

**ISA MARIA CAVALCANTI DIAS DA SILVA**

**IMPrensa E PODER: (IM)PARCIALIDADE E ÉTICA NA MÍDIA  
IMPRESSA NAS ELEIÇÕES 1998 EM PERNAMBUCO**

**Recife, novembro / 2002**

ISA MARIA CAVALCANTI DIAS DA SILVA

**IMPrensa E PODER: (IM)PARCIALIDADE E ÉTICA NA MÍDIA  
IMPRESSA NAS ELEIÇÕES 1998 EM PERNAMBUCO**

Dissertação apresentada ao  
Mestrado em Ciência Política do  
Centro de Filosofia e Ciências  
Humanas da Universidade Federal de  
Pernambuco – UFPE para obtenção  
do título de Mestre.

**Orientador: Prof. Dr. Marcos Costa Lima**

Recife, novembro / 2002

**ISA MARIA CAVALCANTI DIAS DA SILVA**

**IMPrensa E PODER: (IM)PARCIALIDADE E ÉTICA NA MÍDIA  
IMPRESSA NAS ELEIÇÕES 1998 EM PERNAMBUCO**

**Comissão examinadora formada pelos seguintes professores:**

---

Prof. Dr. Marcos Costa Lima

Orientador

Universidade Federal de Pernambuco / PPGCP / DCS

---

Prof. Dr. Michel Zaidan

Examinador Interno

Universidade Federal de Pernambuco / PPGCP / Depto. de História

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Luísa Pontual Costa e Silva

Examinador Externo

Faculdade Integrada do Recife - FIR

Aos três grandes homens de minha vida:

Meu pai (*in memoriam*), grande mestre, que me ensinou o amor pelo Saber e a paixão pelo jornalismo e pela política.

Meu filho Flávio, pela paciência comigo durante as longas horas diárias que me dediquei a este trabalho.

Meu grande amor, Adilson, que me incentivou e apoiou com tanto carinho e doçura.

## AGRADECIMENTOS

- Ao meu orientador, Marcos Costa Lima, pela orientação firme e amiga;
- Ao professor Michel Zaidan, pela amizade e pelo incentivo desde antes do meu ingresso no Mestrado;
- Ao professor Luciano Oliveira, pelos toques e sugestões imprescindíveis; bem como aos demais professores do Mestrado;
- Às professoras Tina e Cris, do Mestrado de Comunicação, que me introduziram na teoria e prática da Análise do Discurso;
- Aos colegas de mestrado, principalmente o “Grupo dos 13”, com quem tive a oportunidade de praticar a Ciência Política;
- À grande Amarílis, e demais funcionárias da secretaria do Mestrado, pelo apoio nas horas complicadas;
- À Capes, pela bolsa, sem a qual seria impossível me dedicar à difícil dupla jornada de ser mãe e estudante;
- Aos colegas Ciro Rocha e Ricardo Leitão, do Diário de Pernambuco, e Laércio Portela, e Ivanildo Sampaio, do Jornal do Commercio, pelas longas entrevistas concedidas, apesar da correria da profissão;
- Ao jornalista e amigo Heitor Rocha, pelas gostosas conversas e dicas bibliográficas;
- A Berenice, Bitu e demais amigas iogues, pela força, carinho e amizade, sem as quais eu não teria conseguido vencer essa difícil jornada;
- Enfim, a todos os amigos que entenderam minha reclusão e às vezes tiveram que agüentar meu mau humor.

## ÍNDICE

	Pag.
Introdução	10
- Procedimentos metodológicos	15
Capítulo 1 – Mídia e poder	19
- A linguagem como instrumento de poder	21
- O poder simbólico	22
- A reificação da informação	24
- A árvore das ideologias	25
- Análise do discurso: uma apresentação	30
Capítulo 2 – A construção da hegemonia e o mito da modernidade	35
- Novos tempos	38
- Mito e discurso político	41
- O novo mito político	44
Capítulo 3 – A imprensa local e a cobertura do processo eleitoral 1998	50
- Política de papel	53
- Os jornais locais	57
- A história política de Pernambuco	62
- A eleição de 1998 em Pernambuco	68
Capítulo 4 – Imparcialidade na imprensa: uma análise do discurso	73
- A campanha nas ruas	79
- Discurso dos candidatos: as palavras-pivô	80
Conclusão	94
Bibliografia	97
ANEXOS	107

## SUMÁRIO

A partir da análise do que foi publicado nos dois maiores jornais de Pernambuco durante a eleição de 1998 para governador do estado, buscamos desmistificar o discurso da neutralidade e da transparência no exercício do jornalismo. Usamos para isso a Análise do Discurso tal como é entendida pela chamada Escola Francesa, que vê a língua não como sistema ideologicamente neutro, mas como o lugar privilegiado de manifestação de posições enunciativas “atravessadas” por elementos diversos. Assim, o presente trabalho pretende prestar uma contribuição para o estudo da produção jornalística local, já que entendemos que esta é também uma prática política.

**Palavras-chave:** mídia, mídia impressa, poder simbólico e parcialidade; Análise do Discurso e eleições 1998 em Pernambuco.

## ABSTRACT

This project intends to serve as a contribution to the study of the local journalistic production, since it is understood by this author that this is also a political practice. From the analysis of what was published in the two largest newspapers in Pernambuco - Jornal do Commercio and Diario de Pernambuco - during the 1998 election for governor, the author seeks to demystify the supposed neutrality and transparency in the practice of journalism, using, to this purpose, Discourse Analysis as understood by the so-called French School, which sees language not as an ideologically neutral system, but as a privileged place for the manifestation of speech positions crossed by diverse elements.

**Key words:** media, press media, symbolic power and partiality; Discourse Analysis and the 1998 election for governor in Pernambuco.

**“Ele não mudava de opinião, era a opinião que mudava nele, imperceptivelmente e sem que se apercebesse. Aliás, ele não escolhera suas opiniões políticas, elas tinham chegado a ele automaticamente, assim como, longe de escolher um chapéu ou uma roupa, ele envergava automaticamente o que todo mundo usava. Assim, o liberalismo se tornara pra ele um hábito e amava seu jornal tanto quanto amava seu charuto depois do jantar – por causa da ligeira névoa que produzia em seu cérebro.”**

Tolstoi

*in Ana Karenina*

## INTRODUÇÃO

No final do Século XX, a indústria cultural do capitalismo conseguiu solidificar novos conceitos, como o da globalização, como um processo civilizatório inexorável, ao contrário de fenômenos em marcha e eminentemente ideológicos que na realidade o são. Para funcionar e ser aceita como lógica e incontestável a indústria cultural precisa de um discurso aceitável pelo grande público. E para a propagação desse discurso em larga escala, faz uso do poder simbólico dos meios de comunicação de massa.

É dessa relação entre a mídia e as novas idéias difundidas incontestavelmente pela chamada “grande imprensa” que iremos tratar neste trabalho. E vamos tratar dessa relação em um contexto determinado: o de disputa político-eleitoral no Brasil em 1998.

Durante a última eleição daquele século, a ideologia neoliberal se apropriou do conceito de “moderno”, transformando a oposição entre “modernidade” e “atraso” num dos eixos fundamentais do debate político, em substituição ao antigo paradigma que definia claramente ideologias “de direita” e “de esquerda”. Isto aconteceu tanto em nível nacional, na disputa pela presidência da República, quanto nas eleições majoritárias para governador dos estados da federação.

Para exemplificar nossa hipótese, trataremos do caso específico do **processo eleitoral em Pernambuco** para a escolha do governador do Estado. O raciocínio central aqui exposto é que para entendermos o fenômeno político-eleitoral de 1998 no estado, precisamos analisar as mudanças pelas quais passou

Pernambuco na última década, processo este inserido dentro de um conjunto de mudanças ocorridas no Brasil e no mundo desde a consolidação do ideário neoliberal após o Consenso de Washington e a conseqüente globalização da economia internacional.

Dentre o conjunto de fenômenos que influenciam a construção do discurso político local do final do século passado, estão episódios emblemáticos dessa mudança, ocorridos distantes da realidade local, tais como a queda do Muro de Berlim, os protestos da Praça da Paz Celestial e a falência dos regimes comunistas no Leste Europeu, que ao serem exibidos – e explorados – pela mídia adquiriram um novo significado simbólico.

Compreendemos também que se quisermos entender essas transformações políticas e culturais pelas quais passou Pernambuco e o Brasil, devemos reservar um papel de destaque para o desenvolvimento da mídia, seu poder simbólico e seu impacto. A política contemporânea lida cada vez mais com imagens públicas construídas através dos meios de comunicação. Estudiosos das relações entre comunicação e a política salientam que o estudo desta última deve passar obrigatoriamente pela representação construída pela mídia. Buscando elucidar esse processo, observamos que, em uma “democracia midiática” como a nossa, a política é antes de tudo uma luta simbólica, na qual cada ator político procura monopolizar a palavra pública ou, pelo menos, fazer triunfar a sua visão do mundo e impô-la como a visão correta ou verdadeira ao maior número possível de pessoas (CHAMPAGNE 1998:23).

*O primeiro capítulo desta dissertação discute teoricamente os conceitos de Mídia, ideologia e Poder - em especial o poder simbólico - a ligação entre*

*esses elementos e a ética – ou a sua falta - que permeia essa relação. No intuito de melhor compreender o desenvolvimento da política a seguir procuramos explicitar as idéias de “poder” e “ideologia” tal como são propostas por John B.Thompson, o mais importante interlocutor de língua inglesa de Habermas e Bourdieu.*

No **capítulo dois** analisamos a construção de um discurso hegemônico e alguns mitos políticos da sociedade moderna. Defendemos aqui a hipótese que as reestruturações que ocorreram na última década do século passado - e ainda estão ocorrendo - a nível internacional implicam em mudanças de paradigmas socio-político-econômicos de cidades e estados e, assim, influenciam os processos político-eleitorais locais. A vitória ideológica do *Consenso de Washington* não permitiu que qualquer projeto que se proclamasse de esquerda – fosse em nível nacional ou local - lograsse êxito em 1998. Essa nova ideologia, fruto dos novos arranjos geopolíticos em nível internacional, será vista como um dos aspectos que levou à vitória da União por Pernambuco no estado, bem como à de FHC em nível nacional.

A ideologia neoliberal sustentava em 1998 que a escolha era óbvia: existia somente um via para a modernidade e o desenvolvimento e os proponentes dessa ideologia não aceitam contestação. Os que ousaram se rebelar contra a ideologia de mercado, que parece ter alcançado uma hegemonia intelectual incontestada, não tiveram espaço na mídia, ou o tiveram de forma deturpada, já que seriam os representantes do “atraso”. E foi assim, em torno do “senso comum” que se estruturou a maior parte das notícias veiculadas pelos meios de comunicação.

Naquele ano, durante a campanha que antecedeu a última eleição do século, a oposição entre modernidade e atraso transformou-se num dos eixos fundamentais do debate político. Seis candidatos disputaram a vaga de governador do Estado, e – fenômeno histórico que se repete a cada eleição em Pernambuco - duas frentes político-ideológicas majoritárias se destacaram, polarizando o pleito para o governo do Estado.

O passado dos candidatos, suas trajetórias políticas e os arranjos eleitorais foram ignorados. A idéia vigente naquele ano era a necessidade de eleger o candidato capaz de, juntamente com o presidente Fernando Henrique Cardoso, levar o estado de Pernambuco rumo à “modernidade”. É interessante ressaltar aqui que o termo na verdade não exprime muita coisa. Para o Aurélio, por exemplo, “Modernidade” e/ou “Moderno” são sinônimos e ambos significam “relativo aos tempos atuais ou mais próximos de nós; recente; atual, presente, hodierno; que está na moda”.<sup>1</sup>

Já no **terceiro capítulo**, nos debruçaremos sobre as particularidades do veículo *jornal impresso*, diferenciando-o dos demais meios de comunicação de massa, bem como delineamos o cenário histórico-político das Eleições de 1998 em Pernambuco, comparando-o com o de outras eleições. Entendemos que a cultura política condiciona, em grande parte, a apresentação de um determinado discurso político na mídia. E este último ajuda a modificar a cultura política, ou seja, o contexto do qual o discurso político se nutre e que lhe dá significado, ajudando a forjar o imaginário coletivo.

Assim, a compreensão da forma como o discurso político dos dois mais votados candidatos a governador de Pernambuco em 1998 foi construído, entendido e posteriormente reproduzido na mídia impressa pretende contribuir para o entendimento da cultura política local. Também reservamos este capítulo para traçarmos uma análise política dos dois jornais, detalhando diferenças e semelhanças entre um e outro e suas ligações com determinados grupos político-ideológicos.

No **capítulo quarto** nos deteremos à análise do discurso do material impresso publicado na mídia local naquele ano eleitoral, coletado durante a pesquisa. A partir da Análise do Discurso - tal como é entendida pela chamada Escola Francesa, que vê a língua não como sistema ideologicamente neutro, mas como o lugar privilegiado de manifestação de posições enunciativas “atravessadas” por elementos diversos, entre eles a ideologia - do que foi publicado nos dois maiores jornais de Pernambuco - Jornal do Commercio e Diário de Pernambuco - durante o período, buscamos desmistificar o discurso dos dois principais atores políticos do Estado naquele momento (candidatos concorrentes ao cargo eletivo majoritário) e analisar o atrelamento da mídia impressa aos conceitos e idéias em voga.

Finalmente, na **conclusão**, avaliamos e aprofundamos as hipóteses sugeridas ao longo do trabalho, notadamente no que diz respeito ao papel da mídia impressa durante um processo eleitoral e a sua relevância. Acreditamos que o estudo da parcialidade do jornalismo político pode ser aprimorado pela Análise

---

<sup>1</sup> **HOLANDA**, Aurélio Buarque de. *Novo Dicionário Aurélio de Língua Portuguesa*,

do Discurso, bem como complementado pela análise quantitativa dos textos político-jornalísticos.

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para integrar a pesquisa, foram escolhidos os dois jornais de maior circulação no estado: **Diário de Pernambuco (DP)** e **Jornal do Commercio (JC)**. Em cada um desses veículos de imprensa foi feita a análise discursiva das matérias<sup>2</sup> publicadas na Primeira Página e no caderno de Política, no período compreendido entre 01 de fevereiro e 07 de outubro de 1998. Um terceiro jornal local, Folha de Pernambuco, foi propositadamente deixado de fora da pesquisa por apresentar um perfil editorial dirigido a um outro público (classes C e D) e – talvez por essa razão - restringir o espaço dado ao tema “Política”, relegando-o a espaços menores e menos nobres do veículo, que não a capa e o primeiro caderno.

Visto que a prática da política não se expressa apenas ao espaço a ela dedicado, recorreremos algumas vezes aos cadernos de *Economia* e assuntos locais (*Vida Urbana / Cidades*, respectivamente no DP / JC) quando chamadas de capa remeteram a reportagens que tratavam de assuntos que, mesmo não estando diretamente relacionados ao tema eleição, situavam o contexto histórico-cultural em que se desenrolou a campanha eleitoral.

Ao optarmos pela escola francesa da **análise do discurso** como principal procedimento metodológico, deixamos de lado o conceito de língua como sistema ideologicamente neutro e passamos a ver a língua como o lugar privilegiado de

---

Nova Fronteira [1995]

<sup>2</sup> Termo genérico usado para definir qualquer texto que se produz para jornal.

manifestação de posições enunciativas, como “arena da luta de classes” (BAKHTIN: 1986). Utilizando o conceito da análise do discurso de que todos os ingredientes lingüísticos do discurso (palavras, enunciados, etc.) são “atravessados” por elementos históricos cruciais na determinação dos sentidos, entre eles a ideologia, buscamos responder a indagações do tipo ‘por que no texto se disse uma coisa e não outra?’ ou ‘por que se diz de certa forma e não de outra?’ e pesquisamos fatores externos que pudessem justificar essas escolhas.

Devido à extensão do material a ser analisado, que forma o *corpus* teórico da pesquisa, dividimos o conteúdo em dois *corpus*:

- 1- O primeiro, que chamamos de ***corpus ampliado*** do trabalho, é formado por todas as matérias coletadas e que no período acima mencionado se reportam a algum dos dois candidatos majoritários ao governo de Pernambuco, ou são referentes de alguma maneira ao tema “eleição para governador 98” ou que nos dão noção da atmosfera eleitoral;

O *corpus* ampliado de nossa pesquisa foi dividido por temas, assuntos ao nosso ver preponderantes no resultado da eleição, tais como violência, privatização, precatórios, pesquisa eleitoral, entre outros.

- 2- O ***corpus restrito***, em anexo no final do trabalho, corresponde às matérias publicadas nos dias de domingo nos jornais mencionados. A escolha de tal dia deve-se ao fato de que observamos ser aos domingos onde é publicado o maior número

de matérias assinadas, entrevistas com os candidatos e análise minuciosas dos fatos políticos da semana. A análise mais detalhada das matérias, de caráter qualitativo e interpretativo, limitou-se a esse *corpus*, o restrito.

Como parâmetro de análise mais técnica do conteúdo publicado usamos o “Novo Manual da Redação” (1993) do jornal Folha de São Paulo, onde está condensada uma concepção padrão de jornalismo moderno. No mais comumente chamado “Manual da Folha” estão especificadas as normas e recomendações básicas que orientam a confecção de um jornal, da política editorial até aspectos da indústria gráfica, passando por todas as fases da sua produção jornalística. Já que os impressos locais não possuem tal recurso material que norteie suas atividades, recorreremos também a entrevistas com os diretores de redação do DP e JC, Ricardo Leitão e Ivanildo Sampaio, respectivamente, e com os então editores de Política Laércio Portela (DP) e César Rocha (JC) donoso que nos permitirá captar informações acerca de determinados padrões de comportamento internos dos dois jornais.

A técnica da entrevista também foi usada com o cientista político Michel Zaidan Filho, coordenador do Programa de Mestrado de Ciência Política da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE em 1998. A razão de entrevistar o professor Zaidan é que ele aparece por diversas vezes como entrevistado em matérias dos dois jornais, analisando o processo eleitoral daquele ano.

O segundo recorte metodológico efetuado no *corpus* tomou como base a análise comparativa entre o DP e JC . O método comparativo, utilizado em todas

as fases da pesquisa e nos diversos níveis de investigação, possibilitou a obtenção de um diagnóstico descritivo local, através de uma analogia entre os assuntos que aparecem (ou simplesmente desaparecem completamente) num jornal ou noutro e o tratamento dado ao mesmo assunto quando este aparece em ambos os jornais.

*A análise documental do material analisado (jornais do período) exigiu consultas à Internet e posteriormente ao Arquivo Público e ao Centro de Documentação da Fundação Joaquim Nabuco - Fundaj, já que ao ser passado para a Internet, o jornal impresso perde suas características intrínsecas, se transformando em um outro veículo. Além disso, o espaço que o texto ocupa na página (diagramação) pode ser um indicador do grau de importância dada pelo jornal ao discurso de cada candidato. É bom lembrar que espaço equitativo não é sinônimo de tratamento igualitário. Assim, a disposição do material jornalístico no conjunto das páginas (diagramação) também foi analisado.*

## **CAP. 1 - MÍDIA E PODER**

*“O mundo da política não leva ao céu, mas sua ausência é o pior dos infernos.”*

Maquiavel

Nas sociedades modernas, a natureza e a abrangência da produção e circulação das formas simbólicas mudou numa escala antes inimaginável. Apesar da crescente importância da comunicação de massa no mundo ocidental, ainda é insipiente a atenção dada pela teoria política ao assunto. Cientistas políticos na maioria das vezes relegam o estudo dos meios de comunicação aos teóricos da comunicação. Resultado dessa abordagem distorcida de divisão disciplinar são estudos que dão à comunicação um enfoque meramente lingüístico ou semiótico. E por outro lado estudos sobre a política que relegam a um segundo plano o papel desempenhado pelos meios de comunicação nos processos político-eleitorais.

Os fenômenos sociais podem ser vistos como ações institucionais levadas a cabo em “contextos sociais estruturados” (HABERMAS, 1984). Isso valeria dizer que a vida social é composta de indivíduos que agem dentro de um conjunto de circunstâncias previamente dadas, que proporcionam a diferentes indivíduos diferentes inclinações e oportunidades. Estes conjuntos de circunstâncias podem ser conceituados como “*campos de interação*” (BOURDIEU, 1983:89). De acordo com este conceito de Bourdieu, os indivíduos se situam em diferentes posições dentro destes campos, dependendo do tipo e da quantidade de recursos disponíveis para eles.

As instituições do estado moderno e as numerosas outras organizações de poder institucionalizado (partidos políticos, imprensa, grupos de pressão, etc.),

que nas sociedades modernas ocupam o território comumente chamado de política, são territórios importantes de poder e dominação. A posição que o indivíduo ocupa dentro do campo (ou instituição) está muito estreitamente ligada ao *poder* que ele possui. Tomamos aqui o conceito de Thompson de *poder* como a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas conseqüências (THOMPSON, 1999: 21). No exercício do poder, os indivíduos empregam os recursos que lhe são disponíveis. Recursos, ainda segundo Thompson, são os meios que lhe possibilitam alcançar efetivamente seus objetivos e interesses. Ao acumular recursos dos mais diferentes tipos, os indivíduos podem aumentar seu poder. Existem recursos controlados pessoalmente e há também recursos acumulados dentro de organizações institucionais, que são bases importantes para o exercício do poder.

Entendido assim de modo genérico, o poder é um fenômeno social penetrante, característico de diferentes tipos de ações, desde as reconhecidamente políticas até os encontros mais prosaicos entre indivíduos na rua. Se hoje associamos mais estreitamente poder à política é porque os estados se tornaram centros particularmente importantes de concentração de poder no mundo moderno, e continuam a sê-lo apesar de seu enfraquecimento nas últimas décadas. Mas a importância das instituições estatais não nos deve ocultar o fato de que o poder manifesto politicamente é somente uma forma mais especializada de poder, e de que os indivíduos normalmente exercem poder em vários contextos que pouco ou nada têm a ver com o estado. Assim fazendo, estes indivíduos exprimem – e ajudam a tornar relativamente estáveis – as relações ou redes de

poder e dominação entre si e os demais indivíduos que ocupam diferentes posições nos campos de interação.

### **A linguagem como instrumento de poder**

Isso posto, é importante agora fazermos uma distinção entre as diversas formas de poder. Procuramos distinguir, além do poder “político”, outros três principais tipos de poder: o “econômico”, o “coercitivo” e o poder “simbólico”, sendo sobre este último o qual nos deteremos mais amiúde, já que nele está inserida, entre outras, a indústria da mídia, objeto de nosso estudo. Antes de entrarmos na definição das formas de poder propriamente dita, é importante salientar que esta distinção entre os diversos tipos de poder é de caráter essencialmente analítico. Ela reflete os diferentes tipos de atividades nas quais os seres humanos se ocupam e os diversos tipos de recursos que se servem no exercício do poder. Mas na realidade estas diferentes formas de poder comumente se sobrepõem de maneiras complexas e variadas.

Uma empresa comercial na área de comunicação, por exemplo, implica uma mistura complexa de diferentes tipos de atividades, recursos e poder, ainda que direcionada essencialmente para a acumulação de determinados recursos, e o exercício de certa forma de poder, o simbólico, como veremos mais adiante. A estas instituições, que proporcionam bases privilegiadas para o exercício de certas formas de poder, chamaremos de “instituições paradigmáticas”. A instituição paradigmática, por exemplo, do poder político é a que conhecemos como Estado: instituição que se dedica essencialmente à coordenação e à regulamentação , e

que desempenham tais atividades de maneira relativamente centralizada dentro de um território mais ou menos circunscrito.

