira</b> - Houve incompetência da equipe econômica.</p> <p><b>Folha - O sr. tem medo de Lula?</b>  <b>Bresser Pereira</b> - Não. O Serra reúne melhores condições, mas não creio que o Lula venha a representar um desastre para o país. Como ele soube que para ser eleito é preciso ser moderado, sabe que para governar é necessária a mesma virtude. E deixou isso claro em sua campanha.</p> <p><b>Folha - O sr. tem esperanças de uma virada do Serra?</b>  <b>Bresser Pereira</b> - O meu desejo é que o Serra seja eleito, mas, se ele perder, como é o mais provável, sua derrota não se deve aos seus erros nem à sua personalidade, mas ao desempenho econômico do governo, que foi muito ruim.</p>
--	---