Historicamente, o Estado vem passando por várias transformações em relação ao seu papel e ao dimensionamento de seu poder, análise essa sobre a qual não nos interessa detalhar nesse trabalho. O importante aqui é salientar que - desde os tradicionais estados imperiais, passando pelas cidades-estado da idade clássica, até as modernas formas de estado-nação - todos os estados são essencialmente sistemas de autoridade e implicam num complexo sistema de regras e procedimentos que autorizam (ou reprimem) indivíduos ajam de determinada maneira. E também, como observou Max Weber, que a capacidade do estado de exercer sua autoridade depende de sua capacidade de exercer duas formas relacionadas e ao mesmo tempo distintas de poder: o coercitivo e o poder simbólico.

### **O Poder Simbólico**

Dentre os quatro tipos de poder descritos por Thompson (econômico, político, simbólico e coercitivo), o que nos interessa analisar aqui com maior afinco é o poder “simbólico”, ou “cultural”. Ele nasce na atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas. É importante não esquecermos que, tal como a atividade produtiva, a coordenação dos indivíduos e a atividade coercitiva, a atividade simbólica é característica fundamental da vida social. Os indivíduos são continuamente envolvidos na troca de informações de conteúdo simbólico. A fazerem isso, se servem de recursos que passarão a ser descritos aqui como “meios de informação e de comunicação”. Tais recursos

incluem os meios técnicos de fixação e transmissão, as habilidades, competências e formas de conhecimento empregadas na produção, transmissão e recepção da informação e do conteúdo simbólico, o que Bourdieu<sup>3</sup> chama de “*capital cultural*”; e ao “*capital simbólico*”, ou seja, o prestígio acumulado, o reconhecimento e o respeito tributados a alguns produtores culturais ou instituições. Os indivíduos se servem destas e de outras fontes na produção de formas simbólicas, a fim de realizar ações que possam intervir no curso dos acontecimentos, com conseqüências as mais diversas: as ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrever. Usaremos aqui a expressão “poder simbólico”<sup>4</sup>, tomada de Bourdieu, para nos referirmos a esta capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas.

Há uma grande variedade de instituições que assumem um papel particular na acumulação dos meios de informação e comunicação, entre as quais as instituições religiosas, instituições educacionais e finalmente o que nos interessa analisar neste trabalho, instituições da mídia impressa. Estas se orientam para a produção em larga escala e a difusão generalizada de formas simbólicas no espaço e no tempo. Assim como as demais instituições culturais, as instituições da mídia impressa forneceram os recursos materiais e financeiros, e forjaram os meios com os quais a informação e o conteúdo simbólico são produzidos e distribuídos pelo mundo social.

---

<sup>3</sup> Cf Thompson, J. B., *A Mídia e a Modernidade*, (Petrópolis: Vozes, 2ª ed, 1999) p. 24

<sup>4</sup> O uso que fazemos aqui desta expressão se diferencia em muitos aspectos da maneira usada por Bourdieu, especialmente que o exercício do poder simbólico pressupõe uma forma de “desconhecimento”.

## **A reificação da informação**

A Imprensa por vezes se submete a fatores externos de pressão de grupos oligárquicos, alheios à verdade dos fatos, deixando de publicar informações que são de interesse da população. A mídia constitui-se hoje, em sua esmagadora maioria, de empresas privadas onde a notícia é uma mercadoria e que, como quaisquer outras, objetivam o lucro. E como tal possui os grandes clientes (os anunciantes, em sua maior parte estatais). Assim, a mídia por vezes se submete a fatores externos de pressão de grupos, deixando de publicar informações que são de interesse da população em favor do lucro, seja ele financeiro ou político. Porém, não se pode esquecer que, por mais que no capitalismo moderno a notícia seja também uma mercadoria – que obedece a um processo de produção e se personifica em papel, letras, sons etc. –, ela o é de um tipo especial, pois, tanto o seu conteúdo como a forma de expressá-lo podem alterar os embates cotidianos que se travam na sociedade.

Defendemos aqui a concepção da notícia como uma construção social da realidade, ao invés de um espelho da realidade, como defendem alguns autores que entendem a “objetividade” como um elemento-chave da atividade jornalística. Dentro desta concepção, o máximo que se admite é a possibilidade de que as notícias reflitam o ponto de vista de quem as escreve, ou seja, os jornalistas.

Para isso, tomamos aqui o conceito de BAKHTIN (1986) de que todo enunciado que se refere à realidade, ao refleti-la de certa maneira, necessariamente também a refrata de certa maneira. Nesse contexto, o jornalista

---

(méconnaissance) por parte daqueles que são submetidos a ele. O exercício do poder simbólico é muitas

não será quem comunica a outrem o conhecimento da realidade, mas também quem o produz e reproduz. Na elaboração de seu texto, o jornalista vai utilizar procedimentos de seleção e combinação, mediante unidades que, articuladas, vão se transformar em mensagens, ou, de um modo mais abrangente, em discursos sociais. Esta atividade não se dá apenas no campo do restrito do código lingüístico, mas no campo da **ideologia**, uma vez que o sujeito se defronta com outros códigos – ou outros discursos – dos quais se utiliza para a constituição de suas unidades discursivas. Do trabalho de operar com vários discursos e de somar a isso o seu conteúdo ideológico é que resultam construções que no jargão jornalístico chamamos de notícias.

#### **“A árvore das ideologias está sempre verde”<sup>5</sup>**

As palavras e frases impressas num jornal são formadas a partir de idéias que parecem resultar do puro esforço intelectual, de uma elaboração teórica objetiva e neutra, de meros conceitos nascidos da observação científica e da especulação metafísica, sem qualquer laço de dependência com as condições sociais e históricas. Mas idéias são, na verdade, *“expressões dessas condições reais, porém de modo invertido e dissimulado”* (CHAUÍ, 1983: 16). Assim jornalistas pretendem, com palavras, explicar a realidade. Sem se perceber que são essas idéias que precisam ser explicadas pela realidade.

Os homens produzem idéias ou representações pelas quais procuram explicar e compreender sua própria vida individual, social, suas relações com a natureza e com o sobrenatural. Essas idéias ou representações, no entanto,

---

vezes uma crença comum e ativa cumplicidade entre os atores envolvidos.

<sup>5</sup> Bobbio, Norberto (1994)

tenderão a esconder dos homens o modo real como suas relações sociais foram produzidas e a origem das formas sociais de exploração econômica e de dominação política. A esse ocultamento da realidade social chamamos de ideologia. Marilena Chauí (1983: 10 -11) complementa nossa linha de pensamento ao lembrar que *“um dos traços fundamentais da ideologia consiste em tomar as idéias como independentes da realidade histórica e social, de modo a fazer com que tais idéias expliquem aquela realidade, quando na verdade é essa realidade que torna compreensíveis as idéias elaboradas”*.

Não significa supor que há de um lado a “coisa” física e material e de outro a “coisa” com idéia ou significação. Não há de um lado a coisa em si e de outro a coisa para nós, mas o entrelaçamento do físico-material e da significação, a unidade de um ser e seu sentido, fazendo com que aquilo que chamamos “coisa” seja sempre um *campo significativo* (CHAUI, 1983: 17).

Partimos da premissa de que o costumamos chama de “real” não é um dado sensível nem um dado intelectual, mas é um processo, um movimento temporal de constituição dos seres e de suas significações, e esse processo depende fundamentalmente do modo como os homens se relacionam entre si e com a natureza, que constituem as relações sociais, algo produzido pelos próprios homens, ainda que não tenham consciência de serem seus únicos autores. Portanto, é das relações sociais, que devemos partir para compreender o que, como e por que os homens agem e pensam de maneiras determinadas, em determinados momentos históricos.

O conceito de ideologia passou por muitas transformações nos dois séculos que se seguiram até os dias atuais. Parte dos motivos deste conceito ser tão

ambíguo hoje, dele ter tantas acepções e nuances diferentes, deve-se ao fato de este conceito ter percorrido um caminho longo e sinuoso desde que foi introduzido nas línguas européias, há dois séculos atrás: a multiplicidade de significados que ele tem hoje é um produto de seu itinerário histórico. Mas há outro fator que exacerba sua ambigüidade.

Na literatura da teoria social e política das duas últimas décadas, mais ou menos, houve duas respostas comuns à herança ambígua do conceito de ideologia. Uma resposta foi tentar domar o conceito. Isso implicou, geralmente, uma tentativa explícita ou implícita de tirar do conceito seu sentido negativo e incorporá-lo num conjunto de conceitos descritivos empregados pelas ciências sociais. Tal resposta criou o que hoje pode se chamar de *concepção neutra* da ideologia. De acordo com essa concepção, as ideologias podem ser vistas como ‘sistemas de pensamento’, ‘sistemas de crenças’, ou ‘sistemas simbólicos’, que se referem à ação social ou à prática política.

Dentro desta concepção, nenhuma tentativa é feita no sentido de distinguir entre os tipos de ação ou projetos que a ideologia incentive. Essa linha de pensamento pode ser exemplificada pela tendência de pensar a ideologia em termos de “ismos”: conservadorismo, populismo, comunismo, stalinismo, marxismo, etc. Esses e outros sistemas de pensamento – essas “ideologias” – poderiam ser categorizados e analisados, tentam nos fazer crer os ideólogos dessa doutrina, sem que seja implicado nenhum juízo de valor pejorativo a esses sistemas de pensamentos.

A segunda resposta a essa herança ambígua do conceito de ideologia foi a de simplesmente abandonar o conceito. Os que pregam o fim da ideologia

argumentam que o conceito seria demasiado ambíguo, muito controvertido e exageradamente marcado por uma história em que ele foi usado e abusado de diferentes modos, a tal ponto que ele não se prestaria mais nos dias atuais para uma análise política eficaz. Nas últimas décadas esta resposta ganhou terreno entre alguns pensadores políticos e sociais, em especial aos defensores da teoria da escolha racional, em grande parte como resultado de uma contestação intelectual ao marxismo, com o qual o conceito de ideologia está estritamente ligado.

A proposição que desenvolvemos aqui difere dessas duas anteriores. Sustentamos, diferentemente da segunda resposta, que o conceito de ideologia permanece uma noção útil e importante para a análise política. Mas, também diferentemente da primeira resposta, enxergamos que, na tentativa de despojar o termo ideologia do seu sentido negativo, foi menosprezado um conjunto de problemas em relação aos quais esses conceitos procurou chamar nossa atenção. Usamos então a definição de ideologia de Thompson (1990: 63), o que ele chama de uma *concepção crítica* do termo. Tal concepção mantém a conotação que foi trazida pelo conceito através da maior parte da sua história e liga a análise da ideologia à questão da crítica.

Na reformulação do conceito de ideologia, Thompson procura reenfocar esse conceito numa série de problemas que se referem às inter-relações entre sentido (significado) e poder. Como explica o próprio Thompson (1990: 15 – 16):

“O conceito de ideologia pode ser usado para se referir às maneiras como o sentido (significado) serve, em circunstâncias particulares, para estabelecer e sustentar relações de poder que são sistematicamente assimétricas – que eu chamarei de ‘relações de dominação’. Ideologia, falando de uma maneira mais

ampla, é *sentido a serviço do poder*. Conseqüentemente, o estudo da ideologia exige que investiguemos as maneiras como o sentido é construído e usado pelas formas simbólicas de vários tipos, desde as falas lingüísticas cotidianas até às imagens e aos textos complexos. Ele exige que investiguemos os contextos sociais dentro dos quais essas formas simbólicas são empregadas e articuladas. Ele requer que perguntemos se – e, se for o caso, como – o sentido é mobilizado pelas formas simbólicas em contextos específicos, para estabelecer e sustentar relações de dominação”.

O diferencial do estudo da ideologia proposto por Thompson está exatamente nesta última questão: ele exige que perguntemos se o sentido, construído e usado pelas formas simbólicas, serve ou não para manter relações de poder sistematicamente assimétricas. Assim, somos desafiados a estudar as formas simbólicas sob a luz das relações sociais estruturadas, cujo emprego e articulação podem ajudar, em circunstâncias específicas, a criar, alimentar, apoiar e reproduzir conceitos e idéias difundidos em determinado momento histórico, inseridos em determinado contexto social.

A reformulação proposta por Thompson também nos possibilita entender que as formas simbólicas, ou sistemas simbólicos, não são ideológicos *per si*. O que faz deles serem ideológicos ou não depende da maneira como eles são usados e entendidos em contextos sociais específicos. Ao estudar a ideologia que permeia os textos jornalísticos através da Análise do Discurso, não estamos simplesmente interessados em categorizar e analisar um sistema de pensamento ou crença, nem em analisar uma forma ou sistema simbólico em si mesmo. Ao contrário disso, estamos mais interessados no que podemos chamar de *usos sociais das formas simbólicas*.

Tal enfoque pode levar-nos a olhar uma forma simbólica ou um sistema como mantedor do *status quo* em um determinado contexto e noutra como radical, subversivo ou contestador. Pode levar-nos a ver o discurso sobre globalização, por exemplo, como ideológico ou necessário, dependendo do contexto em que esteja inserido. A análise das formas simbólicas como ideológicas nos pede que as analisemos em relação aos contextos sócio-políticos e históricos específicos nos quais elas são empregadas e persistem.

Ao concentrar o estudo da ideologia no terreno das formas simbólicas contextualizadas, analisando as maneiras como as formas simbólicas são usadas para estabelecer e sustentar relações de poder, estamos estudando a natureza e o desenvolvimento da comunicação de massa e seu papel como mediação ideológica nas sociedades modernas.

### **Análise do Discurso: uma breve apresentação**

Percebemos pelo que foi exposto anteriormente que, para se objetivar, a ideologia precisa de uma materialidade. Do ponto de vista lingüístico, podemos afirmar que esta materialidade é o discurso. Dentre o vasto leque de disciplinas preocupadas com o discurso, optamos pela *análise do discurso*, por esta voltar-se de maneira privilegiada para as condições histórico-sociais da produção do discurso.

Antes de continuarmos, é importante distinguirmos a análise do discurso da análise do conteúdo, confusão bastante comum feita entre os que se iniciam no estudo da disciplina. Ao contrário da análise clássica do conteúdo, a análise do

discurso, segundo Orlandi<sup>6</sup> (1986), não busca “o” sentido verdadeiro do texto, nem “o” sentido oculto, ou “a” interpretação nova e inédita destinada a derrubar todas as outras interpretações e todos os sentidos. Diferentemente, a análise do discurso pára na materialidade da linguagem; não a atravessa como algo transparente (e sem historicidade) em busca de um conteúdo mais além.

A abordagem da chamada escola francesa de análise do discurso tem merecido destaque no nosso trabalho, pois é nela que encontramos desenvolvidas, entre outras, as noções de “formação discursiva”, “formação ideológica” e “memória discursiva”, fundamentais para as análises aqui realizadas. Também o fato de a análise do discurso francesa trabalhar originariamente sobre o discurso político, especialmente o texto escrito, o faz caber perfeitamente na nossa pesquisa. *“A análise do discurso consiste num conjunto de procedimentos cujo objetivo é basicamente responder a três perguntas: quem fala?, a quem se fala? E o que significa o que se fala?”* (PÊCHEUX, 1990: 57)

Apresentadas algumas definições sobre a análise do discurso, tentaremos agora aprofundarmos algumas noções sobre o termo **discurso**, nos seus sentidos mais correntes nos meios acadêmicos. Um dos espaços em que é usual situar-se para definir “discurso” é o da oposição entre “enunciado” e “enunciação”, ou seja, a distinção entre o produto lingüístico resultante de um evento lingüístico e a própria produção desse produto. O enunciado é o produto. O processo de produção é a enunciação.

---

6 In Sírío Possenti: “Apresentação da Análise do Discurso”

O professor da Universidade de Campinas – Unicamp, Sírio Possenti, nos lembra que uma das maneiras de fazer análise do discurso é justamente descobrir os efeitos decorrentes do uso da língua por quem a usa, quando a usa: analisar os eventos reais de fala em seus vários aspectos – em especial, condições de aparecimento e efeitos do aparecimento dos enunciados.

A idéia central do seu enunciado é o fato de que se afirmar algo pode, em determinadas circunstâncias, ser mais relevante do que aquilo que se afirma. Esta idéia se apóia nos chamados “atos de fala” (perguntar, afirmar, prometer, ordenar, etc.) e nos elementos formais da língua que são interpretados na instância da enunciação (pronomes pessoais, demonstrativos, advérbios de tempo e lugar, os tempos verbais, etc.). Um exemplo dado por Possenti pode ajudar a esclarecer essa questão. Possenti começa por nos lembrar que no nosso país até bem pouco tempo era comum que um general fosse aos veículos de comunicação se pronunciar sobre, por exemplo, o processo eleitoral. No Brasil de hoje isto é inconcebível.

Assim, a questão que fica é que é mais sintomático o fato em si de um general pronunciar-se sobre a questão do que o que ele eventualmente dissesse. Se ele garantisse, por exemplo, a ocorrência das eleições, a pergunta que ficava no ar era: por que é necessário que um militar garanta que vai ocorrer uma coisa que está prevista na lei? Ou seja, o que perturbava quem fosse favorável às eleições livres e democráticas era a ocorrência de uma fala desse tipo, isto é, a *enunciação*, porque provavelmente significa que era resultado da reação a uma posição contrária, que não era conhecida, mas da qual a enunciação era o sintoma. Afinal, “*ninguém fala sem motivo*” (POSSENTI, 1990: 4).

Outro aspecto da enunciação é que ela é regrada. Não é qualquer pessoa, em determinada sociedade, que pode dizer o que quer que seja e para quem quer que seja. O jornalista é, nesses termos, um locutor privilegiado. Ele se expressa, através do veículo de comunicação para o qual trabalha, para um público determinado (no caso de um jornal, os seus leitores), construindo enunciados a partir de informações coletadas e selecionadas segundo critérios subjetivos, classificados a partir de sua própria visão de mundo – sua ideologia – , seus próprios estereótipos e do contexto em que está inserido.

A idéia de que quem fala está na origem dos enunciados e de que essa é a garantia de seu sentido não passa de uma ilusão, segundo Possenti. Ilusão esta necessária, da qual a ideologia lança mão para fazer pensar que quem fala é um indivíduo que diz o que quer. Na verdade, ainda segundo Possenti, quem fala diz o que se pede que se diga na posição em que se está. Neste ponto, tomamos de Pêcheux a idéia de “*sujeito assujeitado*”, isto é, que pensa que é livre, enquanto de fato está inserido numa ideologia, num contexto da qual somos apenas portavozes (PÊCHEUX, 1990). Sobre a ilusão do enunciador, resume muito bem Possenti: “*Quando se pensa que se diz uma coisa nova, logo se pode descobrir que se diz uma coisa antiga, (...) um chavão, repete-se um enunciado de uma ideologia.*”

Um segundo critério para a definição de “discurso” é considerar o contexto da ocorrência simultaneamente com a ocorrência lingüística. Na análise do discurso francesa esta forma de definir discurso é o que há de mais relevante desde o seu início. É neste sentido que pode se afirmar que certos enunciados são gramaticalmente ambíguos e o contexto se encarrega de fornecer subsídios

para sua interpretação. Dessa maneira, falar de discurso significa em considerar fatores externos à língua. Significa que esses fatores externos justificam porque se diz uma coisa e não outra. Ou porque se diz algo de certa forma e não de outra. São as condições externas que explicam porque se diz o que se diz. Sobre essa relevância do contexto na ocorrência do discurso, resume Possenti (1990):

*“Nesta vertente [de dar-se uma importância significativa ao contexto], concebe-se a língua como não fornecendo todas as condições para a sua interpretação (o contexto completa); ou como sendo de tal natureza que os fatores contextuais podem alterar o que se diz (o contexto modifica); como tendo entre os fatores que explicam porque se disse isso e não aquilo os fatores externos à língua (o contexto justifica).”*

Uma terceira forma de definir “discurso” é considerar que esta palavra designa um conjunto de enunciados que se inter-relacionam de maneira mais ou menos uniforme, seja porque se produzem numa mesma instância, seja porque são relativos a um mesmo referencial. Dessa maneira, fala-se, por exemplo, em “discurso político”, “discurso da esquerda”, “discurso científico”, etc. Esta definição supõe que um certo conjunto de enunciados se opõe a um outro. Neste sentido da palavra “discurso”, fazer análise do discurso é, através de alguma metodologia, identificar os enunciados que pertencem a um discurso e separá-los dos que não lhe pertencem. Usaremos esta definição de discurso toda vez que nos referirmos ao “discurso da União por Pernambuco” ou “discurso da Frente Popular”.

## Cap. 2 - A CONSTRUÇÃO DA HEGEMONIA E O MITO DA MODERNIDADE

*“Como disse o poeta: agora que já não temos os bárbaros, que será de nós sem os bárbaros?”*

Norberto Bobbio

Qual a relação entre as eleições para governador do estado de Pernambuco em 1998 e os acontecimentos históricos passados na Alemanha, URSS ou no Leste Europeu explorados pela mídia na década anterior? Nossa hipótese é de que num mundo globalizado como o nosso, acontecimentos ocorridos a quilômetros de distância podem interferir no tipo de cobertura jornalística e conseqüentemente ser um dos fatores a influenciar no resultado de uma eleição estadual. Para respondermos a essa indagação, recorreremos a uma análise da década de 90 no Brasil e no mundo.

Acreditamos que não se pode analisar o processo político-eleitoral por que passou Pernambuco em 1998 sem ter em vista o panorama nacional, bem como os movimentos mundiais ocorridos a partir de 1989. A tese que defendemos aqui é a de que as reestruturações que ocorreram a partir do final da década de 80 e culminaram com a queda do Muro de Berlim, em 1989, bem como as mudanças que ainda estão ocorrendo a nível internacional implicam em novos paradigmas socio-político-econômicos locais de cidades e estados. Neste capítulo analisaremos também o processo político-eleitoral pelo qual passou Pernambuco em 1998 tendo em vista o Brasil, seu quadro de crise do Estado federativo, bem como os movimentos mundiais em curso no planeta. Decorrentes do declínio do comunismo nos países do Leste Europeu e da globalização da economia

internacional, novas relações, processos e estruturas ainda pouco conhecidas foram reveladas.

Em 1998, nove anos após a articulação para implantação do ideário neoliberal conhecido como Consenso de Washington<sup>7</sup>, viveu-se a consolidação dessa doutrina no Brasil e em grande parte da América Latina. O ex-embaixador do Brasil em Washington, Paulo Nogueira Batista fala do alastramento dessa nova ideologia nesses termos:

“o colapso do comunismo na Europa do Leste e a desintegração da União Soviética, somados à adesão do socialismo espanhol e francês ao discurso neoliberal, facilitaram a disseminação em nosso país das propostas do Consenso de Washington e a campanha de desmoralização do modelo de desenvolvimento inspirado pela Cepal, que se havia montado na América Latina sobre a base de capitais privados nacionais e estrangeiros e de uma participação ativa do Estado, como regulador e até empresário. Com a queda do Muro de Berlim, fez-se uma leitura simplificada do significado do fim da guerra fria, constatando-se precipitadamente a emergência de uma nova ordem internacional, uma definitiva *Pax Americana*, à qual seria inevitável ajustar-se.” (BATISTA, 1994: 08)

A indústria cultural do capitalismo conseguiu solidificar o conceito de globalização como processo civilizatório inexorável (ao contrário do processo em marcha e eminentemente ideológico que o é). Já no início da década de 90, o discurso neoliberal tinha sido absorvido por substancial parcela das elites política, empresarial e intelectual brasileira – entre as quais os jornalistas - como sinônimo de modernidade. Tal premissa, aceita como verdadeira e incontestável, levou a uma cobertura parcial da política durante o processo eleitoral de 1998. Ainda hoje,

---

<sup>7</sup> Denominação informal dada às conclusões do encontro que reuniu em novembro de 1989 na capital norte-americana funcionários do governo daquele país, dos organismos financeiros como FMI, Banco Mundial e BID e diversos economistas latino-americanos.

o neoliberalismo continua a influir fortemente no cenário político nacional e local, contando para a sua propagação com o apoio da chamada grande imprensa.

A ideologia neoliberal sustenta que a escolha é óbvia: existe somente um via para a modernidade e o desenvolvimento e apenas ela deve ser seguida e os proponentes dessa ideologia não aceitam contestação. Os que ousam se rebelar contra ideologia de mercado, que parece ter alcançado uma hegemonia intelectual incontestada, não têm espaço na mídia e quando o tem são tratados como os representantes do “atraso”. O jornalista e cientista político Luis Fernando Miguel resume a questão nesses termos:

*“O fenômeno que está ocorrendo é, na verdade, a formação de uma hegemonia neoliberal, que se apropriou da “modernidade” e, ao mesmo tempo, transformou a oposição entre modernidade e atraso num dos eixos fundamentais do debate político. O importante é que a noção de “moderno” também é construída politicamente, é objeto de luta entre diferentes grupos (mesmo que, neste exato momento, pareça que a luta já foi vencida em definitivo por um dos lados)” (MIGUEL, 2000: 80).*

A globalização e a reestruturação que estão ocorrendo a nível internacional implicam em mudanças de paradigmas de gestão das cidades e estados. Ao vencer o pleito de 4 de outubro de 1998 ainda no primeiro turno, com uma diferença de mais de um milhão de votos<sup>8</sup> sobre o segundo candidato, Miguel Arraes de Alencar, Jarbas Vasconcelos não foi o único vencedor aquele ano. O que pôde ser observado ao estudar aquela eleição majoritária para governador do estado é – mais do que o “ocaso da esquerda”<sup>9</sup> em Pernambuco, como noticiou

---

8 Jarbas Vasconcelos obteve 1.809.792 votos (64% dos votos válidos), contra 744.280 (26%) de Miguel Arraes.

9. “Ocaso da esquerda marca fim do século em PE”, jornal OESP, [09/04/00].

em primeira página o jornal O Estado de São Paulo - a vitória de novos paradigmas.

### **Novos tempos**

A adesão do Brasil aos postulados neoliberais recém-consolidados no Consenso de Washington se inicia em 1990, com a eleição de Fernando Collor (PRN) à Presidência do país. Apesar de seu caráter messiânico e moralizador, Collor se constituiu em um divisor de águas da agenda política brasileira. Ele representa essa ruptura da agenda no sentido da abertura comercial, das privatizações, da desregulamentação da economia brasileira e de políticas de controle fiscal, de gastos públicos, do arrocho no crédito e diminuição da liquidez do sistema financeiro. Graças ao seu temperamento egocêntrico e explosivo, faltou-lhe sustentação parlamentar para que essa agenda fosse implantada sem turbulências. E tudo culminou, como é sabido, em um processo de *impeachment* e na ascensão ao posto de dirigente máximo do país do seu vice, Itamar Franco (PMDB).

Eleito em 1994, Fernando Henrique Cardoso (PSDB) passou a ser o responsável pela continuação do processo de “modernização” da economia brasileira na perspectiva do mercado financeiro internacional e das agências multilaterais. FHC já havia sido Ministro da Fazenda de Itamar, além de parlamentar por muitos anos, o que lhe dava conhecimento do sistema partidário brasileiro amplo o suficiente para implantar, de maneira “científica”, a agenda econômica neoliberal que Collor tinha tentado implementar quatro anos antes de forma atabalhoada. Com apoio maciço dos partidos de centro-direita –

sobretudo PFL, PMDB, e PSDB -, e graças a uma ampla negociação com as bancadas desses partidos no Congresso, FHC teve a força necessária para aprovar os projetos de emendas à Constituição que exigiam maioria de dois terços no Congresso e no Senado. O professor do mestrado de Ciência Política, Michel Zaidan Filho, resume assim os oito anos de governo FHC<sup>10</sup>:

*“FHC privilegiou a inserção competitiva do Brasil no mercado mundial em detrimento do combate à concentração de renda, às desigualdades sociais, às desigualdades regionais e obteve apoio significativo da chamada grande mídia na divulgação das suas propostas.”*

Instalada solidamente no seio do governo desde a primeira administração FHC, a doutrina neoliberal conformou o quadro da reeleição do presidente em 1998. Naquele ano era clara a intenção do presidente de expandir a todos os estados brasileiros as propostas do Consenso de Washington. E jornalistas entusiasmados com o novo velho credo se encarregaram de ser os porta vozes dessas propostas, difundindo-as sem a necessária análise crítica.

A grande imprensa, de um modo geral, em 1998 se colocou na defensiva contra todos que não se dispuseram a aderir à autodenominada “modernização pelo mercado”, qualificando-os automaticamente de “nacionalistas” ou “atrasados” ou simplesmente cerceando-lhes a palavra. Era preciso combater lideranças não comprometidas com o modelo de modernização proposto pelo neoliberalismo.

Em Pernambuco, em 1998, o então candidato ao governo do estado Jarbas Vasconcelos (PMDB) tornou-se o principal representante local dessa agenda política de FHC. *“Jarbas, ao lado de Roseana Sarney, no Maranhão, foram os ‘meninos-modelo’ da implantação do projeto econômico do Governo Federal nos*

---

<sup>10</sup> Em entrevista à autora em 25/04/2002.

*estados*”, diz o professor Michel Zaidan<sup>11</sup>. Esses governadores copiaram do Governo Federal as medidas modernizadoras, tais como o plano de privatização da Previdência dos governos estaduais, controle do gasto público, arrocho salarial dos servidores, tentativa de ajuste fiscal , cita entre outras. “O governo de Jarbas copiou também as denúncias de improbidade administrativa, promiscuidade entre o público e o privado do Governo Federal. Fez um contrato milionário com a Nordeste<sup>12</sup> sem licitação; denúncia de compra de computadores que ia ser feita pela Secretaria de Educação; superfaturamento da BR 232, processo de privatização da segurança pública no estado”, enfatiza na mesma entrevista.

É interessante ressaltar aqui a dimensão da afinidade ideológica entre o presidente FHC e Jarbas Vasconcelos. Em Pernambuco o PSDB, partido do presidente, lançou o candidato próprio ao governo do estado, o então senador e vice-governador no segundo governo Arraes, Carlos Wilson, mas o apoio de FHC ao candidato nunca chegou. Ao contrário, FHC parecia se identificar muito mais com a plataforma de governo da União por Pernambuco. Jarbas soube com maestria como capitalizar este apoio do presidente - então em alta, com 57% de aprovação<sup>13</sup> nas pesquisas de intenção de voto para a presidência da República - e vender sua imagem como “o candidato de FHC”.

O marketing das idéias neoliberais defendidas foi tão bem feito pela imprensa que, além de sua identificação com a “modernidade” , permitia a afirmativa de que as reformas propostas pelo candidato Jarbas Vasconcelos para Pernambuco se deviam apenas a uma questão de bom gerenciamento, iniciativa e coragem do novo líder que emergia, transmutado em um novo mito político.

---

<sup>11</sup> Idem.

## **Mito e discurso político**

Na linguagem corrente, a palavra “mito”, desprovida de qualquer sentido mais complexo, é usada para designar uma idéia falsa, sem correspondente na realidade. Significa também uma imagem simplificada e ilusória de pessoa ou acontecimento, elaborada ou aceita por determinados grupos humanos e que representa significativo papel em seu comportamento. Semanticamente, podemos afirmar que seu campo de significação é o mesmo da “mentira”. É evidente que tais definições, de tão simplistas, não são suficientes para embasar a conceituação de “mito político”.

Em complemento a essa idéia de mito como idéia falsa ou ilusão, não podemos esquecer da categoria do mito na antropologia ou na história das religiões. Aí sua ênfase foi deslocada para o papel de mediação entre o místico, o sagrado de um lado e o profano de outro. Via-se no mito a expressão das idéias falsas em que acreditava a mente primitiva. Daí permaneceu a concepção do mito como uma forma de pensamento oposta ao lógico e ao científico.

A percepção do mito como uma forma de mistificação está presente na teoria de Roland Barthes, que nos anos 50 na França buscou rastrear a presença de mitos modernos na imprensa e na publicidade. A característica central do mito, seu princípio, segundo observa Barthes, é a transformação da História em natureza. Há aí uma inversão do conceito antropológico, que mostra o mito remetendo a natureza à vida dos homens (ou de deuses ou heróis antropomórficos), através da narrativa de origem. O caráter explicativo da

---

<sup>12</sup> Nordeste Segurança de Valores, empresa de segurança privada.

narrativa primitiva dá lugar a seu avesso. O mito-mistificação procura impedir o acesso à explicação.

No discurso político, o mito é uma linguagem a ser desvendada, aqui usada muito mais no sentido de “desmascarada” que simplesmente “entendida”. Esse desmascaramento não é possível quando não se compreende que, como aponta Barthes, o mito é um “sistema semiológico segundo”, que faz com que toda uma cadeia semiológica preexistente transforme-se no primeiro termo (significante) de uma nova cadeia. Segundo Barthes,

“no mito existem dois sistemas semiológicos, um deles deslocado em relação ao outro: um sistema lingüístico, a língua (ou os modos de representação que lhe são assimilados), a que chamarei *linguagem-objeto*, porque é a linguagem de que o mito se serve para construir seu próprio sistema; e o próprio mito, a que chamarei *metalinguagem*, porque é uma segunda língua, na qual se fala da primeira.”<sup>14</sup>

O mito, segundo Barthes, é a imagem que aparece como “natural”, “indiscutível”, uma articulação entre o produto e o status que ele insinua proporcionar. “o mito não esconde nada; tem como função deformar, não fazer desaparecer”. O mito é uma fala despolitizada e ao eliminar a história, o mito despolitiza seu objeto. Na mídia impressa, o mito político é um forma de mascaramento das propostas políticas na expectativa de alcançarem a maior adesão do público (e)leitor.

Nem uma importação da noção de mito na antropologia nem sua equiparação à mistificação são suficientes para formatar uma definição do mito tal como este age na esfera política. As pistas sugeridas pela análise do discurso do

---

<sup>13</sup> Fonte: IBOPE. Média entre julho e outubro de 1998.

<sup>14</sup> In MIGUEL, Luis Felipe, pp.25.

texto jornalístico nos levam a crer que os mitos são imagens difíceis de serem apreendidas pela razão e que a interferência desta é uma ameaça ao mito.

O mito tem como função deformar, não fazer desaparecer. Ele não esconde nada. E extrai sua força do fato de não se apresentar como símbolo, mas como fato indiscutível. Ou nas palavras de Barthes: Ao eliminar a história, o mito despolutiza seu objeto. Não pode deixar de chamar a atenção o contraste entre a função política do mito e a forma, digamos assim, “desideologizada” com que ele se apresenta ostensivamente.

É fácil, porém, constatar que o discurso mitificador usado pela União por Pernambuco, calcado em cima da modernidade e do crescimento do estado, não passava de promessa de campanha. Nos quatro anos que se seguiram às eleições de 1998, sob a administração Jarbas, Pernambuco – bem como todo o Brasil e grande parte da América Latina, é justo que se registre – nem cresceu nem se modernizou.

Miséria crescente, altas taxas de desemprego, aumento do índice de violência<sup>15</sup>, tensão social. Mesmo com o dinheiro da venda da Celpe, os resultados da gestão neoliberal de Jarbas Vasconcelos são modestos. Seguindo à risca a “cartilha” neoliberal de FHC, pouco foi feito na área social, estando as principais ações de seu primeiro governo (1999 – 2002) voltadas primordialmente à estabilização financeira e ao equilíbrio fiscal do estado.

Naquele ano, tudo se passou como se a classe política e intelectual tivesse se dado conta, espontaneamente, de que a grave crise que o estado enfrentava se dava graças exclusivamente à má administração do governo Arraes (1994 –

1998), não tendo nenhuma relação com o momento histórico nacional e internacional. Dessa forma, a solução para “tirar Pernambuco do atraso”<sup>16</sup> residiria nas propostas de reformas neoliberais apresentadas pela coligação União por Pernambuco, em alinhamento com as propostas do governo de Fernando Henrique Cardoso.

A disputa ideológica foi travada, segundo os jornais, entre o “nacionalismo atrasado” de Miguel Arraes e o “crescimento modernizante” de Jarbas Vasconcelos. A questão - maniqueistamente exposta pela imprensa através de modelos estereotipados - inviabilizou em última instância uma discussão racional e mais serena sobre alternativas de desenvolvimento para o estado de Pernambuco dentro de um contexto mais amplo de desenvolvimento do Brasil e da América Latina. As tentativas de Miguel Arraes de levar ao plano nacional e internacional a discussão dos problemas de Pernambuco foram encaradas como uma insistência desmedida do candidato<sup>17</sup>.

### **O novo mito político**

A mitificação na política faz com que se aceite como evidência natural o que é construção ideológica. O que defenderemos a partir de agora é o aparecimento de um novo tipo de político, que é – juntamente com o mito do passado - um mito, mas do tipo às inversas. Filho legítimo das transformações mundiais ocorridas na última década do século XX, o novo mito político está encarnado na figura do novo homem público, ou seja, no deslocamento da noção clássica de homem

---

<sup>15</sup> Segundo dados da Unesco Pernambuco é o estado com maior índice de criminalidade do país. Em 2000 o índice de homicídios atingiu 7,8% da população.

<sup>16</sup> Enunciado-chave da campanha política de Jarbas Vasconcelos

<sup>17</sup> cf. JC, 05/07/98: “Arraes reforça Lula e insiste em ‘federalizar’ a eleição estadual”

público, entendido como o líder que obtém credibilidade ou legitimidade pelas suas idéias ou pelo conjunto de programas que defende e implementa. Este foi trocado por um novo enfoque: o do político realizador, tocador de obras, bom administrador, capaz de trazer a modernidade para o estado. Defensor ardoroso da economia de mercado, seu posicionamento ideológico é dúbio. Na verdade, ele prega o fim da ideologia.

Outro deslocamento do significado do mito político nos anos 90 é a redução do seu peso: não mais um grande investimento histórico, envolvendo toda uma classe social a longo prazo, mas algo menor, presente até em discursos efêmeros ou de pequeno alcance. Nesses discursos o mito político é ainda apresentado como alguém capaz de reverter a situação local vigente, tida como má, e instaurar uma nova era de modernidade.

Em Pernambuco Arraes simbolizou em 1998 o que Luis Fernando Miguel (1998: 28) considera o *mito político ancorado no passado*, onde sua mitificação consistia em resgatar e reverenciar a memória de um grande homem. Jarbas Vasconcelos, por sua vez, encarnou em nível local a figura do novo mito. Mito este *voltado para o futuro*, para aquilo que representa o novo, a mudança, a modernidade.

O mito político, para se consolidar, precisa aparecer como verdade científica. Para isso, precisa estar amparada no senso comum. E os políticos sabem que não existe meio melhor para a expansão do senso comum que os veículos de comunicação de massa. A mídia passa a ser um ator político a partir do momento que começou a defender este tipo de homem político como sendo o único modelo a ser seguido, em detrimento dos demais. Com isso queremos dizer

que a mitificação pode surgir no contexto de dois discursos distintos, enquanto que apenas um desses discursos foi decifrado como mítico pela imprensa.

O discurso dominante, dentro daquele espírito de *fin du siècle*, sustentava que direita e esquerda são palavras cujo significado remetem à arqueologia política. Apresentada com as vestes do melhor rigor científico, a afirmação na verdade cumpre a função de forjar um novo conceito no imaginário coletivo.

Para a doutrina neoliberal, na base do fim da dicotomia direita *versus* esquerda estaria a chamada crise das ideologias. Segundo o pensador italiano Norberto Bobbio, na verdade as ideologias não deixaram de existir e estão, ao contrário, mais vivas do que nunca: “As ideologias do passado foram substituídas por outras, novas, ou que pretendem ser novas.” (1994: 33). Além do mais, não há discurso mais ideológico do que aquele que prega a morte das ideologias.

Neste ponto se faz necessário ressaltar que “esquerda” e “direita” não indicam apenas ideologias. Seria de uma indevida simplificação reduzir os termos à pura expressão do pensamento ideológico, já que tanto “esquerda” quanto “direita” indicam programas contrapostos com relação a diversos problemas cuja solução pertence à ação política. Assim, a díade indica também contrastes não só de idéias, bem como de interesses e valorações a respeito da direção a ser seguida pela sociedade. Desta forma, não há com afirmar que possam simplesmente desaparecer.

Não obstante as grandes modificações histórico-políticas das últimas décadas, das quais se pode extrair legitimamente a impressão de que um dos dois eixos da díade “direita – esquerda” perdeu sua força antagônica, esta visão dual não desapareceu no novo milênio. É importante observar que a díade sobreviveu

à eleição de 1998 e voltou com força total nas eleições municipais de 2000 no Recife, quando se confrontaram o petista João Paulo e Roberto Magalhães (PSDB), tornando-se palavras-chave dos discursos políticos durante a eleição daquele ano.

Os jornais atuam no sentido de transformar em “senso comum” valores e saberes na verdade comprometidos com uma determinada ideologia. Na medida que emprestam um carácter factual a algumas interpretações – em detrimento de outras – os meios noticiosos atuam como instrumentos de legitimação social de determinados setores da sociedade.

Com base em quais procedimentos e concepções os jornalistas definem avaliam os *‘fatos jornalísticos’*? Tais concepções não são neutras, e impelem os jornalistas a identificar como fatos, interpretações produzidas por determinadas fontes, mas não por outras. Os meios de comunicação atuam, assim, como instrumentos de legitimação social de determinados setores da sociedade - na medida que emprestam um carácter de fato a versões de determinados setores da sociedade em detrimento de outros.

### **Espelho da realidade**

No meio jornalístico existem dois grupos de profissionais que se distinguem na maneira de analisar as notícias publicadas num jornal. Os do primeiro grupo teimam em defender o que escrevem como um espelho fiel da realidade, tal como faz o editor de política do DP, Laércio Portela. Ao ser indagado sobre o conteúdo das matérias produzidas durante o processo eleitoral de 1998, afirmou Laércio:

“Eu acho que as manchetes, os verbos que eram empregados, ou o texto, tem muito a ver com a realidade mesmo, com aquela realidade [de 1998]. É claro que tem uma coisa no jornalismo que é difícil de fugir, às vezes uma declaração muito forte ou uma denúncia muito forte vira manchete, o jornal não é um relatório, você tem que puxar para o mais forte, há quase uma necessidade dos jornais de polarizar. Não tem como fugir da realidade.”

A análise do discurso nos mostra que se por um lado o que se escreve num jornal reflete os acontecimentos de uma sociedade dentro de um determinado contexto histórico, nos alerta por outro lado para o fato de que esse espelho tem matizes: os fatos ali expostos não são “fatos em si”, mas passaram por uma elaboração intelectual, que é fruto da bagagem ideológica de quem os expõe. Ou no dizer resumido de Bakhtin (1986): “Todo enunciado que se refere à realidade, ao refleti-la de certa maneira, necessariamente também a refrata de certa maneira”.

Outro fato interessante que se nota no trecho da entrevista com Laércio Portela abaixo é a comprovação de um fenômeno que ocorreu naquela eleição, e sobre o qual tratamos anteriormente, que é o *deslocamento do papel do homem público*. Laércio contrapõe o tratamento da “figura política”, para ele subjetivo, ao tratamento “objetivo”, que seria o tratamento a partir do ponto de vista “administrativo”. Quando ele fala de “tudo que Marco Maciel tinha feito para o estado” ele está se referindo apenas a obras concretas e não a possíveis avanços – e retrocessos – políticos. Houve a preocupação básica do jornalismo, de ouvir os dois lados. Mas sob um novo prisma: o do ideário neoliberal, então consolidado em Pernambuco. Diz Laércio Portela:

“Eu me lembro uma matéria que a gente fez em 98 com Marco Maciel e com Arraes, na pré-campanha, mostrando tudo que Marco Maciel tinha feito para o

estado e tudo que Arraes tinha feito. Não estou falando da *figura política* não, mas estou falando *objetivamente*, administrativamente. Era a preocupação de ouvir os dois lados, a **figura emblemática** de um palanque, que é MM, e um **mito** do outro lado. E a gente fez uma comparação, viu o que estava errado administrativamente de um modo geral havia pouca coisa que se pudesse apresentar e mostrar [no governo Arraes].”

É interessante reparar o tratamento diferenciado dispensado aos dois homens públicos: Marco Maciel, para o editor do DP, é um homem de ações e obras concretas, uma “*figura emblemática*”; enquanto Arraes, ainda segundo Portela, é visto como o defensor de idéias políticas, em sua maioria, ultrapassadas. Este tratamento pode ser reparado em todas as matérias que se reportam à figura de Arraes, que é tratado como um “*mito*” que precisa, mais do que explicado, ser desmascarado e até mesmo demolido. Senão vejamos: em matéria domingueira de capa assinada por Carlos Estênio Brasilino intitulada “O mistério que envolve o mito” (DP, 08/03) o político é comparado com a Esfinge de Tebas. Para tentar “decifrar” a esfinge Arraes, a reportagem faz uso de uma detetive, um mágico ilusionista, um psicanalista e finalmente um babalaô de candomblé. O tom da matéria, eminentemente mítico e irônico é completado pela foto-montagem da capa: uma esfinge enorme, vestida com sandálias de couro e com as feições de Arraes fumando seu charuto.

### **CAP. 3 – A IMPRENSA LOCAL E A COBERTURA DO PROCESSO ELEITORAL DE 1998**

*“A objetividade jornalística é a seguinte: um minuto para Hitler, um minuto para os judeus”*

Jean-Luc Godard

A cobertura jornalística da política tem despertado uma atenção crescente por parte de jornalistas, lingüistas e cientistas políticos em todo o país nos últimos anos. Vários estudos têm destacado o caráter parcial do que é publicado na imprensa nacional. Poucos trabalhos, porém, têm dispensado a atenção necessária à análise das *razões* de tal parcialidade. Na maioria das vezes tende-se a atribuir a parcialidade da cobertura da política pela mídia à manipulação editorial da notícia, cuja razão última seria a preservação de interesses políticos e econômicos dos donos das empresas jornalísticas, ou em termos mais amplos, das elites do país.

Ou seja: a parcialidade da cobertura política seria explicada como uma deformação da notícia resultante da imposição da voz do dono aos jornalistas (os donos da voz). A este modelo de análise o professor Afonso de Albuquerque, do programa de pós-graduação em Ciência da Comunicação da Universidade Federal Fluminense chama de *Paradigma da Manipulação Editorial* (1998).

Não seremos ingênuos a ponto de negarmos que a cobertura jornalística da política é influenciada em grau significativo por fatores de cunho extra-jornalísticos, tais como os interesses políticos e econômicos das empresas noticiosas. O problema desse modelo é a sua visão reducionista para explicar a

parcialidade da cobertura de política, como se os jornalistas não exercessem qualquer papel ativo na elaboração de notícias.

Ao fazermos a análise da cobertura jornalística local da política durante o processo eleitoral de 1998, estudamos a parcialidade da cobertura noticiosa sem reduzi-la à influência fatores extra-jornalísticos. Para isso usaremos como modelo de análise o *paradigma da produção da notícia* (ALBUQUERQUE, 1998), que busca na análise das questões relativas à organização do trabalho noticioso os fundamentos explicadores da parcialidade da cobertura noticiosa. E ousamos ir além, incluindo na análise da produção da notícia a *concepção ideológica de noticiabilidade*.

Introduzindo este novo elemento ao estudo da parcialidade jornalística defendemos a idéia de que na própria rotina da produção da notícia há outros elementos, tais como a ideologia, condicionando-a ao momento histórico e ao desenvolvimento de um *ethos* profissional jornalístico, isto é, de um conjunto de valores e concepções compartilhados pelos jornalistas em determinado contexto social com relação aos objetivos da sua profissão e dos meios adequados para atingi-los.

Ao usarmos o que chamaremos **paradigma da análise do discurso** no estudo da parcialidade dos jornais locais durante a campanha para o governo de Pernambuco em 1998 observamos o favorecimento dispensado pela cobertura jornalística às idéias neoliberais em voga. Assim, a análise do discurso dos textos jornalísticos publicados durante aquele período eleitoral pretende demonstrar que ao recorrer a enunciados como “novo” e “moderno” por um lado em contraposição a “velho” e “atrasado” relaciona-os aos dois candidatos majoritários ao governo de

Pernambuco os jornais incorporaram o discurso ideológico de um dos candidatos, reproduzindo-o.

Ao nosso ver, a cobertura da eleição majoritária de 1998 foi influenciada por uma série de fatores referentes ao processo de produção da notícia, tais como:

- a filosofia da objetividade jornalística, que reforça a concepção do “evento como notícia”;
- a doutrina da imparcialidade jornalística, que não aceita que existem vieses na cobertura jornalística;
- a busca de um jornalismo “investigativo”, que na verdade poderia ser chamado de “jornalismo opinativo”, feito por pessoas que, pela pouca experiência, não se encontram preparadas para tal.

Analisaremos aqui as relações entre o poder político e o poder simbólico – representado aqui pela mídia impressa - em um contexto determinado: o das eleições para governador de Pernambuco em 1998. Primeiramente tentaremos expor a conjuntura política durante as eleições pernambucanas em 1998, comparando-a com as eleições anteriores. Incluímos aí os assuntos que estiveram em pauta no jornalismo local a cada ano eleitoral, relacionados direta ou indiretamente com o processo eleitoral.

A mídia impressa a ser investigada aqui é uma mídia em tempos de embate político. Ou seja, os discursos nela publicados o são feitos num contexto de disputa eleitoral. A escolha do discurso impresso nos dois principais locais durante este período disponibilizou um conjunto completo de discursos produzidos por agentes variados: os jornalistas políticos.

O poder político, representado por um governo democrático, não pode manter-se a menos que seus governados disponham de mecanismos que lhes permitam tomar conhecimentos das ações de seus governantes, o que estão fazendo, não fazendo ou pretendendo fazer. Todos os cidadãos deveriam ter acesso às informações sobre seus candidatos e suas trajetórias políticas não só durante as eleições, mas principalmente depois que os candidatos são eleitos, para assim cobrar a efetiva realização das promessas de campanha. A mídia não é a única fonte para obtenção de tais informações, mas em um mundo amplo e complexo como o nosso, ela ainda é - e ainda será por um bom tempo - uma das principais. Ao desempenhar este papel de observadora dos atos governamentais, a mídia termina se tornando uma poderosa força política.

Poderosa e perigosa. Se por um lado a própria existência da mídia serve para indicar aos centros do poder (seja governamental, econômico, social, etc.) que estão sendo observados e que terão que prestar contas à opinião pública, por outro lado faz-se necessário perguntar: quem controla os meios de comunicação? Até que ponto a mídia mantém o distanciamento crítico necessário em relação ao poder constituído, mantendo uma atitude vigilante diante do que publica? Ainda hoje, o cidadão (e)leitor dispõe de uma capacidade reduzida para influenciar e menor ainda para controlar o desempenho dos veículos de comunicação.

### **Política de papel**

A função da mídia impressa mudou com o crescimento dos meios eletrônicos de comunicação, como o rádio, TV e, mais recentemente, a Internet. O jornal impresso pode ser visto hoje como fonte de uma informação mais detalhada

e apurada sobre a política, em comparação com outros veículos de comunicação de massa. O jornal oferece ao seu leitor abordagens mais profundas e informações mais sofisticadas que nos demais veículos. Desta forma, o jornal é, por excelência, um órgão formador de opinião. Pelo seu poder é capaz de mudar convicções e hábitos e sua força se mede pela capacidade de intervir no debate público.

Nesta comparação com outros veículos de comunicação de massa é importante ressaltar estudos que apontam que nos Estados Unidos o *sound bite* - a duração da fala de um entrevistado em telejornal - caiu de uma média de 45 segundos, em 1978, para 10 segundos em 1988<sup>18</sup>. No Brasil, não há estudos atualizados neste sentido, mas é possível estimar que TV's comerciais, como a Globo, se aproximam deste padrão, copiando-o. É evidente que fica praticamente impossível, dentro de limites tão estreitos de tempo, discutir qualquer tema tão complexo quanto a Política e ir-se muito além de frases de efeito, ocas em sua maioria. É importante ressaltar que TV's estatais - como a TV Universitária, aqui no Recife, ligada à Universidade Federal de Pernambuco - possuem *sound bites* substancialmente maiores e conseqüentemente oferecem debates mais analíticos.

---

<sup>18</sup> in SARTORI, Giovani (1988)

Ao contrário dos demais meios de se obter informações sobre a política, o jornalismo impresso está mais orientado para o comentário político do que para a cobertura meramente noticiosa dos fatos. Assim sendo, o jornal é a principal instituição que desempenha a função de fornecer interpretação e crítica da política.

Por outro lado, não se pode perder de vista que a imprensa constitui-se – em sua esmagadora maioria – de empresas privadas onde a notícia é uma mercadoria e que, como quaisquer outras, objetivam o lucro. E como tal possui os grandes clientes (os anunciantes). Assim, por vezes se submete a fatores externos de pressão de grupos oligárquicos, deixando de publicar informações que são de interesse da população em favor do lucro. Como, então, controlar aqueles que, apesar de privados, falam em nome do público, do coletivo?

Afinal, por mais que no capitalismo a notícia seja também uma mercadoria – que obedece a um processo de produção e se personifica em papel, letras, sons etc. -, o é de um tipo especial, pois tanto o seu conteúdo como a forma de expressá-lo podem alterar os embates cotidianos que se travam na sociedade (FONSECA, 2000: 135).

O repórter político trabalha como uma espécie de intérprete. A ele cabe registrar e analisar fatos e detalhes da cena política a que o cidadão comum não tem acesso. Mas essa análise é feita em cima de sua bagagem ideológica. Ao escolher uma palavra e não seu sinônimo para descrever um determinado fato político, o jornalista toma decisões subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, crenças e emoções. Jornalistas são ‘pretenders’, enganadores que se

julgam capazes de construir novas idéias e conceitos enquanto que na verdade vivem de reproduzir conceitos e idéias pré-existentes.

E os jornalistas, animados por idéias em voga no meio político tais como globalização, neoliberalismo, economia de mercado, comércio livre, moeda forte, desregulamentação, privatização etc., tomam como verdade conceitos difundidos em determinados contextos históricos, reproduzindo esse discurso.

O jornalismo defensor da economia de mercado rejeita conceitos ‘arcaicos’ como sindicalismo, que é denunciado como “corporativismo”, setor público (é “monopólio”, algo a ser combatido), povo (demasiado tentado pelo “populismo”), nação (confundido com “nacionalismo”, algo totalmente antiquado nesses tempos globalizados). *“A informação é o suposto alimento da formação de idéias. Mas muitas vezes essa informação é manipulada, utilizando-se das idéias do poder dominante em moda. Nem a liberdade de Imprensa nem a ausência de censura ou mesmo as boas intenções dos profissionais nos protegem do terrorismo intelectual e da influência das modas, cuidadosamente reproduzidas e retransmitidas pela Mídia. O espírito da Imprensa periódica é de fato livre juridicamente, mas cercado de todos os lados pela moda”* (DOROZINSKI, 1992:135)

Para Bourdieu, uma das dificuldades na relação entre o jornal e seus leitores deve-se ao fato de que estes últimos são colocados na presença de um produto que, com bastante freqüência, não sabem como foi produzido. Ou seja: o *opus operatum* (o produto acabado) esconde o *modus operandi* (BOURDIEU, 1989: 183). O “como” é feito o registro dos fatos políticos transformados em textos escritos (o que chamamos de “notícias”), as articulações que se dão no interior do jornal até que se defina qual notícia merecerá um local de destaque, o enfoque é

dado a uma declaração de determinado candidato, etc. normalmente não chegam ao conhecimento do leitor/eleitor.

Daí a razão para estarmos expondo a seguir um pouco sobre os “bastidores” da cobertura jornalística local durante os meses que antecederam as eleições para governador do estado, bem como os o contexto histórico-político de 1998.

### **Os jornais locais**

Pernambuco possuía em 1998 – e mantém até hoje – dois jornais locais de grande circulação: o Diário de Pernambuco (DP) e o Jornal do Comercio (JC). A circulação média mensal do DP é de 54.423 jornais aos domingos e na semana 32.146 Jornais<sup>21</sup>. A do JC fica em torno de 80 mil aos domingos e 50 mil nos dias de semana<sup>22</sup>. Apesar desses jornais darem uma cobertura jornalística a todo estado, seu foco de venda é essencialmente urbano, com mais de 85% de suas vendas feitas na Região Metropolitana do Recife. Mesmo não obtendo a tiragem exata dos jornais em 1998, sabemos, através das entrevistas com os diretores de redação dos dois jornais, que houve uma redução em comparação àquele ano devido ao aumento do dólar, que inflaciona o custo do papel e aumenta o custo do jornal e outros fatores externos colocados dessa forma pelo Diretor de Redação do DP, Ricardo Leitão:

“O mercado de jornal em Pernambuco perdeu 25.000 mil leitores, entre 2001 e 2002, porque aconteceram vários fatores negativos como os

---

19 Fonte: Instituto de Verificação de Circulação –IVC. Um jornal é lido em média por quatro pessoas.

<sup>21</sup> Dados do Relatório de Desempenho do DP, referentes a junho/2002

acontecimentos terroristas nos Estados Unidos, a recessão americana, a crise de energia no Brasil com reflexo mais forte em Pernambuco, porque só houve os feriados no Nordeste, a decisão da Prefeitura de suspender a construção de prédios em doze bairros da cidade que atrapalhou a publicidade do mercado imobiliário por quase quatro meses, portanto 2001 foi um desastre para o jornal em termos de receita.”<sup>23</sup>

Sobre o número de leitores de política, este cresce na fase final da eleição. Essa mensuração, segundo ambos os diretores de redação, é feita através das cartas e e-mails enviados aos jornais. A partir do momento que a eleição está chegando à reta final, a correspondência começa a crescer, as pessoas começam a se interessar a querer definir o voto “e o jornal serve como instrumento para as pessoas definirem em quem vão votar”, opina Leitão.

O perfil do leitor do DP está concentrado nas classes A e B, ou seja, na “elite” pernambucana. Já o leitor do JC encontra-se nas classes B e C, ou “na grande classe média”, como prefere classificar o diretor de redação Ivanildo Sampaio<sup>24</sup>. Esse leitor do JC, ainda segundo Sampaio, é “menos conservador que o do Diário, no sentido de ser menos refratário a mudanças”, explica. É sabido que, se de um lado, o jornal ajuda seu leitor a tomar determinados posicionamentos políticos, por outro é o público-leitor que incentiva o tipo de matéria que os jornais publicam.

Em 1998 os dois jornais competiram entre si para dar a melhor cobertura das eleições. A principal arma escolhida pelo Jornal do Commercio foi uma equipe

---

<sup>22</sup> Dados do IVC referentes à tiragem do jornal, onde está incluído o encalhe, ou seja, os jornais impressos mais não vendidos. Apesar de ser líder de vendagem há nove anos, a superioridade das vendas do JC em relação ao DP não é tão grande.

<sup>23</sup> Entrevista concedida à autora em 14/08/2002.

<sup>24</sup> Entrevista concedida à autora em 11/10/2002.

relativamente grande, com jornalistas “emprestados” de outras editorias, num total de 12 repórteres e correspondentes em cidades do interior como Caruaru, Garanhuns, Serra Talhada e Timbaúba.

A editoria de política do Diário de Pernambuco era formada em 1998 por sete repórteres, entre os quais cinco jovens recém-saídos da universidade, na faixa etária entre 22 e 25 anos. Essa juventude da maioria dos repórteres de política acarretou diretamente duas conseqüências: se por um lado eles têm mais “gás” para correr atrás dos fatos, por outro, pela ignorância da história política do estado, estão mais susceptíveis a assimilar o discurso dominante em determinado momento histórico.

Sobre a pouca experiência da maioria dos repórteres do DP, o editor de política do jornal, Laércio Portela<sup>25</sup>, ele mesmo com 28 anos em 1998:

“Tinha duas gerações: uma muito mais bem informada sobre política. Lembro que eu peguei o final dessa geração, representada em Tereza [Rozovikwiat] e Zadock [Castelo Branco]. São pessoas que têm muita formação acadêmica, de conhecimento, de leitura, mas que faziam talvez um jornalismo menos dinâmico, que é uma exigência do novo jornalismo. Eles fazem um jornalismo mais discursivo, que é ouvir o candidato, reproduzir o que o candidato disse. Qual é perfil atual? Um jornalista que é muito mais dinâmico, ele vai mais atrás da notícia, ele é mais investigativo. Em contrapartida ele tem menos formação, é menos letrado, digamos assim, tem menos conhecimento, embasamento. Inclusive embasamento político, conhecimento sobre quem foi quem, o passado dos candidatos, o que era UDN, saber que o candidato que ele está cobrindo hoje não começou a política ali, aquela não é a primeira eleição dele, que já passou por cinco, seis eleições; ele já foi aliado de fulaninho e cicrano.”

Sobre o mesmo assunto, complementa Ricardo Leitão, Diretor de Redação do DP:

---

<sup>25</sup> Entrevista concedida à autora em 11/06/2002.

“O Laécio Portela, que tinha uma capacidade de trabalho enorme, uma liderança muito forte sobre a equipe, era uma pessoa interessada no passado de Pernambuco, mas tinha contra ele a juventude, a falta de experiência (...). Há uma tendência das pessoas mais jovens de desconsiderar nas suas decisões coisas de 40, 50 anos atrás, o que é absolutamente normal. Acho que o que aconteceu na campanha de 98 foi que de certa forma o discurso que Jarbas impôs, que ele era moderno e Arraes era o passado, contaminou alguns momentos da cobertura. Então isso repercute na forma de cobrir, na pauta ideológica que é colocada na campanha (...) então isso influenciou muito a cobertura e ao lado disso, uma equipe nossa muito mais sensível a esse discurso, pela idade dela, uma idade muito nova.”

Quem controla a pauta controla a cobertura. No caso de 98, Jarbas definiu a pauta porque era um candidato com uma aliança bem estruturada que unia o PMDB ao PFL, dois partidos fortes, atrelados a uma candidatura amplamente sólida com Fernando Henrique com um discurso “globalizado” e com endosso internacional para esse discurso.

A definição da pauta passa pelo conceito de noticiabilidade. Este é algo relativo e subjetivo e varia de jornal para jornal. Teoricamente, o que se costuma chamar de “notícia” é o registro puro e simples dos fatos, algo “neutro”, sem opinião. O seu elemento-chave seria a precisão (MANUAL FOLHA DE SÃO PAULO, 1993: 38). Mas a tal “neutralidade”, como já afirmamos, é subjetiva. E os fatos, mesmo que descritos de forma exata, podem ser justapostos de maneira tal que torne a notícia tendenciosa. Suprimir ou inserir uma informação ou colocá-la no início ou final do texto, pode alterar significativamente o significado da notícia.

A mídia em geral – e a imprensa em particular - trabalha em cima do senso comum. A mensagem que melhor circula é aquela que acomoda estereótipos. Os jornalistas, mais por falta de tempo que por falta de boa vontade, buscam

“pessoas-símbolo” da uma era; bons personagens capazes de contar boas histórias. E a busca de “boas histórias” pelo jornalista acaba sendo de fato o encontro do que ele desejava achar. “E há um nome para isso: ideologia. A ideologia é quando as respostas precedem as perguntas, descrevia o filósofo Louis Althusser” (Aubenas / Benasayag, 1999: 18)<sup>26</sup>

O perigo da manipulação da pauta aumenta durante o período eleitoral. Eleição é tempo de promessas e os candidatos têm plena consciência de que não podem ser realistas, precisam acenar com uma situação de melhoria imediata. Os candidatos precisam convencer seus leitores/eleitores de que, se eleitos, o Estado vai mudar, os salários subirão, haverá menos desemprego, mais escola, mais saúde, etc. Para isso, cada vez mais os políticos assimilam tecnologias avançadas na arte da manipulação, baseando seu discurso em detalhados estudos de ‘marqueteiros’, que estipulam um comportamento exemplar, um modo de agir do candidato, calcado não na sua personalidade ou ideologia, mas em detalhados estudos de um discurso de forte impacto emocional, que a opinião pública (e a imprensa) quer e espera do político.

Ao entrarmos na “*idade da massa*”, o contato entre o político e o seu público (e)leitor é cada vez mais intermediado pelos meios de comunicação de massa, entre eles o jornal impresso. As modernas técnicas de comunicação aperfeiçoaram os meios de manipulação coletiva. “*A função incrivelmente sinistra da imprensa (...) consiste em submeter a realidade substancial vinculada à individualidade à substituição por um conjunto de idéias superpostas*” (BELL, 1960: 19).

---

<sup>4</sup> Cit. In MARCONDES FILHO, Ciro, pp. 121

## **A história política de Pernambuco**

Ao tratarmos da história política recente de Pernambuco, usaremos o conceito marxista de História, que é vista não como uma sucessão de fatos no tempo nem o progresso das idéias, mas o modo como homens determinados em condições determinadas criam os meios e as formas de sua existência social, reproduzem e transformam essa existência social, que é econômica, política e cultural. A história é *práxis* (do grego, significa um modo de agir no qual o agente, sua ação e o produto de sua ação são termos intrinsecamente ligados e dependentes uns dos outros, não sendo possível separá-los). Nessa perspectiva, “a história é o real e o real é o movimento incessante pelo qual os homens (...) instauram um modo de sociabilidade procuram fixá-lo em instituições determinadas (família, trabalho, relações políticas, língua, etc.)” (CHAUÍ, 1983: 20).

O delineamento da conjuntura política será limitado aos pontos de maior relevância para a tese aqui desenvolvida, tais como o deslocamento do discurso do homem público como representante de projetos ideológicos para o bom administrador. Carros-chefe da campanha Jarbas Vasconcelos, “autoridade”, “experiência” e “unidade” foram enunciados tomados emprestados da campanha de FHC.

Não podemos perder de vista o caráter de historicidade da língua. As palavras são marcadas historicamente e mudam seu sentido com a época e com o contexto histórico onde é usada. Ao mesmo tempo, os sentidos das palavras, longe de estarem cristalizados, acompanham o momento histórico e cada grupo

os produz e os interpreta dentro dessas condições histórico-sociais. Ou seja, há sempre uma possibilidade de movimento, de transformação dos sentidos.

A fim de entendermos como chegamos às eleições de 1998 descreveremos a seguir, de forma sucinta, como se deu a trajetória político-eleitoral dos seus principais personagens políticos: Miguel Arraes de Alencar e Jarbas de Andrade Vasconcelos. Nunca é demais lembrar que tanto Arraes quanto Jarbas vieram das mesmas fileiras de combate à ditadura no Estado. Apesar disso, mantiveram desde o início de suas vidas públicas diferenças que foram se acentuando, até culminar com uma das campanhas mais acirradas de Pernambuco.

Jarbas Vasconcelos pode ser considerado - ao lado de Arraes - um dos mais aguerridos políticos combatentes da ditadura militar em nosso estado. Jarbas de Andrade Vasconcelos tornou-se militante do partido político MDB (Movimento Democrático Brasileiro) a partir de 1964, quando ainda era estudante de Direito. Tornou-se secretário-geral do partido em 1969 e presidente regional em 1975. Em 1970, ainda pelo MDB, elegeu-se deputado estadual. Em 1978, perdeu a eleição ao Senado, disputada contra Nilo Coelho e Cid Sampaio, ambos da Arena, graças ao recurso da sub-legenda. Em 1982, elegeu-se deputado federal, pelo então PMDB. Em 1985 é eleito prefeito do Recife, pelo Partido Socialista Brasileiro (PSB).

Arraes foi, por mais de 50 anos, o político local de maior projeção nacional. Miguel Arraes de Alencar iniciou sua carreira política em 1948, ocupando o cargo de secretário estadual da Fazenda, a convite do então governador de Pernambuco, Barbosa Lima Sobrinho. A primeira eleição ele disputou em 1950, elegendando-se suplente e assumindo o mandato de deputado estadual. Em 1958

conquista novamente uma vaga na Assembléia Legislativa de Pernambuco. Em 1959, foi secretário da Fazenda no governo Cid Sampaio e eleito prefeito do Recife, lançado pela chamada "Frente do Recife".

Em 1962, Arraes é eleito pela primeira vez governador de Pernambuco, com 47,98% dos votos, derrotando os candidatos João Cleofas (UDN) e Armando Monteiro (PSD). O primeiro governo de Miguel Arraes, entre fevereiro de 1963 e abril de 1964 - quando foi deposto pelo golpe militar e levado do Palácio do Governo, no Recife, direto para a prisão - foi caracterizado pela tentativa de implementar um programa de caráter "nacional e popular", com ações voltadas sobretudo para os trabalhadores rurais, tais como o Acordo do Campo, envolvendo latifundiários e trabalhadores rurais como forma de assegurar o respeito às leis trabalhistas na zona rural.

Enquanto Arraes está no exterior forma-se no Brasil um grupo de jovens unidos pelo combate ao regime militar e ao retornar do exílio seu lugar na política local encontra-se ocupado por novos políticos do Movimento Democrático Brasileiro – MDB, tais como Marcos Freire, Cristina Tavares, Roberto Freire, Fernando Lyra e Jarbas Vasconcelos, entre outros.

Para Jarbas, - que havia conhecido Arraes em 1977 na França, de onde concluiu que o ex-governador tinha “uma formação terceiro-mundista muito arraigada”<sup>27</sup> – Arraes, segundo Jarbas, “tinha mágoa ao voltar”<sup>28</sup>. O ex-governador, na mesma reportagem do matutino paulista, reconhece que tinha restrições ao MDB e afirma que essa desconfiança era compartilhada com outros ex-exilados. E

---

<sup>27</sup> TOSTA, Wilson. Jornal O Estado de São Paulo, 09/04/2000

<sup>28</sup> idem

justifica: “o MDB foi um partido criado pela ditadura em um sistema partidário em que havia um partido do sim e outro do ‘sim senhor’”<sup>29</sup>.

Em 1979, após 14 anos de exílio, Miguel Arraes retorna ao Brasil, beneficiado pela anistia concedida pelo governo brasileiro a todos os banidos pelo movimento militar de 1964. Chega ao Recife a 16 de setembro daquele ano, sendo recepcionado com um comício no largo de Santo Amaro, ao qual compareceram cerca de 60 mil pessoas, número impensável para os dias de hoje, dominados pelos comícios eletrônicos da mídia.

Ao votar ao país, Arraes tinha em mente candidatar-se ao governo do estado nas eleições seguintes para governador. Mas Jarbas Vasconcelos, então presidente do PMDB, tem outros planos e em 1982 lança Marcos Freire para enfrentar o candidato da Aliança Renovadora Nacional - Arena, Roberto Magalhães. Freire perde devido ao artifício do voto vinculado. Concorrendo a uma vaga no Congresso Nacional nessa mesma eleição, Arraes é eleito o deputado federal mais votado do Norte e Nordeste, com 191.470 votos.

Durante a primeira eleição realmente democrática envolvendo a escolha de governadores dos estados depois de 24 anos<sup>30</sup>, em 1986, Miguel Arraes candidata-se e vence, com o apoio do então prefeito do Recife Jarbas Vasconcelos, o usineiro José Múcio Monteiro, do PFL. Eram, como chamavam os jornais da época, as “forças progressistas” , unidas por uma ampla frente de esquerda com o objetivo maior combater as “forças conservadoras” de então. Assim, Arraes é eleito pela segunda vez governador de Pernambuco, com 53,5%

---

<sup>29</sup> Idem

<sup>30</sup> As eleições diretas para a escolha de governadores foram retomadas em 1982, após 20 anos de regime militar, com uma legislação casuística, que entre outras coisas impunha o bipartidarismo e a vinculação obrigatória das escolhas para os diversos cargos.

dos votos, sendo que 62,6% na Região Metropolitana do Recife. Além de voltar ao Palácio do Campo das Princesas, Arraes elege os dois senadores da Frente Popular (Mansueto de Lacerda e Antônio Farias), impondo uma surpreendente derrota ao candidato ao Senado Roberto Magalhães (PFL), visto em todas as pesquisas como favorito absoluto.

O enfrentamento entre os “filhos da democracia” e os “filhotes da ditadura” conta em 1986 com o apoio unânime de intelectuais e artistas de todo o país, como Chico Buarque. As palavras “velho” e “novo” ganharam conotações semânticas opostas na voz de Alceu Valença, que naquele ano cantava que “o novo é o velho e o velho é o novo”, numa alusão à diferença de idades entre os dois candidatos, explorada pela Frente Democrática. Naquela eleição, o slogan arraesista “a esperança está de volta”, com seu caráter messiânico, contaminou o Estado.

Em 1990 acontece a primeira eleição pós-queda do Muro de Berlim e junto com ele tenta-se derrubar pela primeira vez a díade “direita - esquerda”. Joaquim Francisco (PFL) vence Jarbas Vasconcelos (PSB)<sup>31</sup> com o apoio de artistas e intelectuais historicamente “de esquerda”. Mas estes precisam ir aos meios de comunicação de massa para explicar sua nova postura ideológica, argumentando não existir mais a velha díade. E dando como justificativa o fato de que “o Muro caiu lá e precisa cair aqui”<sup>32</sup>. Surgem expressões como “patrulhamento ideológico” ou “cartórios ideológicos”, para definir o comportamento dos militantes da esquerda que criticavam as novas posturas de seus ex-companheiros. Os que

---

<sup>31</sup> Jarbas disputa a convenção do PMDB com Sérgio Murilo, quando perde o direito de disputar a eleição por aquela legenda.

<sup>32</sup> Revista Veja 28 Graus, 24 de julho de 1991

se sentiam “patrolhados” reagem contra os “patrolheiros”, chamando-os de “filhotes de Sadam Hussein” ou “viúvas do stalinismo”.

Nesta mesma eleição, Miguel Arraes – já pelo Partido Socialista Brasileiro (PSB), do qual foi fundador e é ainda hoje presidente nacional – candidata-se novamente a uma vaga do Congresso e dessa vez consegue a marca de deputado federal mais votado do Brasil, com 339.190 votos. Arraes é acusado por jarbistas de ter feito “corpo mole” e não ter ajudado Jarbas a se eleger governador. A relação entre os dois líderes, que já não era boa devido à disputa pela liderança política da esquerda, “azeda” de vez a partir daí.

Em 1994 o então prefeito do Recife pela segunda vez, Jarbas Vasconcelos (PMDB), decide esquecer de vez as divergências político-ideológicas com o Partido da Frente Liberal - PFL, adversário histórico do seu Partido do Movimento Democrático Brasileiro – PMDB. E se alia aos pefelistas em torno da candidatura de Gustavo Krause Gonçalves Sobrinho (PFL) contra Miguel Arraes (PSB) na disputa pelo Governo do Estado. A mesma aliança com o PFL repetiu-se em nível nacional através das articulações feitas através do candidato a vice-presidente na chapa de FHC, Marco Maciel (PFL). Já na eleição municipal de 1996, Jarbas havia se aliado aos seus antigos adversários políticos e conseguido eleger Roberto Magalhães (PFL) seu sucessor na prefeitura do Recife.

A estratégia da campanha da coligação PFL – PMDB no estado em 94 foi vincular a imagem de Krause com a do então candidato a presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB), defendendo a mesma plataforma de defesa da estabilização econômica e do Plano Real. A integração entre as duas campanhas

é tanta que, Arraes eleito, Krause recebe, como prêmio de consolação, o Ministério do Meio Ambiente no governo FHC.

Um dado interessante da eleição daquele ano, e que merece ser ressaltado, é que a geografia do voto no estado em 1994 foi re-delineada. Arraes, apesar de ganhar a eleição por uma diferença de 502.631 votos, perde para Krause na capital pernambucana, obtendo 40% da votação recifense, contra 42% do pefelista. Arraes sofre uma perda vertiginosa de votos entre o eleitor da Região Metropolitana, bem como tem sua votação reduzida no Agreste e Zona da Mata. A única região onde há um aumento dos votos de Arraes é no Sertão, como se pode observar no quadro abaixo:

### **Votação Arraes**

#### **Comparativo entre as eleições 1986 -1998**

	1986	1994
<i>Região Metropolitana</i>	765.010	464.810
Agreste	351.109	333.778
Zona da Mata	275.575	226.606
Sertão	195.022	237.223
TOTAL	1.587.716	1.262.417

Fonte: TRE

Em 1998, a votação de Arraes na capital foi irrisória: 12% dos votos. O que corresponde a 76.941 votos em números absolutos. Estes números ficam mais gritantes se lembrarmos que 39 anos antes, quando foi eleito prefeito do Recife, Arraes obteve o voto de 82.812 recifenses. Uma diferença de 5.871 votos, sem contar com o crescimento do eleitorado no período.

## **A eleição de 1998 em Pernambuco**

Na última eleição para governador do Estado do século XX, a disputa se deu entre seis candidatos. Não obstante, duas frentes político-ideológicas majoritárias polarizaram o pleito para o governo do Estado. De um lado, concorrendo pela coligação União por Pernambuco (PMDB, PFL, PL, PPB e outros partidos menores), Jarbas Vasconcelos construiu sua plataforma política embasada no discurso da necessidade da “modernidade”<sup>33</sup> e “crescimento” de Pernambuco, usando o mesmo discurso pró estado mínimo do presidente Fernando Henrique Cardoso em sua disputa pela reeleição.

Do outro extremo, com um discurso “socialista”, o então governador Miguel Arraes, candidato da Frente Popular de Pernambuco (coligação PSB, PT, PDT, PC do B, PCB, PMN, PGT) tinha como principal plataforma de governo o combate à ordem mundial neoliberal copiada pelo governo Fernando Henrique Cardoso.

Tentando firmar-se como a “terceira via”, alternativa à bipolarização Jarbas *versus* Arraes, Carlos Wilson (PSDB), candidato da coligação Muda Pernambuco, não logrou êxito na sua empreitada. Apesar de picos de mais de 10% no início do processo eleitoral, apuradas as urnas, obteve apenas 210.713 votos ou 7,5% do total dos votos válidos. Os chamados “candidatos olímpicos” pela imprensa local, Joaquim Magalhães (PSTU), Frederico Brandt (PSN) e Lúcia Albuquerque (da “Frente Independente”, formado pelo PSC, PAN e PRN), obtiveram conjuntamente apenas 2% de todos os votos computados no Estado.

A eleição majoritária de 1998 em Pernambuco pode, portanto, ser descrita como a disputa entre Miguel Arraes e Jarbas Vasconcelos. O primeiro, sustentado

por uma coligação de partidos de esquerda abrigados na Frente Popular, encarava pontos do programa tradicional da esquerda brasileira, como o nacionalismo econômico e a defesa do monopólio estatal. O ponto principal da sua plataforma era “combater as forças que, desde a ditadura, ocupam os postos políticos importantes da República sem trazer benefícios para a população”<sup>34</sup>.

A eleição de 1998 entrou para a história política de Pernambuco como a maior<sup>35</sup> do século passado. Também como a que a mídia ignorou completamente a díade “direita - esquerda”, depois de tê-la ridicularizado durante a disputa estadual anterior. Mas a antiga polarização permaneceu, sendo substituída por uma nova díade: “moderno” – “atraso”, bastante usada naquele processo eleitoral como uma metáfora temporal, que pretendia distinguir os que se deixavam guiar pelo “sol do futuro” da globalização, dos que continuavam guiados pela luz que vem do passado do socialismo.

Para Norberto Bobbio, um dos mais reputados pensadores políticos contemporâneos, explica dessa forma a bipolarização, uma das características mais marcantes da política pernambucana desde seus primórdios:

“não deve surpreender que, em um universo como o da política, constituído de modo eminente por relações de antagonismos entre partes contrapostas (partidos, grupos de

---

<sup>33</sup> Da mesma forma que os países do Leste pós comunista tentaram embarcar na “passagem Noroeste”, no dizer de Adam Przeworski, uma via que conduziria seus países para o “Primeiro Mundo” através da adoção de padrões políticos, econômicos e culturais (democracia, mercados e individualismo consumista), o Brasil também buscou o caminho da “modernização via internacionalização”.

<sup>34</sup> Cf. entrevista DP 28/06/98

<sup>35</sup> Naquele ano, 5.119.100 eleitores compareceram a 15.079 seções eleitorais divididas em 145 zonas em todo Estado – inclusive o arquipélago de Fernando de Noronha - para votar para presidente, governador, senador, deputado federal e estadual. Mais de 7 mil urnas eletrônicas foram instaladas pelo TRE em 36 zonas eleitorais de 16 cidades. Nas 107 zonas localizadas principalmente nas mesorregiões da Zona da Mata, Agreste e Sertão, o voto foi feito através de células tradicionais, em papel. Em 1998 Pernambuco era o sétimo maior colégio eleitoral do país e o segundo do Nordeste<sup>35</sup>. Naquele ano houve um crescimento de 5,5 % no número de eleitores em relação às eleições municipais de 1996, o que correspondeu a 267 mil novos eleitores, percentual maior que o eleitorado brasileiro, que no mesmo período cresceu 4,72%.

interesse, facções e, nas relações internacionais, povos pessoas, nações), modo mais natural, simples e mesmo comum de representar aquelas relações seja uma díade ou dicotomia. (...) A inevitável redução a apenas duas partes em conflito, ou seja, o processo de bipolarização (...), ocorre com base no princípio, e na prática conseqüente, segundo o qual o amigo de meu inimigo é meu inimigo, ou inversamente, o inimigo de meu inimigo é meu amigo” (1994: 66 – 67)

Ainda segundo Bobbio, “direita” e “esquerda”, como em todas as demais palavras da linguagem política – linguagem em geral não rigorosa, pois extraída em grande da linguagem comum - também possuem um significado *descritivo* e um significado *avaliativo*. O *significado descritivo*, embora sendo variável, não permite que se atribuam à mesma palavra dois significados completamente contrários.

Com respeito ao *significado avaliativo*, exatamente porque os dois termos descrevem uma antítese, a conotação política de um implica obrigatoriamente na conotação negativa do outro. Saber qual dos dois é o axiologicamente positivo e qual o axiologicamente negativo não depende do significado descritivo, mas dos opostos juízos de valor que são dados às coisas descritas.

Com relação à diferença de programas ou de posições em determinadas batalhas políticas, entre partidos ou movimentos, surge em cena a mais comum das metáforas espaciais: “próximo – distante”, com a qual se pode dizer que o centro-direita está mais próximo da direita, assim como o centro-esquerda está mais perto da esquerda. E a esquerda está mais distante da direita do que o centro, e assim por diante. Em um sistema partidário fragmentado como o brasileiro, alguns partidos são mais próximos entre si do que outros sem se levar

em conta coerências ideologias entre os partidos, como no caso da aliança PMDB - PFL.

Enquanto que em 1990 houve toda uma discussão na imprensa a respeito da díade “direita - esquerda”, discussão essa salutar, diga-se de passagem, mesmo não tendo se chegado a nenhuma resposta conclusiva, em 1998, esse debate desapareceu absolutamente. Nas formações discursivas presentes nos jornais, quando se falava em “direita” ou “esquerda”, freqüentemente era com ironia ou com um certo enfado, como se a discussão sobre o assunto não passasse de uma das tantas armadilhas lingüísticas em que se deixa aprisionar o debate político. No capítulo seguinte detalharemos o que foi falado teoricamente aqui através de exemplos práticos.

## **CAP. 4 – IMPARCIALIDADE NA IMPRENSA: UMA ANÁLISE DO DISCURSO**

*“...ce qui manquait et ce qui manque encore en partie, c’est une théorie non subjective de la constitution du sujet dans sa situation concrète d’énonciateur”*

Pêcheux e Fuchs

No presente capítulo analisaremos o material jornalístico coletado durante a pesquisa, valendo-se para isso de métodos sistemáticos de análise do discurso. Segundo Foucault (1996), o problema da Análise do Discurso é saber porque, entre vários enunciados que podem aparecer num determinado lugar, apenas um deles aparece, excluindo os demais. E em que condições, a partir de que e com que efeito e finalidade surge aquele enunciado. Assim, nos propomos aqui analisar os diferentes enunciados que aparecem na mídia impressa nas eleições de 1998. A Análise do Discurso da produção jornalística inclui também a sua análise iconográfica. Isto significa que, além da análise do “quê” e “como” o que foi efetivamente dito foi reproduzido, também foi realizada a análise de “onde” foi publicado.

A fim de simplificar nossa análise, dividimos a cobertura jornalística da política durante a campanha de 1998 em duas fases: a primeira, que vai de fevereiro - primeiro mês da nossa pesquisa - até junho, quando acontecem as convenções que oficializam os nomes dos candidatos ao governo, no dia 28. Nesta primeira fase o clima ainda é de divagações sobre o processo eleitoral em si. Os temas que mereceram destaque nos jornais entre janeiro e junho, nos dão conta da atmosfera pré-eleitoral, nos dando uma noção do que estava por vir:

## 1. Reeleição

Um dos principais assuntos tratados nesta primeira fase, a reeleição foi tratada principalmente em relação ao governador Miguel Arraes, com especulações sobre se ele seria ou não candidato. Com relação ao tema “reeleição” também é importante fazer a distinção entre o tratamento dado a Arraes “visivelmente em campanha”<sup>40</sup>, segundo o Diário, por pagar os salários dos servidores antes do Carnaval (DP, 06/02). O mesmo gesto, desta vez tomado pelo presidente FHC menos de duas semanas depois (DP, 19/02) e ao presidente Fernando Henrique Cardoso, em viagem pelo país cumprindo uma maratona de inaugurações. São tantas, que o PT “recorre à Justiça para suspender inaugurações” (JC, 19/02) . Seu comportamento demonstrando que estava em campanha era tão evidente que mereceu uma advertência do Ministro do Tribunal Superior Eleitoral, que alertou-o que cometeria crime eleitoral “se continuar a falar em reeleição ou pedir votos em suas viagens pelo país” (JC, 15/02).

## 2. Celpe

Este é, sem sombra de dúvida, o assunto que mereceu o maior número de matérias nos dois jornais, dominando a pauta não só nesta primeira fase da cobertura, mas durante todo o ano eleitoral de 1998. O adiantamento – ou não – dos R\$ 700 milhões pelo Banco Nacional de Desenvolvimento - BNDES como parte da transação da venda da Celpe transformou-se numa novela cheia de lances emocionantes, reviravoltas e fatos novos a cada dia: um prato cheio para qualquer jornalista. Tudo começou em fevereiro, com a autorização da Assembléia Legislativa (DP,12/02)<sup>41</sup>. Na matéria interna “Assembléia dá carta branca ao Governador”, não assinada, fica evidente a posição contrária do jornal:

“A tática do rolo compressor governista funcionou mais uma vez (...). Todos os seis projetos enviados pelo governador foram aprovados em primeira discussão, entre eles o 686, que autoriza o estado a contrair um empréstimo de R\$ 700 mi. junto ao BNDES. (...) Para aumentar a polêmica, a Comissão de Finanças, que tem maioria da oposição, deu parecer contrário ao empréstimo. (...)”

---

<sup>40</sup> Diz a matéria: “O governador antecipa salários (...) como sinal de que está em plena campanha, mas nega que esteja agindo de forma eleitoreira.”

<sup>41</sup> “Arraes já pode receber e gastar os R\$ 700 mi.”

O deputado Geraldo Coelho explicou que o governador só detalhou R\$ 383 milhões.”

Ainda em fevereiro o presidente FHC, em visita ao Estado, garante a vinda do dinheiro do BNDES (JC, 14/02). Este aparente apoio é negado meses depois, quando, em entrevista a uma rádio de Caruaru, de propriedade do pefelista Tony Gel, FHC dispara: “Ele (o governador) tem que trabalhar mais e não só querer pegar o dinheiro do BNDES” (DP, 12/06).

Nesta mesma entrevista FHC demonstra não só que está em plena campanha à reeleição, como a sua afinidade com o discurso de Jarbas ao comentar: “A população vai entender que esse (o tucano) é um governo sério, honrado, que nunca se meteu em *precatórios*. Não há bandalheiras no meu governo e não há essas suspeitas no ar.” (idem)

A ação do PFL de tentar retardar a vinda do dinheiro da Celpe, tratada como “mesquinha”<sup>42</sup> recebeu críticas do PT (JC, 14/02), bem como de políticos de outros partidos, até mesmo do PFL, como Joaquim Francisco (JC, 14/02)<sup>43</sup>. Mereceu também o repúdio do próprio Jornal do Commercio, que em editoriais nos dias 04, 11, 14 e 18 de abril defende a antecipação como forma de garantir “o desenvolvimento do estado”.

Como se sabe, o adiantamento do BNDES terminou não ocorrendo graças a uma manobra do PFL – capitaneada por Mendonça Filho -, junto ao Tribunal de Contas da União -TCU e com o apoio do governo federal. Mas até isso acontecer, o assunto Celpe / antecipação recursos BNDES proporcionou a alegria política (mesmo que temporária) do governador, que através dela “contabiliza o apoio de 126 prefeitos” (JC, 10/02) e o “baixo astral” da aliança de Jarbas Vasconcelos (JC, 06/02)<sup>44</sup>. Sobre o mesmo assunto resume matéria do Jornal do Commercio de três dias depois: “Desde que o governador Miguel Arraes decidiu transformar em obras o dinheiro da privatização da Celpe mostrar que está com fôlego para disputar o quarto mandato, a candidatura de Jarbas está de baixo-astra” (JC,09/02).

---

<sup>42</sup> “Paulo Rubens critica ação do PFL”.

<sup>43</sup> Joaquim Francisco não concorda com estratégia pefelista”.

<sup>44</sup> “Aliança de Jarbas vive baixo astral” , matéria assinada por Ana Lúcia Andrade.

A análise do discurso demonstra que o jornal Diário de Pernambuco foi inteiramente convencido de que seria uma temeridade apoiar a privatização da Companhia de Eletricidade de Pernambuco - CELPE, uma empresa pública de grande porte, avaliada pelo BNDES em R\$ 1,7 bilhão por um governo sob suspeição de improbidade na gestão de recursos, como se pode ver nas manchetes do DP: “Arraes não diz como vai aplicar verba da Celpe” (05/02) ou “Arraes já faz planos e *insinua* que estará no governo em 99” (DP, 04/02).

Mesmo antes da discussão sobre a venda da Celpe, matéria de Sheila Borges, no Jornal do Commercio, cita “o ambicioso programa de eletrificação rural” tocado pelo governador desde o início do seu governo “com recursos próprios” (JC, 01/02).

É interessante notar que a modernidade tão apregoada pelo neoliberalismo não foi capaz de possibilitar avanços sociais concretos em áreas básicas como a de eletrificação. Ainda hoje, em pleno século XXI, o acesso a serviços essenciais como energia elétrica fosse democratizado a todos os cidadãos. Aproximadamente 20 milhões de brasileiros ainda não têm a eletricidade em suas casas<sup>45</sup>, sendo que um quarto dessas pessoas – 5,1 milhões – estão no Nordeste. Em Pernambuco, 25% das propriedades rurais não são eletrificadas<sup>46</sup>. Os que têm acesso a esse serviço pagam caro por ele: só nos últimos oito anos a tarifa residencial de energia no Brasil – agora nas mãos de empresas privadas - subiu 227,3%<sup>47</sup>.

### **3. Precatórios**

Paralelo ao assunto “Celpe”, aparece o tema “precatórios” quando a “coligação PFL – PMDB – até para desviar a atenção do primeiro - entra na justiça conta o governo” (DP, 05/02). O “caso do dos precatórios”<sup>48</sup>, ocorrido dois anos antes, em 1996, é um tema Também não se pode analisar as eleições de 98 sem analisar fundamental para se analisar as eleições de 1998. Tratado como

---

<sup>45</sup> Dados do Ministério das Minas e Energia referentes ao segundo semestre de 2002.

<sup>46</sup> Dados da Secretaria de Infra Estrutura do Estado, 2002.

<sup>47</sup> Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, em 2002.

“escândalo” pela mídia, foi assunto de manchete de capa dos jornais por meses naquele ano. E voltou à tona em 1998, dessa vez com essas mesmas manchetes sendo mostradas com estardalhaço no guia eleitoral do seu principal adversário em todas as entrevistas da oposição.

Jarbas usou a operação dos precatórios como um dos principais motes de sua campanha, acusando o governo Arraes de ter usado indevidamente R\$ 480 milhões conseguidos com a operação. O “escândalo dos precatórios”, como ficou conhecido, envolveu em 1996 diretamente o então Secretário da Fazenda e neto do governador, Eduardo campos (PSB). Convidado por este para debater sobre a operação<sup>49</sup> (JC, 08/04), Jarbas – que havia admitido o debate com Campos três dias antes, ao ser desafiado pelo Secretário de Governo Dilton da Conti - não aceita o convite. Seu argumento é que “o ex-secretário [Campos], antes de fazer provocações para um debate, deveria dar uma explicação à população, iniciando pela ‘operação em si’ e chegando ‘ao dinheiro gasto’ até porque quem está no banco dos réus é ele, e não a gente” ( JC, 09/04).

A aliança PFL – PMDB encabeçava então uma ação impetrada na Justiça Federal solicitando que o caso fosse investigado. Apesar do Senado, Ministério Público e o Tribunal de Contas do estado julgarem a operação como lícita, a imprensa ainda hoje se refere à operação como “escândalo”. Senão vejamos como se refere ao tema o editor de política do DP, Laércio Portela:

*“Precatórios foi um tema que passou por toda a campanha, foi um arrastão fortíssimo, e as urnas são pouco o reflexo disso tudo, do desgasto de*

---

<sup>48</sup> Em 1996 o governo de Arraes solicitou R\$ 475 milhões em títulos públicos para pagamento de dívidas judiciais. Apesar de ter usado apenas R\$ 26 milhões ter sido efetivamente usado para este fim, a operação foi aprovada pela Assembléia.

<sup>49</sup> “Campos desafia Jarbas para debate”

*Arraes, um desgaste político e também administrativo de duas gestões que em vários pontos não responderam ao que a população, os eleitores, queria.”*

Segundo Thompson uma análise mais ponderada do que seria “escândalo” deveria levar em consideração vários outros aspectos, incluindo variações culturais nos códigos de comportamento, diferenças entre sistemas políticos, e os *interesses comerciais das organizações da mídia* (1998: 238). Deveria também, continua Thompson, ter presente uma diferenciação mais cuidadosa entre os vários tipos de escândalo.

Assim, é importante analisar a forma como o tema foi tratado pela mídia: abordado de maneira emocional, a cobertura jornalística – em especial a do Diário de Pernambuco - pouco esclareceu sobre o que realmente foi aquela operação. Sem querer questionar aqui o mérito do caso precatórios, nunca se viu na história recente do jornalismo local uma cobertura com tamanha virulência dada a um assunto pelo Diário de Pernambuco, um jornal que em 1996 pertencia ao grupo Monteiro, adversário político e inimigo pessoal do governador Arraes.

Outros “escândalos”, como o “do Caixa Dois” e o “escândalo do leite”, relacionado ao candidato Jarbas, foi tratado muito superficialmente pela mídia. As poucas referências ao caso, sem nenhum detalhamento, se encontram apenas no Jornal do Commercio e estão em anexo no final dessa pesquisa (JC, 05/04 e 13/09). Diante da escassez de debate sobre o assunto, a pergunta que fica é por que alguns casos são rotulados pela mídia de “escândalo”, enquanto outros simplesmente desaparecem, não dando ao leitor a chance de conhecer melhor e tirar uma opinião própria? Com a palavra o editor do JC, Ciro Rocha:

“O caso do caixa dois mostrava que empreiteiras financiavam um candidato. Quem é que não sabe disso? O fato é que todo político recebe dinheiro para campanha. De vez em quando estoura alguma coisa de corrupção, que não pesa. Se o governo age e elimina de concreto não gera nenhum problema, mas se o negócio cresce e toma proporções maiores e está envolvendo os cabeças, aí a coisa complica. O caso dos precatórios fizeram um livro, foi bem usado pela oposição, tanto é que fizeram peças de campanha. [Sobre o caso do leite] nós estamos investigando. O negócio parou porque nós não conseguimos chegar na documentação, porque você sabe que denúncia você tem que está documentado, mas não conseguimos pegar documento que comprove a compra de material para a merenda escolar, no entanto estamos investigando. Mas mesmo que aconteça, você acha que vai sujar a imagem de Jarbas? Bem, se Jarbas souber quem são os envolvidos ele demite todo mundo e assim a coisa morre ali.”

### **A campanha nas ruas**

O que chamaremos de segunda fase da campanha, se inicia no final de junho e vai até 4 de outubro, dia das eleições. Destaque desta fase o dia 28, quando acontecem as convenções que homologaram os nomes dos candidatos ao governo do estado. Merece nossa atenção também o dia 6 de julho, quando se inicia a campanha oficial, e os candidatos podem ir – oficialmente<sup>50</sup> - às ruas atrás dos votos dos eleitores. Mas o fato de maior destaque nesta fase é o início do guia eleitoral no rádio e na TV, que tem início no dia 18 de julho. A partir daí os candidatos começaram a usar os meios de comunicação eletrônicos para expor suas estratégias de campanha e principais pontos de suas plataformas eleitorais.

Oficializadas as candidaturas de Jarbas e Arraes, a imprensa começa a especular o que será a disputa de 4 de outubro, definindo-a eleição como “o maior *duelo* eleitoral da história do estado”, um “*duelo* de gigantes”(DP, 28/06) ou “*duelo* histórico”(JC, 04/10). O acirramento da campanha é evidenciado pela repetição da palavra *duelo*, usada igualmente pelos dois jornais.

Uma diferenciação no tratamento do tema acontece em setembro: enquanto o Jornal do Commercio trata o embate político entre Jarbas Vasconcelos e Miguel

---

<sup>50</sup> O uso do apostro pode parecer redundante, mas na verdade pretende ressaltar que “extra-oficialmente” os candidatos já se encontravam em campanha desde o início do ano. Daí a necessidade, percebida pela autora, de estender o período de cobertura da pesquisa – que ria começar pelos jornais de 6 de julho – para fevereiro.

Arraes como uma “luta-livre” (JC, 13/09), o Diário de Pernambuco se refere à “decepção” que havia se transformado o embate:

*“O que parecia ser a eleição do século, com o duelo entra Jarbas e Arraes, acabou seguindo mesmo o rastro dos pleitos anteriores no estado, resumindo-se à troca de acusações no programa eleitoral entre os dois candidatos.” (DP, 20/09)*

É nesta fase, a partir do início da exibição do guia eleitoral, que se pode melhor analisar as propostas dos candidatos<sup>51</sup>. Os marketeiros são especialistas na elaboração e aplicação – através da repetição, do mito político. Eles usam “símbolos-chave”, construídos a partir de palavras-chave. Termo básico para o estudo do mito político, a função do símbolo-chave é a de proporcionar uma experiência comum a todos os cidadãos de uma determinada sociedade.

### **Discurso dos candidatos: as palavras-pivô**

A *cadeia argumentativa* – os diferentes argumentos mesclados no texto – usada na descrição dos dois candidatos em manchetes, nos deixa perceber que estes foram bastante diferentes nos dois jornais. Jarbas, segundo o Diário, “ataca” (DP, 14/06/98), “une” (DP, 05/07/98), “supera divergências” (DP, 30/06) e tem “uma visão mais moderna”, “lutando contra o mito” (DP, 05/07)

*Por outro lado, Arraes, segundo o mesmo jornal, “não entusiasma” (DP, 05/07/98), “não empolga” (DP, 06/09/98) e “lança pacote” (DP, 03/02/98). Já segundo o Jornal do Commercio Arraes “insiste em ‘federalizar’ a eleição estadual” (JC, 05/07/98). Arraes é descrito, nos dois jornais, como um político “causador de arestas” (JC, 28/06) e que “não empolga” (DP, 05/07). Ao final de*

---

<sup>51</sup> Segundo entrevista dos dois candidatos publicadas no DP de 28/06 e no JC de 04/10/98

*tido isso, a conclusão a que chega o leitor da política – principalmente o do Diário - é que “o baixo-astral tomou conta do palanque arraesista”<sup>52</sup> (DP, 08/04/98).*

A leitura do Diário de Pernambuco nos dá a impressão de que durante toda a campanha de 1998 a posição dos dois principais candidatos era um agressivo e dinâmico; outro sempre na defensiva, tendo que responder às acusações feitas e sem forças para reagir. Essa visão, que contaminou a cobertura do DP, pode ser confirmada pela declaração do seu editor, Laércio Portela:

*“A eleição [de 1998] foi uma eleição de um batendo e outro se defendendo, a eleição foi assim de certa forma: um batendo e outro se defendendo. (...) Quer dizer, o desgaste de Arraes é evidente e a força política-eleitoral circunstancial de Jarbas era evidente também e a eleição andou muito nesse trem. Não tem como você chegar e dizer assim: se um tem um discurso de força e o outro está mais na defensiva você tem como enganar isso, quer dizer, isso não está acontecendo, aí você começa a deturpar a realidade também para ser imparcial, imparcial não, igualitário de todas as formas.”*

A análise da cobertura do Jornal do Commercio desmente essa teoria de que Arraes estaria parado. Matéria de fevereiro, por exemplo, dá conta das articulações do governador mesmo antes de declarar-se candidato, conseguindo inclusive cooptar o apoio de 126 prefeitos do PFL, o que teria deixado Jarbas “de baixo-astral” (JC, 10/02). No dia seguinte, diz o jornal: “a aliança PMDB / PFL sofreu um nocaute e precisa partir para a ofensiva” (JC, 11/02).

*Os enunciados básicos de uma determinada cadeia argumentativa podem ser apresentados sob diversas formas lingüísticas. Exporemos a seguir os principais enunciados formadores dos discursos da União por Pernambuco e da Frente Popular em 1998, que podem ser resumidos em expressões-chave, ou palavras-pivô, que podem ser sinteticamente apresentadas no quadro abaixo:*

---

<sup>52</sup> Em contraposição ao slogan jarbista “Recife alto-astral”, de quando a administração de Jarbas frente à

<b>Jarbas</b>	<b>Arraes</b>
Estabilidade monetária	Crise econômica nacional
Crescimento	Obras de infra-estrutura
Globalização	Crise internacional
Continuidade do projeto de FHC	Combate à política neoliberal
Mudança	Forças conservadoras
Modernidade	Desigualdade
Atraso (de Arraes)	Coerência
Inoperância (de Arraes)	Processo histórico
Má administração (de Arraes)	Políticas sociais
Estabilidade política	Fim das restrições orçamentárias
Experiência administrativa	Elites X Povo
Nova era	

É evidente que os que falavam em nome da coligação PMDB – PFL ou da Frente Popular de Pernambuco não repetiam sempre essas palavras exatamente. Estas são variantes, que podem ser tanto frases exemplares quanto construções a partir das quais se parafraseia interminavelmente. Por exemplo, no caso do discurso da União por Pernambuco, eles tanto usaram “atraso” para se referir ao governado de Miguel Arraes, como também “caos”, declínio” ou “decadência”.

Em Pernambuco, nas eleições de 1998, “globalização”, “economia de mercado”, “modernidade”, “crescimento”, “competência administrativa” etc. foram termos-chave usadas pelo candidato vencedor (e em nível nacional pelo presidente FHC). Situado entre as palavras isoladas e as proposições mais longas encontramos os “slogans”, que se assemelham aos símbolos-chave.

Caracteristicamente, o “slogan” - ou “máxima” - consiste num curto encadeamento de palavras que ganha significado em um determinado contexto.

Em linhas gerais, o discurso de Jarbas prometia, em 1998, “recuperar a auto-estima do estado” e assim “tirar Pernambuco do atraso”. “A luta”, dizia ele “é contra o atraso e a inoperância”. As “mudanças compreendiam uma série de medidas, inclusive com uma “nova forma de administrar”. Principal ponto do seu discurso, para ele era importante “denunciar o descaso do governador” e acabar com a “incúria administrativa” do atual governo.

Já para Arraes “o importante não é só fazer as coisas; fundamental é saber quem se beneficia da ação do governo”. Arraes prometia projetos que privilegiassem “os mais pobre”, ou “as grandes parcelas da população”. Defendia que “a estabilização de Pernambuco pode ter um caminho próprio, diferente do que o governo federal está levando” e para isso era importante “unir o povo em busca dos objetivos maiores de nossa gente”. Ainda segundo ele “a estabilização econômica foi vendida como um novo bezerro de ouro da bíblia”.

### **Identificação dos dois principais candidatos**

Todo personagem de uma notícia precisa – e deve - ser identificado pelo jornal. De um modo geral essa identificação é feita pela profissão, cargo, função ou condição. No caso específico do repórter de Política em época de eleição precisa identificar o candidato, seu partido<sup>53</sup> ou coligação. Pode-se também identificar o candidato pelo seu posicionamento ideológico,

Essa identificação varia de um veículo de comunicação para outro. Na política, geralmente existe uma padronização no tratamento dos candidatos. No Diário de Pernambuco percebemos essa padronização em relação a Jarbas

---

<sup>53</sup> No vespertino francês *Le Monde* consta, além do partido, a identificação do grupo ideológico ao qual pertence o político (de centro-direita, direita, centro-esquerda, esquerda, etc.)

Vasconcelos, com o uso da expressão “ex-prefeito” precedendo o nome do candidato em todas as matérias que a ele se referiam. Raríssimas exceções foram observadas, que só servem para confirmar a regra.

Segundo o manual da Folha de São Paulo a expressão “ex-prefeito” é uma qualificação, e não identificação. Diz o referido Manual: “qualificações passadas (ex-presidente, ex-prefeito) só devem ser usadas quando relevantes no contexto” (NOVO MANUAL DA REDAÇÃO, 1993: 80). Tal observação nos leva a indagar, primeiramente, qual era o contexto daquela eleição. Ora, uma das estratégias da campanha de Jarbas naquele ano foi traçar um paralelo entre sua administração quando prefeito do Recife (1993 - 1996) e o terceiro governo Arraes.

Vejamos então as expressões mais usadas na identificação dos dois principais candidatos:

<b>JARBAS</b>	<b>ARRAES</b>
ex-prefeito do Recife	Atual governador
ex-prefeito	governador
Candidato peemedebista	Governador-candidato
Candidato do PMDB	Candidato da situação
Candidato ao governo pela União por PE	Líder do PSB
Candidato da União por PE	Dr. Arraes
Jarbas Vasconcelos	Miguel Arraes
Jarbas	Arraes
O peemedebista	o socialista

### **Verbos declarativos**

O texto jornalístico é montado a partir do discurso do outro. O discurso indireto – ou relatado - é demonstrado através do uso das aspas e seguido dos

verbos introdutórios ou declarativos (MANUAL FOLHA DE SÃO PAULO, 1993: 116). Usados para introduzir ou finalizar as falas dos personagens da notícia, muitas vezes esses verbos se prestam para qualificar esses personagens ou para dar opinião a respeito delas.

Ao usar verbos como “admitiu”, “reconheceu” ou “alegou” no lugar de “disse” ou “explicou”, o jornalista confere caráter positivo ou negativo às declarações que reproduz. O Manual de redação da Folha de São Paulo é taxativo ao recomendar o uso, preferencialmente, de verbos mais neutros, tais como “disse”, “declarou” e “afirmou” no final das citações.

Vejamos então alguns **exemplos** que ilustram o que foi dito acima:

“Arraes disse que a campanha foi importante por ter sido disputada em meio a uma crise política e social. **Admitiu**, no entanto, que isso não chegou a sensibilizar a população.” (JC, 04/10/98)

“ ‘Essa vai ser uma campanha onde as posições vão estar muito bem definidas. A população vai ter que se posicionar frente às posições políticas, e não só frente às pessoas’, **previu** Arraes na semana passada, **insistindo** em sua estratégia”. (JC, 05/07/98)

*Este último exemplo merece uma análise específica. Primeiramente pelo uso do verbo “previu”. Ora, o dom de prever (quer dizer entre outros significados profetizar, predizer) é digno de alguém com poderes clarividentes, messiânicos.*

*Esse caráter messiânico de Arraes é ressaltado em outra matéria do JC, também não-assinada<sup>54</sup>, sobre como é montado o palanque da Frente Popular<sup>55</sup>:*

---

<sup>54</sup> O grande número de matérias não assinadas, observado nos dois jornais locais, submerge os repórteres dentro da estrutura do jornal. Como se não houvesse ninguém por trás do “fato” ali descrito, com todas as adjetivos e advérbios e locuções escolhidas pelo repórter fossem os únicos possíveis de estarem lá.

<sup>55</sup> “Frente tenta ‘driblar’ desentendimentos” (JC, 20/09/98)

“Outro *ritual interessante* é o anúncio da chegada de Miguel Arraes ao palanque. Antes de entrar na cidade, o ajudante de ordens do governador se comunica com o coordenador, que transmite o aviso a Anchieta Santos - o locutor oficial dos atos públicos. Anchieta começa a animar mais a militância com palavras de ordem. Ao se aproximar do palanque, o oficial e o coordenador trocam mais um telefonema. Então, Anchieta grita para as pessoas: "Arraes está chegando, eu já sinto os seus sinais". Essa é a frase que aciona o fogueteiro, que começa a soltar os fogos de boas-vindas ao governador. Isso sempre se repete em todos os comícios.”

*Ao se ler a matéria, fica a curiosidade em saber como foi montado o palanque da União por Pernambuco. Afinal, não deve ter sido fácil –mesmo com todo o pragmatismo do mundo – reunir num mesmo palanque políticos de matizes tão distintas como os coronéis do PFL e a ala centro-esquerda do PMDB.*

*Uma análise discursiva mais detalhada das matérias publicadas nos dois jornais evidencia o tratamento disforme, em ambos os jornais, dado aos políticos da União por Pernambuco e da Frente Popular. Se não, vejamos os dois exemplos abaixo publicados no Jornal do Commercio:*

#### **Exemplo 1:**

*Em matéria assinada por Nádia Ferreira no JC de 09 de agosto de 1998 Marco Maciel (M.M.), é apresentado como um grande estrategista detentor de um “seleto grupo”, onde poucos podem entrar e para o qual é necessário “ter uma ‘carteirinha’ de acesso” a fim de poder “ostentar o rótulo de macielista”. O substantivo próprio Marco Maciel é apresentado como um substantivo comum acrescido do sufixo “ismo”, tornando-se assim sinônimo de uma forma de fazer política:*

“Todo macielista é pefelista, mas nem todo pefelista é macielista. A máxima, dita por um cacique do PFL, revela muito mais do que um simples jogo de palavras.

Antes de ostentar o rótulo de macielista, é necessário ter uma "carteirinha" de acesso ao seletivo grupo do vice-presidente Marco Maciel. Que o digam o senador Joel de Hollanda e o deputado estadual André de Paula. Concorrendo à Câmara Federal numa eleição disputadíssima, os dois passaram a freqüentar a lista dos possíveis eleitos depois que Maciel somou, subtraiu, multiplicou e dividiu bases do PFL, rearrumando o quadro eleitoral.

*A velha fórmula de fazer política, de delimitar territórios eleitorais herdados de pai para filho e onde só entram correligionários é descrito pela repórter, mas sem nenhum senso crítico. Será esse o modo “moderno” de fazer política da União por Pernambuco?*

*Maciel (...) Tirou Mendonça Filho e José Jorge da disputa proporcional, colocando-os na majoritária, onde concorrem a vice-governador e senador, respectivamente. [Maciel] (...) não esqueceu deputados como José Múcio e Tony Gel, que **ganharam municípios**, mesmo não sendo macielistas de "carteirinha".*

"O macielismo, no meu caso, é hereditário", brinca. (...) Depois de começar sua vida política como vereador do Recife, André já não é mais um político metropolitano. Oito anos depois de disputar um mandato de deputado com apoio de apenas um município do interior, ele comemora a inserção em 20 cidades.

Também sobre qual foi a “militância estudantil” de Marco Maciel, ou sobre sua passagem pelo regime militar como governador biônico, nenhuma linha crítica:

“André [de Paula], **recebeu de Maciel o passaporte para entrar em municípios como Vitória de Santo Antão**, considerado de peso. Filho do empresário André de Paula, um "macielista" que acompanha o vice-presidente desde a militância estudantil, o deputado não gosta de rótulos, mas não esconde o orgulho de ter a "carteirinha" do grupo.”

É importante também ressaltar o tratamento elogioso, em tom de reverência, dispensado ao vice-presidente, e ao seu modo de fazer política, visto como:

“Político que calcula o hoje medindo o amanhã, (...) a presidência de partido é encarada por Maciel como uma das principais armas de ter controle político. Por isso, é reservada a pessoas de sua confiança e a fiéis seguidores.”

Uma característica do atual senador, de não se envolver diretamente em discussões, enviando, em vez disso, recados pelos seus seguidores, é criticada, mas amenizada pelo uso das aspas para o termo “porta-vozes”, pelo emprego do advérbio “um pouco” e pela própria justificativa do entrevistado:

Joel [de Holanda], André [de Paula] e José Jorge são considerados um pouco “porta-vozes” de Maciel, sempre avesso a declarações que possam ter desdobramentos. “O vice-presidente não é de mandar recado”, diz André, que admite ser cauteloso antes de falar, porque sabe que suas declarações podem ser interpretadas como recado do vice.

#### **Exemplo 2:**

Em outra matéria, publicada no mesmo jornal uma semana antes (JC, 02/08/98) o tratamento dispensado ao então governador e candidato à reeleição é outro. Enquanto na matéria anterior os políticos ligados a MM são chamados de “macielistas” e não de “políticos de Marco Maciel”, em matéria assinada por Laurindo Ferreira os sindicalistas que apóiam Arraes são os “sindicalistas de Arraes” e não “arraesistas”. Nota-se claramente que a troca do adjetivo que acompanha o substantivo “sindicalistas” pelo substantivo próprio precedido pela preposição “de” dá à expressão um sentido negativo, de posse.

Assim, ao ler a matéria ainda no seu primeiro parágrafo, o leitor menos atento é levado a inferir que não existem sindicalistas arraesistas, capazes de dar seu voto soberanamente ao político, mas sim “sindicalistas de Arraes”, ou seja, que pertenceriam a Arraes e que - por razões desconhecidas ao repórter -

assinaram um abaixo-assinado apoiando o candidato e tentaram “empurrar” esse apoio aos colegas sindicalistas, provocando um “racha” no movimento sindical:

“A iniciativa dos "sindicalistas de Arraes", que teve como sobremesa um abaixo-assinado em apoio à chapa Lula-Arraes-Humberto, rachou os sindicatos de servidores públicos.

O fato de Arraes estar apoiando nacionalmente o candidato Luís Inácio Lula da Silva à presidência e de ter na sua chapa um senador do PT não é, segundo o repórter, motivo suficiente para o movimento sindical apoiar sua candidatura. Ferreira explica assim o pensamento dos sindicalistas que não apóiam Arraes:

“O raciocínio dos descontentes é simples: Dr. Arraes nunca foi lá um "bom patrão" e, algumas vezes, tem seguido a cartilha "neoliberal" do presidente Fernando Henrique (PSDB).”

No jornalismo as aspas são um sinal gráfico usado para delimitar uma citação. Podem ser usadas também, e apenas, segundo o Manual de redação da Folha de São Paulo para palavras e expressões estrangeiras ou para destacar títulos de livros e revistas, obras de arte, etc. (NOVO MANUAL DA REDAÇÃO, 1993: 56). Na sentença acima o uso das aspas não indica a fala do personagem. Ela é usada para enfatizar a expressão “bom patrão”, imprimindo a ela um tom irônico. No caso da expressão “neoliberal” as aspas dão ao repórter um distanciamento da palavra usada, como se esta não lhe pertencesse ou ele não concordasse com seu uso.

Ironia – do grego *eironeía* – significa pergunta de quem sabe a resposta. Em texto jornalístico admite-se seu uso apenas em colunas especializadas assinadas, o que não é o caso da matéria em pauta, onde seu autor deixa claro o

seu uso para demonstrar sua discordância do pensamento de alguns sindicalistas. A decisão desse grupo em apoiar Arraes é tratada como um fato antinatural, só podendo ser atribuída a fatores fora do âmbito local. As razões para isso são colocadas por Laurindo dessa forma:

“Apêndice sindical do Partido dos Trabalhadores, a CUT-PE e alguns dos seus diretores foram **praticamente empurrados** para os braços da Frente Popular, depois que Arraes decidiu apoiar a candidatura de Lula para a Presidência da República. Mas a tese do nacional se sobrepondo ao local está longe de ser consenso.”

O repórter parece ter dificuldade de entender as razões apresentadas pelos sindicalistas signatários do abaixo assinado pró-Arraes. É interessante notar que enquanto os argumentos dos sindicalistas contra o apoio à candidatura Arraes são tratados como “naturais”, vindo geralmente acompanhados pelos verbos declarativos “avisam”<sup>56</sup>, “queixam-se” ou “criticam”, os argumentos desses sindicalistas são tratados como algo que precisa ser justificado:

“O presidente da CUT-PE, Jorge Peres, 52 anos, um dos organizadores do churrasco pró-Arraes e signatário do abaixo-assinado, diz que os trabalhadores precisam superar o que ele chama de “questões meramente corporativas”. Segundo Peres, ex-candidato a deputado estadual pelo PT na eleição passada, Arraes não conseguiu agradar aos servidores porque “sofreu pressões de uma política nacional” comandada, claro, pelo adversário Fernando Henrique. Com este mesmo argumento, o presidente da CUT também justifica a privatização da Celpe e do Bandepe, ações duramente criticadas pelo movimento sindical e, agora, finalmente “assimiladas” por alguns militantes petistas.”

O uso da expressão “o que ele chama de” (fica subentendido que o repórter não chamaria daquela maneira), além das aspas em “questões meramente

corporativas", "assimiladas" e "sofreu pressões de uma política nacional", deixa claro a discordância do repórter com os argumentos apresentados pelo presidente da CUT em Pernambuco. A ironia do repórter fica de novo evidente pelo uso do aposto, quando ele afirma que essas "pressões de uma política nacional" foram "comandadas, *claro*, pelo *adversário* Fernando Henrique".<sup>57</sup>

Vejamos então como é colocada a declaração de apoio de outra sindicalista, Beatriz Gomes, então diretora do Sindicato dos Servidores Civis do Estado de Pernambuco – Sindserpe. Discurso este, para o repórter, incoerente com a posição de sindicalista e excessivamente moderado graças ao momento eleitoral:

"Acostumada a discursos inflamados contra as ações administrativas do Governo Arraes, Beatriz Gomes assume hoje um posicionamento bem mais ameno".

Na declaração acima fica claro que Beatriz consegue fazer uma distinção entre política sindical e política eleitoral, o que parece imperceptível para o repórter, que afirma que a sindicalista, por estar apoiando a candidatura do então governador, teria mudado de posição, chegando a elogiar o governo:

" (...) "Tenho posição crítica em relação ao Governo, mas não podemos tratar a questão das eleições só do ponto de vista corporativo", argumenta. Defensora da reeleição de Arraes, Beatriz prefere, agora, ressaltar as qualidades do Governo do Estado, voltado, segundo ela, "para os menos favorecidos". O "mal" a ser combatido é FHC e seus aliados em Pernambuco: Jarbas Vasconcelos (PMDB) e Carlos Wilson (PSDB)."

Para realçar que a opinião de que o terceiro governo de Arraes é "voltado para os menos favorecidos" era da sindicalista e não dele, o experiente jornalista

---

<sup>56</sup> Ver "verbos declarativos"

<sup>57</sup> grifos meus

fez questão de, além das aspas, usar a expressão “segunda ela” . Assim, tem-se a nítida certeza de e que ele não foi “contaminado” pelo discurso “arraesista”.

Este temor dos repórteres em época de eleição, de não se deixar envolver pelo discurso pode ser considerado altamente saudável e deveria ser uma preocupação constante e em relação a todos os candidatos majoritários. Mas, ao contrário disso, o que se pode verificar ao analisar os textos jornalísticos publicados durante o período eleitoral de 1998 nos jornais locais, na sua grande maioria, é que este mesmo cuidado não foi tomado por outros repórteres, em outras ocasiões, com relação a outros candidatos. Um bom exemplo é a reportagem assinada por Ricardo Perrier, da sucursal do Jornal do Comercio em Caruaru, em 01 de outubro. Nela, Perrier escreve – sem o uso de quaisquer aspas – que:

“Durante comício em Belo Jardim, Mendonça Filho (...) enumerou os *vários desacertos do atual governo*, porém sem agredir (...)”

O que acontece na sentença acima é o que o professor Possenti define como “aproximação do falante com o enunciado” (1993). Por mais “desacertado” que possa ter sido o governo de Arraes, é preciso salientar, em nome de um fazer jornalístico imparcial e ético, que os “desacertos do governo” não são uma “Verdade” incontestável, e sim o discurso de um político da oposição em cima de um palanque em seu reduto eleitoral. Merecendo, dessa forma, dados concretos sobre quais seriam esses “desacertos”. Ou em última análise, o uso das aspas, o que daria à afirmação um caráter de declaração textual. As declarações textuais conferem credibilidade à informação e devem vir obrigatoriamente entre aspas. Ao

reproduzi-las, o jornalista está ajudando o leitor a conhecer melhor o personagem da notícia.

Na mesma matéria, mais abaixo, ainda usando o texto corrido, sem se valer do recurso do uso das aspas, sobre o discurso do candidato da União por Pernambuco o jornalista escreve:

“Sem prometer milagre da noite para o dia *para tirar o Estado do atraso*, Jarbas Vasconcelos disse não ter nenhuma dúvida da vitória.”

Ora, “Tirar Pernambuco do atraso” foi um dos enunciados básicos do discurso da União por Pernambuco, tornando-se o mote da coligação PMDB / PFL durante toda a campanha de 1998. Fica assim evidente que mais uma vez o ponto de vista do locutor, no caso o jornalista, coincide com o do entrevistado, o então candidato Jarbas Vasconcelos.

*A forma como os editores vêem os dois candidatos durante a eleição de 1998 pode ajudar a entender a cobertura jornalística feita pelos dois jornais. Diz*  
*Ciro Rocha, do JC, primeiramente sobre Jarbas:*

“Foi a primeira campanha profissional que ele fez, e de lá para cá ele aprendeu. É tudo estudado metodicamente, com uma excelente estrutura de retaguarda, o pessoal de Jarbas faz chegar a informação ao jornal com muita facilidade, aí é outra história, foi uma campanha muito interessante.”

E sobre Arraes:

“Com certeza o tempo de Arraes já passou, as pesquisas [de 1998] mostram isso. Arraes estava muito desgastado com os casos dos precatórios. Desgastado também com aquela história de que agora é a vez de Jarbas, a gente sentia isso.”

## **Conclusão**

*Achamos importante registrar aqui um fato que chamou a atenção durante as entrevistas realizadas nesta pesquisa: os editores mantiveram inicialmente uma postura defensiva, se preocupando em afirmar que “raramente” recebiam pressão externa para publicar ou deixar de publicar qualquer matéria. E desprenderam algum tempo nessas explicações até eu esclarecer que o paradigma da pesquisa era o da própria produção da notícia, de um pensamento vigente influenciando na decisão interna do que é e o que não é notícia. Foi a partir daí que pudemos ouvir declarações do tipo:*

*“Em 1998 havia alguns consensos [entre os jornalistas], como por exemplo de que ‘Jarbas é um bom administrador’, ou que ‘acabou a era Arraes’ e que ‘agora chegou a vez de Jarbas’.”*

*Isso demonstra que os editores estavam em 1998 - e ainda estão hoje, infelizmente - mais preocupados em não sofrer uma pressão interna do seu superior imediato ou dono do veículo onde trabalha do que atentos para analisar até que ponto o que produzem pode estar influenciado pela ideologia dominante.*

*Com a presente pesquisa esperamos ter contribuído com a análise da prática política do jornalista, no sentido de termos estabelecido uma metodologia mais rigorosa no processo de análise da produção jornalística. Através do estudo de autores como Bourdieu, Thompson e Bobbio, entre outros, buscamos compreender o que Bourdieu (1998) chama de “as formas modernas de opressão simbólica” que permeiam o exercício da profissão e que dificultam chegarmos ao que Thompson denomina de “dimensão normativa ou ética” da publicidade fornecida pela mídia impressa.*

Através da análise discursiva do material publicado pelos dois maiores jornais locais – Jornal do Commercio e Diário de Pernambuco, - durante o processo eleitoral de 1998 esperamos ter suscitado uma reflexão objetiva sobre o próprio jornalismo: seu poder, função, implicações éticas e limites. Quisemos também fazer um *mea culpa* diante da constatação de que na nossa prática diária, nós jornalistas nos ressentimos de uma falta de senso crítico sobre o que publicamos. Não discutimos nossa prática diária, como se estivéssemos acima de qualquer suspeição e sintomaticamente desinteressados de qualquer debate, seja ele sobre a profissão em si, seus rumos e a qualidade do que produzimos ou sobre as questões mais abrangentes como ética, democracia, a hoje bilionária indústria da comunicação, etc.

A leitura de estudiosos da análise do discurso nos fez ver que a ilusão neoliberal de um discurso totalmente livre, sem fronteiras, choca-se com a realidade social e a ideologia sem as quais não se pode realizar o estudo da linguagem. E a utilização de normas técnicas de análise, longe de limitá-las, libertarão as palavras dos entraves nos quais hoje ela é mantida. Dessa forma, uma postura ética significa primordialmente uma postura informada.

Não temos a pretensão, com esta pesquisa, de ter descoberto nenhuma verdade. Primeiramente porque sabemos que a natureza da pesquisa social não se presta a isso e depois porque – como já dissemos anteriormente aqui – não acreditamos que haja uma única “Verdade” a ser descoberta.

O que pretendemos é que, através de um novo paradigma de análise, tenhamos apresentado uma descrição mais relevante a respeito da parcialidade

da imprensa. E que tenhamos de alguma forma suprido a ausência de maior uma integração entre a crítica acadêmica e a prática jornalística.

*Por fim, nos permitam uma reminiscência, já que a produção dessa pesquisa nos fez lembrar o nosso tempo de estudante de jornalismo. Na faculdade havia um professor que para avivar o debate sobre o que é “notícia”, dizia: “se um cachorro morde o carteiro, isso não é notícia” (exceto se o homem em questão fosse alguém famoso, complementar eu hoje). Afinal, é da natureza dos cachorros morderem todos os estranhos que porventura pareçam querer invadir os seus lares. Notícia – continuava o dedicado professor – acontecerá no dia em que o carteiro, cansado de sua condição de homem racional, revoltar-se e morder o cachorro.*

Os jornalistas, mais por falta de tempo que por falta de boa vontade, buscam “pessoas-símbolo”, bons personagens capazes de contar boas histórias aos seus leitores. Assim, em 98, as idéias neoliberais defendidas por FHC em nível nacional e por Jarbas em Pernambuco se tornaram o homem que mordeu o cachorro, conseguindo dessa forma um lugar de destaque na cobertura jornalística local da política.

## **BIBLIOGRAFIA**

**ADORNO**, Theodor W e **HORKHEIMER**, Max. Coleção os Pensadores, *Dialética do Esclarecimento*, São Paulo, Nova Cultural/Jorge Zahar Editora, [1999/1985]

**ALBUQUERQUE**, Afonso de. *Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística da política*, in: RUBIN, Antonio Albino, BENTZ, Ione Maria G. , PINTO, Milton José (orgs.), *Produção e Recepção dos sentidos Midiáticos*, Petrópolis, Ed. Vozes, [1998]

\_\_\_\_\_. *Um outro quarto poder- imprensa e compromisso político no Brasil*, revista *Fronteiras*, Vol. I , nº 1, dez. 1999.

**ARRAES**, Miguel. *Palavra de Arraes*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, [1982]

**BALZAC**, Honoré de. *Os Jornalistas*, Rio de Janeiro, Ed. Ediouro, [1999] 159p.

**BAKHTIN**, M. / **VOLOSHINOV**, V. N. (1930). *Marxismo e filosofia da linguagem*, São Paulo, Hucitec [1986]

**BAQUERO**, Marcelo. *Opinião Pública e pesquisas Eleitorais* in *Estudos sobre Comportamento Político*, pp. 57-68 Florianópolis, Ed. Letras Contemporâneas, [1997]

**BAUMAN**, Zigmunt. *Globalização: as conseqüências humanas*, São Paulo, Nova Cultural/Jorge Zahar Editora, [1997]

**BATISTA**, Paulo Nogueira. *O Consenso de Washington – a visão neoliberal dos problemas latino-americanos*, Caderno Dívida Externa nº 6, São Paulo, PEDEX, 2ª ed. [1994] 159p.

**BELL**, Daniel. *O Fim da Ideologia*, Rio de Janeiro, [1960].

**BERTEN**, André. *Tudo Dizer? Tudo Escrever? Como fica a doutrina dos direitos do Homem?*, Revista Política Hoje, ano 5, nº 8 e 9, Editora Universitária da UFPE, jan./dez. de 1998

**BLACKBURN**, Robin (org.). *Depois da Queda – o fracasso do comunismo e o futuro do socialismo*, São Paulo, Ed. Paz e Terra, [1992] 271p

**BOBBIO**, Norberto. *Direita e esquerda –razões e significados de uma distinção*, São Paulo, Unesp, [1994] 129p.

\_\_\_\_\_. *Os Intelectuais e o Poder – dúvidas e opções dos homens de cultura na sociedade contemporânea*, São Paulo, Unesp, [1996] 187p.

\_\_\_\_\_. *A Teoria das Formas de Governo*, Brasília, Ed. Universidade de Brasília, 4ª ed. [1976] 179p.

**BORDENAVE**, Juan Dias. *Além dos Meios e Mensagens – introdução à comunicação como processo, tecnologia sistema e ciência*, Petrópolis, Ed. Vozes, [1983] 110p.

**BOURDIEU**, Pierre. A televisão, o jornalismo e a política in *Contrafogos – táticas para enfrentar a invasão neoliberal*, pp. 93:104 Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, [1998] 151p.

\_\_\_\_\_ *Economia das Trocas Simbólicas*, Rio de Janeiro, Editora Perspectiva.

\_\_\_\_\_ *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel Difusão Editorial, [1989].

\_\_\_\_\_ *Questões de Sociologia*, Rio de Janeiro, Editora Marco Zero, [1983] 208p.

**BRETON**, Philippe. *A Manipulação da Palavra*, Petrópolis, Ed. Loyola, [1999] 167p.

**CHAMPAGNE**, Patrick. *Formar a Opinião – o novo jogo político*, Petrópolis, Ed. Vozes, [1998] 291p.

**CÓDIGO DE ÉTICA DO JORNALISTA**, Associação Nacional dos Jornais, [1991].

**COHN**, Gabriel (org.). *Comunicação e Indústria Cultural*, São Paulo, Companhia Editora Nacional, 4ª edição, [1978] 407p.

**CONTI**, Mario Sergio. *Notícias do Planalto – A Imprensa e Fernando Collor*, São Paulo, Companhia das Letras, 2ª reimpressão [1999] 719p.

**COSTA**, Caio Túlio. *O Relógio de Pascal – a experiência do primeiro ombudsman da imprensa brasileira*, São Paulo, Ed. Siciliano, [1991] 263p.

**CRUZ**, Manuel, **VATTIMO** Gianni (Eds.). *Pensar en el sigilo*, Madrid, Ed. Taurus, [1999] 187p.

**DIMENSTEIN**, Gilberto, **NOBLAT**, Ricardo, **NEGREIROS**, José, **FERNANDES**, Roberto, **LOPES** Roberto. *O Complô que Elegeu Tancredo Neves*, Editora JB, [1985]

\_\_\_\_\_. *As Armadilhas do Poder*, Summus Editora, [1990]

**DINES**, Alberto, *O Papel do Jornal*, Summus Editora, [1999]

**DOMINGUES**, José Maurício. *Sociologia e Modernidade – para entender a sociedade contemporânea*, Editora Civilização Brasileira, [1999] 157p.

**DOROZINSKI**, Alexandre. *La Manipulation des Sprints... et Comment s'en Proteger*, Editions Du Seuil, [1987]

**ELLIOTT**, Deni. *Jornalismo versus Privacidade*, Rio de Janeiro, ed. Nórdica, [1986] 179p.

**FILHO**, José Paulo Cavalcanti (Org.). *Informação e Poder*, Ed. Record, [1994].

**FONSECA**, Francisco. *Reflexões sobre o sistema político e as eleições 98: a mídia como instância democrática*, in: **CHAIA** Vera e **CHAIA** Miguel (orgs.). *Mídia e Política*, Educ, São Paulo, [2000] pp 134-138.

**FOUCAULT**, Michel. *A ordem do discurso*, Ed. Loyola, [1996], 79p.

**FREIRE**, Paulo. *Extensão ou Comunicação?*, Ed. Paz e Terra, 6ª edição, [1982] 93p.

**FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA**. *Censo Demográfico. Recenseamento Geral*, 1995

**FURTADO**, Celso. *Formação Econômica do Brasil*, Brasília, Ed. UnB, [1963] 309p.

\_\_\_\_\_. *O Capitalismo Global*, 3ª edição, São Paulo, Paz e Terra, [1998] 83p.

**GENOÍNO**, José. *Repensando o Socialismo*, São Paulo, Ed. Brasiliense, [1991] p.

**GENRO**, Tarso. *Utopia Possível*, Porto Alegre, Ed. Artes e Ofícios, [1994] 159p.

**HABERMAS**, Jürgen. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, [1984] 398p.

**HALIMI**, Serge. *Os Novos Cães de Guarda*, Petrópolis, Ed. Vozes, [1998] 150p.

**IANI**, Octavio. *A Sociedade Global*, Rio de Janeiro, **Civilização Brasileira**, 7ª ed. [1999] 194p.

**IDE**, Pascal. *A Arte de Pensar*, Ed. Martins Fontes, [1997]

**IBOPE**. Relatórios, [1998]

**JAMBO**, Arnaldo. *Diário de Pernambuco, história e jornal de quinze décadas - edição comemorativa do sesquicentenário*, Recife, Ed. Diário de Pernambuco, [1975] 466p.

**JIGENIUS**, Per-Arne & **PALMER**, John. *L'ouverture du point de vue des médias*, In: *L'Ouverture et La Transparence Dans Les Institutions Européennes*, Ed. Commission Européenne, [22/11/1995] pp 10-17.

**LAGE**, Nelson. *Ideologia e Técnica da Notícia*, Petrópolis, Ed. Vozes, [1997]

\_\_\_\_\_. *O Controle da Opinião Pública*, Petrópolis, Ed Vozes, [1998]

**LASSWELL**, Harold. *A Linguagem da Política*, Brasília, Ed. UnB, 2ª ed., [1982] 410p.

**LASTRES**, Maria Martins e **FERRAZ**, João Carlos. *Economia da Informação, do Conhecimento e do Aprendizado*, in: **LASTRES**, Maria Martins e **ALBAGLI**, Sarita: *Informação e Globalização na era do Conhecimento*, pp. 25-57 Rio de Janeiro, Ed. Campus, [1999]

**LAVAREDA**, Antônio. *A Democracia nas Urnas – o processo partidário eleitoral brasileiro*, Rio de Janeiro, Rio Fundo Editora, [1991] 187p.

**LAVAREDA**, Antônio (org.). *A Vitória de Arraes*, Rio de Janeiro, Inojosa Editores, [1997] 201p.

**LAVAREDA**, Antônio, **SÁ** Constança e autores. *Poder e Voto – luta política em Pernambuco*, Recife, Editora Massangana, [1986] 210p.

**LEI ELEITORAL 9504/97**. Tribunal Superior Eleitoral.

**LINS DA SILVA**, Carlos Eduardo, **SANTOS**, Mario Vitor (coordenadores). *NOVO MANUAL DE REDAÇÃO DA FOLHA DE SÃO PAULO*, São Paulo, Editora Folha de São Paulo, 2ª ed. – janeiro de 1993. 331p.

**MAGALHÃES**, Nara Maria Emanuelli. *O Povo Sabe Votar – uma visão antropológica*, Petrópolis, Ed. Vozes, [1998] 141p.

- MANET**, Enrique Gonzales. *Nueva orden informativo y transformación cultural*, in Revista Comunicação & Política, vol.1 nº2 Rio de Janeiro, Paz e Terra, [1983] pp. 19 -30
- MAQUIAVEL**, Nocollò. *O Príncipe*, São Paulo, Ed. Cultrix, [1998] 165p.
- MARCONDES FILHO**, Ciro. *O Capital da Notícia*, Ed. Ática, 2ªedição, [1989] \_\_\_\_\_ . Jornais se dissolvem no ar in *A Saga dos Cães Perdidos*, pp. 29:52 Hacker Editores, [2000] 171p.
- MARX**, Karl. *Liberdade de Imprensa*, São Paulo, Ed. L & MP, [1999] 220p.
- MARX**, Karl. *O 18 Brumário de Napoleão Bonaparte*. In Marx, K. *O 18 Brumário e Cartas a Kugelman*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, [1977] 0ppp. 15 - 143. \_\_\_\_\_ . *A Ideologia Alemã*, São Paulo, Martins Fontes, vol I, 311p
- MATOS**, Heloiza (org.). *Mídia, Eleições e Democracia*, São Paulo, Ed. Scritta, [1990] 228p.
- MATTELART**, Armand. *L'Informacion dans le Tiers Monde*, in Revista Comunicação & Política, vol.1 nº2 Rio de Janeiro, Paz e Terra, [1983] pp. 103-112
- MCLUHAN**, Marshall,. *Os meios de comunicação como extensões do homem*, Rio de Janeiro, Ed. Cultrix, [1974].
- MCLUHAN**, Marshall, **FIGUEROA**, Quentin. *Os meios são as Massa-gens*, Rio de Janeiro, Ed. Record, [1983] 188 p.
- MELO**, Cristina T. V de. *Cartas à redação – uma abordagem discursiva* (Tese de Doutorado), Campinas, Unicamp, [1999] 264p.
- MENEGUELLO**, Raquel. *Partidos e governos no Brasil contemporâneo (1985 – 1997)*, São Paulo, Paz e Terra, [1998] 183p.

**MIGUEL**, Luis Felipe. *Mito e Discurso Político – uma análise a partir da campanha eleitoral de 1994*, Campinas, Ed. da Unicamp, [2000] 232p.

**MONETA**, Carlos Juan. *Identidades y políticas culturales en procesos de globalización e Integración regional*, In: **CANCLINI**, Néstor García, **MONETA**, Carlos (Orgs). *Las Industrias Culturales en la Integración Latinoamericana*, Buenos Aires, Ed. Eudeba [1999] 342 p.

**MONTEIRO**, J. *Da ideologia ao Ideologismo*, in **DASCAL**, M. (org.) *Conhecimento, linguagem, ideologia*. São Paulo, Perspectiva [1989] pp. 193 - 216

**NASCIMENTO**, Maria de Fátima Costa. *A única vítima – a verdadeira história do escândalo da caixa 2 da empreiteira*, Recife, Quipá [1998] 87p.

**NICOLAU**, Jairo Marconi. *Multipartidarismo e Democracia – um estudo sobre o sistema partidário brasileiro*, Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, [1996] 118p.

\_\_\_\_\_. *Sistemas Eleitorais – uma introdução*, Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, [1999] 77p.

**NOBLAT**, Ricardo. *O Céu dos Favoritos- o Brasil de Sarney a Collor*, Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, [1990] 320p.

**O'DONNEL**, Guilherme. *Democracia Delegativa?*, in *Novos Estudos CEBRAP*, Nº 31[out./1991]

**ORTIZ**, Renato. *Mundialização e Cultura*, São Paulo, Brasiliense, [1994] 234p.

\_\_\_\_\_. *Cultura e mega-sociedade mundial*, in: *Lua Nova* nº 28/29, pp 229-295.

**PÊCHEUX**, Michel. *Analyse authomatique du discours*, Paris: Dunod, [1969] 140p

\_\_\_\_\_. *Análise do discurso: três épocas*, in Gadet e Hak

\_\_\_\_\_. *O Discurso: estrutura ou acontecimento*, Ed. Pontes, [1990] 68 p.

**PLATÃO**. Coleção os Pensadores, Ed. Nova Cultural, [1991] 261p.

**PORTO**, Mauro Pereira. Dilemas da Racionalidade – o caso dos efeitos da mídia no comportamento político in *Estudos sobre Comportamento Político*, pp. 39-53 Florianópolis, Ed. Letras Contemporâneas, [1997]

**POSSENTI**, Sirio. *Os Humores das Línguas*, [1994]

\_\_\_\_\_ *Notas sobre condições de possibilidade da subjetividade, especialmente na linguagem*, [1996]

**PRADO**, José Luiz Aidar. *Comunicação no mundo global: da hermenêutica à crítica da ideologia*, In: Coletânea Cultura e Saber, Universidade de Caxias do Sul, vol. 2, nº 4, dezembro/1998

**PRZEWORSKI**, Adam. *The Neoliberal Fallacy*, In *Journal of Democracy*, julho de 1992, pp. 45 -50

\_\_\_\_\_ *Capitalismo e Social-Democracia*, São Paulo, Companhia das Letras, [1989] 291p.

**RAMONET**, Ignacio. *Geopolítica do caos*, Petrópolis, Ed. Vozes, 2ª ed. [1998] 155p.

**ROBERTSON**, Roland. *Mapeamento da condição global: globalização como conceito central*, In: Cultura Global – nacionalismo, globalização e modernidade, Vozes, 2ª ed.

**RUBIM**, A, **AZEVEDO**, F. *Mídia e Política no Brasil: Textos e agenda de pesquisa*, in: Lua Nova nº 43, pp 189-216.

**SANTOS**, Roberto Ramos. *Arraes, Processo e Mito: As Eleições de 1986 em Pernambuco*, In: Revista Política Hoje, ano 2, nº 3, Editora Universitária da UFPE, jan./ jun. [1995]

**SOARES**, José Arlindo. *A Frente do Recife e o Governo Arraes*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, [1977]

**SODRÉ**, Muniz. *A Comunicação do Grotesco – um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil*, 9ª ed, Petrópolis, Ed. Vozes, [1983] 81p.

**SODRÉ**, Nelson Werneck. *A Farsa do Neoliberalismo*, Rio de Janeiro, Graphia Editora, [1995] 120p.

**TAVARES**, Cristina, **MENDONÇA**, Fernando. *Conversações com Arraes*, Belo Horizonte, Ed. Vega, [1979].

**THOMPSON**, John B. *A Mídia e a Modernidade – Uma teoria social da Mídia*, Petrópolis, Editora Vozes, 2ª ed. [1999] 261p.

\_\_\_\_\_. *Ideologia e Cultura Moderna*, Petrópolis, Editora Vozes, [1995] 427p.

**TOSTA**, Wilson. *Ocaso da esquerda marca fim do século em PE*, São Paulo, jornal OESP, [09/04/00].

\_\_\_\_\_. *Frente PMDB-PFL domina política pernambucana*, São Paulo, jornal OESP, [09/04/00].

\_\_\_\_\_. *Tradição revolucionária se opõe às oligarquias*, São Paulo, jornal OESP, [09/04/00].

\_\_\_\_\_. *Economia moderna e diversificada contrasta com atraso na área social*, São Paulo, jornal OESP, [09/04/00].

**TRE**. *Relatórios*, [1998]

**TSE**. *Relatórios*, [1998]

**VENTURI**, Gustavo. Pesquisas Pré-eleitorais: Legitimidade, Influência e Contribuições à Cidadania in *Estudos sobre Comportamento Político*, pp. 69-86 Florianópolis, Ed. Letras Contemporâneas, [1997]

**WEBER**, Max. *Coleção Os Economistas Ensaios sobre as Teorias das Ciências Sociais*, São Paulo, Ed. Nova Cultural/Moraes, [1997] 132p.

**WEFFORT**, Francisco. *O Populismo na Política Brasileira*, Ed. Paz e Terra, 4ª edição, [1989/1991]

**WOLF**, Fritz. *Toda política passa pela mídia – Da relação precária entre política e televisão*, In: Cadernos Centro de Estudos Papers, Alemanha, nº31 [1997]

**WILKE**, Jürgen, **GERMAN**, Cristiano, **WOLF**, Fritz. *Perspectivas Globais da Sociedade da Informação*, In: Cadernos Centro de Estudos Papers, Alemanha, nº31 [1997]

**ZAJDSZNAJDER**, Luciano. *Ética, Estratégica e Comunicação – na passagem da modernidade à pós-modernidade*, Rio de Janeiro, Ed. FGV, [1999] 259p.

#### **Periódicos:**

**DIÁRIO DE PERNAMBUCO**, Coleção de janeiro a outubro de 1998. Consultada também via Internet.

**JORNAL DO COMMERCIÓ**, Coleção de janeiro a outubro de 1998. Consultada também via Internet.

# ANEXOS

## **Jornal do Commercio:**

JC 01

05/04/98

SUCCESSÃO V

### **Caixa 2 e precatórios: armas para o tiroteio**

Os chamados escândalo dos precatórios (Arraes) e escândalo do caixa 2 (Jarbas) e a disputa pelos recursos da privatização da Celpe, são as principais munições que jarbistas e arraesistas já começaram a preparar (e usar) em campo. Depois de meses acusando o governador de usar indevidamente o dinheiro da venda dos títulos públicos para pagar precatórios, Jarbas Vasconcelos, juntamente com o PFL, decidiram atuar em outra frente: a batalha política para retardar a antecipação dos recursos da privatização da Celpe, que, segundo ele, seriam usados eleitoralmente pelo governador Miguel Arraes.

Com a promessa de ter R\$ 700 milhões em caixa, o Governo Arraes fez a relação de obras, buscou contemplar todas as regiões do Estado, chamou prefeitos aliados e adversários para oferecer obras e, em troca, conseguiu minar bases da aliança PMDB/PFL. Acuado, Jarbas exigiu do PFL uma reação contra a estratégia de Arraes para assegurar mais dinheiro. A resposta veio com uma consulta feita pelo deputado Mendonça Filho (PFL) ao Tribunal de Contas da União (TCU), que determinou a análise da operação por parte do Senado e do Banco Central. Resultado: a liberação dos recursos pode ser retardada e só chegar após as eleições, como esperam PFL e PMDB.

Às acusações relacionadas com as negociações dos precatórios, o Governo Arraes responde apresentando as certidões de "nada consta" dadas pelo Senado Federal, pela Assembléia Legislativa e pelo Tribunal de Contas do Estado (TCE). Com a Celpe, no entanto, a munição foi pesada. O secretário Dilton da Conti (Governo) apresentou documentos de um contrato de venda de ações da Celpe, comercializadas pela Prefeitura do Recife, na segunda gestão de Jarbas Vasconcelos (93-96). Dilton acusou Jarbas de vender as ações numa época em que elas estavam desvalorizadas. Os jarbistas contra-argumentaram dizendo que, na época, não existia procura pelas ações e o preço comercializado foi o melhor.

JC 02

05/07/98

SUCCESSÃO IV

### **Arraes reforça Lula e insiste em "federalizar" a eleição estadual**

O ponto inicial da campanha oficial do governador Miguel Arraes (PSB) - candidato à reeleição - será o lançamento da carta-compromisso com a concepção do programa de governo do candidato a presidente pela frente das esquerdas, Luiz Inácio Lula da Silva (PT), amanhã, em Brasília. Como se sabe, a estratégia do governador é "federalizar" a campanha estadual, usando esta idéia como mote principal da campanha. Após concluir as articulações que definiram os coordenadores dos postos chaves do comando da Frente Popular, Arraes seguirá hoje para Brasília. O coordenador-geral será o seu candidato a vice, Fernando Bezerra Coelho.

"Essa vai ser uma campanha onde as posições vão estar muito bem definidas. A população vai ter que se posicionar frente às posições políticas, e não só frente às pessoas", previu Arraes, na semana passada, insistindo em sua estratégia.

Com ânimo para enfrentar a batalha eleitoral, o governador acredita no sucesso da linha escolhida para o discurso da campanha e confia na aceitação dos eleitores. "Todo mundo está entendendo. Se o presidente da República sai dos seus cuidados e dá uma entrevista numa rádio do interior para ajudar seus amigos do PFL, dizendo que vai discriminar o Estado de Pernambuco, foi apenas a confirmação daquilo que já sabíamos, que essa discriminação vem sendo feita sem ser divulgada", lembrou, em recente entrevista.

Além de bater na "discriminação" do Governo FHC, a Frente Popular vai levar para os eleitores a idéia de que esta administração e o programa de Governo de Arraes - que está sendo elaborado pelo secretário de Planejamento João Recena - é mais democrático. Para justificar isso, o governador cita, sempre, dois exemplos: os programas de eletrificação rural e o Peça a Nota, que permitiu o acesso a jogos de futebol, teatros e shows.

Junto com a defesa dos programas do seu governo, Arraes já sinalizou que pretende fazer um paralelo com a projetos lançados pelo adversário Jarbas Vasconcelos (PMDB) na Prefeitura do Recife. Numa entrevista à Rádio Jornal, recentemente, ele criticou o Recifolia, atacando: "Qual é o lazer que eles fizeram, as festas de Boa Viagem, que se atinge um grupo de pessoas? É justo que se faça, não estou condenando o que fizeram. Estou dizendo que é insuficiente. A forma de pensar nas ações é uma forma restrita e limitada, a nossa é pela democratização".

o governador, contudo, entra no período oficial da campanha ainda em ritmo de indefinições. Sua assessoria não divulgou nenhuma atividade eleitoral, além da participação no evento da campanha presidencial de Lula, em Brasília. A justificativa dada pela assessoria de Arraes, para essa "lacuna" na agenda do candidato à reeleição, foi o período final de definição do comando da campanha. Isso depois de ter realizado várias mobilizações nos últimos meses, que levaram seus principais adversários - Jarbas Vasconcelos (União por Pernambuco) e Carlos Wilson (Muda Pernambuco) - a questioná-lo no TRE, por um suposto uso da máquina pública e antecipação da campanha eleitoral, numa previsível briga jurídica.

**JC 03**

**02/08/98**

SUCESSÃO II

**Apoio a Arraes racha movimento sindical**

*por LAURINDO FERREIRA*

Promovido no último domingo por sindicalistas ligados à Central Única dos Trabalhadores em Pernambuco (CUT-PE), o churrasco em apoio à reeleição do governador Miguel Arraes (PSB) acabou provocando indignação política no movimento sindical ligado aos servidores estaduais. A

iniciativa dos "sindicalistas de Arraes", que teve como sobremesa um abaixo-assinado em apoio à chapa Lula-Arraes-Humberto, rachou os sindicatos de servidores públicos. O raciocínio dos descontentes é simples: Dr. Arraes nunca foi lá um "bom patrão" e, algumas vezes, tem seguido a cartilha "neoliberal" do presidente Fernando Henrique (PSDB).

Apêndice sindical do Partido dos Trabalhadores, a CUT-PE e alguns dos seus diretores foram praticamente empurrados para os braços da Frente Popular, depois que Arraes decidiu apoiar a candidatura de Lula para a Presidência da República. Mas a tese do nacional se sobrepondo ao local está longe de ser consenso. "Aqui, foram quatro anos sem reajuste salarial, um verdadeiro massacre. Como é que, agora, a gente vai apoiar o governador?", queixa-se Nilson José, 38 anos, diretor do Sindicato Trabalhadores em Saúde e Seguridade do Estado de Pernambuco (Sindsaúde). "Como não somos obrigados, não vamos seguir esta orientação", avisa.

O presidente da CUT-PE, Jorge Peres, 52 anos, um dos organizadores do churrasco pró-Arraes e signatário do abaixo-assinado, diz que os trabalhadores precisam superar o que ele chama de "questões meramente corporativas". Segundo Peres, ex-candidato a deputado estadual pelo PT na eleição passada, Arraes não conseguiu agradar aos servidores porque "sofreu pressões de uma política nacional" comandada, claro, pelo adversário Fernando Henrique. Com este mesmo argumento, o presidente da CUT também justifica a privatização da Celpe e do Bandepe, ações duramente criticadas pelo movimento sindical e, agora, finalmente "assimiladas" por alguns militantes petistas.

"Estamos entre a cruz e a espada", avalia João Batista Gomes, 33 anos, diretor de Educação Sindical e Cultura do Sindicato dos Urbanitários, que reúne trabalhadores da Celpe e Compesa. "Acho até que o mal maior é Jarbas, mas em Arraes eu também não voto", declara, criticando o difícil relacionamento do Governo Arraes com o movimento sindical. Gomes também não poupa críticas ao processo de privatização da Celpe, conduzido pelo Governo do Estado, nem a direção da CUT: "Não houve debate com a sociedade para se decidir pela privatização da Celpe e, quanto à CUT, deveria ficar mais próxima da base."

Acostumada a discursos inflamados contra as ações administrativas do Governo Arraes, a sindicalista Beatriz Gomes, 52 anos, diretora do Sindicato dos Servidores Cíveis do Estado de Pernambuco (Sindserpe), assume hoje um posicionamento bem mais ameno. "Tenho posição crítica em relação ao Governo, mas não podemos tratar a questão das eleições só do ponto de vista corporativo", argumenta. Defensora da reeleição de Arraes, Beatriz prefere, agora, ressaltar as qualidades do Governo do Estado, voltado, segundo ela, "para os menos favorecidos". O "mal" a ser combatido é FHC e seus aliados em Pernambuco: Jarbas Vasconcelos (PMDB) e Carlos Wilson (PSDB).

Menos otimista e mais crítica, a presidente do Sindicato dos Trabalhadores em Educação (Sintepe), Tereza Leitão, 45 anos, reconhece que o quadro é "muito delicado" para os sindicalistas. "Foram os quatro anos em que os servidores públicos mais foram agredidos", diz Tereza. Mesmo citando algumas conquistas na educação - o Plano de Cargos e Salários e o Estatuto do Magistério - a sindicalista ressalta que a política para os servidores, "no País e no Estado", foi tímida e sem muitos ganhos. "A ausência de uma política salarial deixou lacunas enormes e significativas. A situação é difícilíssima", resume Tereza.

## **JC 04**

**13/09/98**

**FOGO CRUZADO**

### **Livro traz de volta "Escândalo do Caixa 2"**

Quando apenas três semanas afastam os eleitores das urnas e uma diferença oscilando em quase 30 pontos separa os dois primeiros colocados na corrida pelo Governo do Estado - Jarbas Vasconcelos, da União por Pernambuco, e Miguel Arraes, da Frente Popular (candidato à reeleição) - a campanha sinaliza para o vale tudo. Os ataques extrapolaram a esfera da crítica política - a exemplo dos escândalos dos precatórios e do leite - e passaram para a âmbito pessoal

com a circulação de panfletos apócrifos (impressos em gráficas clandestinas) que atingem a honra dos principais personagens.

O mais recente episódio dessa luta livre, é a publicação intitulada A Única Vítima - A Verdadeira História do Escândalo do Caixa II da Empreiteira, assinado pela ex-tesoureira da Construtora Queiroz Galvão, Maria de Fátima Costa do Nascimento. Exemplares do livro - publicado por uma desconhecida Editora Quipá, sem registro de endereço - chegaram à redação do JC, via portador, na noite de sexta-feira. No local destinado à identificação do remetente, o nome impresso é o da própria Maria de Fátima, mas o endereço - Av. Pedro de Souza, 505 - Curado III, Recife/PE (sic) - não existe. Apesar de a rua existir no Curado III, em Jaboatão dos Guararapes, a numeração só vai até 217. Maria de Fátima, na verdade, possui uma pequena farmácia no interior do Estado e mora em município do litoral alagoano.

As 71 páginas de texto, escrito na primeira pessoa, mas em estilo jornalístico, trazem à tona um dos mais rumorosos escândalos político já denunciados no Estado. Tudo começou com uma simples ação trabalhista contra a construtora, que ganhou contornos de escândalos porque na ação a ex-tesoureira reclamava comissões de 1% a 3% sobre a administração do "caixa 2" da empreiteira, cujos recursos, segundo consta da ação, eram usados para pagar comissões lobistas, propinas e subornos a políticos e funcionários públicos de alguns estados nordestinos.

Dentre os políticos, foram relacionados o então governador Joaquim Francisco (PFL), o prefeito do Recife, à época, Jarbas Vasconcelos (PMDB) e o deputado Luiz Piauhyllino (ex-PSB e atual PSDB), entre outros. Agora, cinco anos após a denúncia que lhe resultou vários processos, Maria de Fátima resolve contar "novos episódios" do caso, sem deixar claro se movida por vingança ou motivações políticas. Mas o único nome citado por diversas vezes no texto - inclusive as reproduções de documentos e matérias jornalísticas constantes dos anexos - referem-se todos a Jarbas Vasconcelos. Na verdade, a única novidade é uma ação por perdas e danos contra a construtora que ela move desde o dia 2 de julho passado.

12/02/98

### **Arraesistas estão insatisfeitos**

O baixo astral parece ter tomado conta do palanque arraesista. Lideranças com livre trânsito junto ao Palácio das Princesas admitiram, ontem, ser grande o grau de insatisfação com a maneira como vem sendo conduzido o processo de venda da Celpe, capitaneado pelo secretário de Governo, Dilton Da Conti. As críticas são de que o governo vem agindo sem timing, baseado numa linha excessivamente técnico-financeira e pouco política.

Segundo cronograma divulgado pelo próprio Palácio, o BNDES deveria ter liberado a segunda parcela do adiantamento de R\$ 700 milhões na última segunda-feira. Por isso, muitos arraesistas estão preocupados com a possibilidade de o governo não ter mais tempo de resolver um problema não cogitado - a manobra do PFL que retardou a liberação dos R\$ 700 milhões.

É o chamado efeito títanic. "O governo pensou que o navio nunca afundaria. Não usou todas as alternativas. Trabalhou numa linha reta, contando apenas com este adiantamento do BNDES. Não se preparou politicamente", disse uma fonte que não quis se identificar. O Tribunal de Contas da União, atendendo a uma consulta formulada pelo deputado federal José Mendonça Filho (PFL), decidiu que os R\$ 700 milhões só seriam liberados com o aval do Senado e do Banco Central.

O palanque da aliança PMDB/PFL ficou estremeado quando o governador Miguel Arraes (PSB) anunciou a venda da Celpe e ganhou a adesão de um sem número de prefeitos e ex-prefeitos, com a promessa de aplicar parte dos R\$ 700 milhões nos seus municípios. O ex-prefeito Jarbas Vasconcelos (PMDB) chegou a condicionar sua candidatura ao empenho do PFL para retardar o ingresso dos recursos.

"O governo demorou demais", salientou um parlamentar que não quis se identificar, criticando o fato de ninguém ter se antecipado a uma manobra previamente anunciada pelos adversários. "O governo errou ao não cogitar que poderia ser obrigado a buscar outros caminhos para receber recursos ainda durante a campanha eleitoral", acrescentou a mesma fonte.

28/06/98

## **Entrevista com Arraes:**

*"Não mudei. Estou sempre onde estive"*

### **DIÁRIO DE PERNAMBUCO - Chegou a hora do confronto decisivo?**

**MIGUEL ARRAES** - A política em Pernambuco sempre foi polarizada. No começo as disputas se davam entre duas elites dominantes. O povo foi paulatinamente conquistando espaços, até que conseguiu, nos anos 60, estabelecer-se em um dos polos, aquele em que militamos toda a nossa vida. O distanciamento do sr. Jarbas Vasconcelos é apenas o desgarramento de um indivíduo, sem nenhuma conseqüência para o processo histórico.

### **DIÁRIO - Qual o significado da disputa majoritária em Pernambuco?**

**Arraes** - O que está em jogo são as mesmas coisas. De um lado as forças que, desde a ditadura, ocupam os postos políticos importantes da República sem trazer benefícios para a população. Do outro estão as forças perseguidas por se empenharem em corrigir as desigualdades regionais e em investir na melhoria de vida do povo.

### **DIÁRIO - Qual o maior defeito da coligação adversária ?**

**Arraes** - A coligação adversária representa os interesses das elites. Podem apresentar candidaturas disfarçadas - gente que esteve em outros campos políticos até um dia desses e que traíram os ideais que diziam abraçar - mas, substancialmente, são as mesmas forças conservadoras de sempre.

### **DIÁRIO - Por que o sr. não tentou superar as diferenças e unir-se a Jarbas para dar a Pernambuco maior poder de reivindicação?**

**Arraes** - O povo é testemunha de duas coisas essenciais na minha biografia. A primeira é que eu estou aonde sempre estive, defendendo as mesmas causas. A segunda é que nunca fui daqueles que não conseguem entendimentos políticos, quando estão em questão os interesses da população. Me reuni com os 25 deputados federais e com os três senadores para reverter uma injustiça contra Pernambuco, que era a destinação de R\$ 15 milhões para um porto no Ceará. Não fui eu quem se afastou, mas dr. Jarbas. E não sou eu quem não quer dialogar, mas ele, que faz a mais violenta campanha de que um homem público foi vítima neste estado.

28/06/98

## **Entrevista com Jarbas:**

### ***"A luta é contra o atraso e a inoperância"***

#### **DIÁRIO DE PERNAMBUCO - Arraes e o sr. chegaram ao confronto decisivo?**

**JARBAS VASCONCELOS** - A luta em Pernambuco não se dará entre pessoas, mas entre o atraso, a inoperância e a incúria administrativa - representada pelo atual governo - e a mudança, proposta pela nossa candidatura. Acredito que o confronto será mesmo decisivo, porque Pernambuco, que desde 1990 vem crescendo menos do que todos os estados do Nordeste, precisa mudar.

#### **DIÁRIO - Qual o significado da disputa em face do quadro nacional?**

**Jarbas** - O Brasil, no atual governo, ingressou em uma nova era, a da estabilidade monetária. Este passo foi dado pelo presidente e sua candidatura à reeleição significa a continuidade desse projeto. Vamos votar nele. O outro lado representa uma candidatura que pode jogar o Brasil no vazio. O mesmo que se dá em Pernambuco.

#### **DIÁRIO - Qual o maior defeito que o sr. vê na coligação adversária?**

**Jarbas** - Em termos de visão de mundo, os nossos adversários não saíram da década de 70. Para eles, a globalização não existe. Estão fora da realidade. A atual equipe fracassou e carrega nesse fracasso os 10 anos em que governou Pernambuco sem uma obra significativa.

#### **DIÁRIO - Por que o sr. não superou as diferenças e uniu-se ao seu concorrente para que o estado tivesse mais força de reivindicação?**

**Jarbas** - Se alguém errou nesse aspecto, não fomos nós, e os fatos estão aí para comprovar. Infelizmente a união para trazer uma refinaria de petróleo para o estado foi frustrante, porque o atual governo, ao invés de realizar entendimentos com o governo federal e com os demais estados do Nordeste transformou a batalha em uma campanha publicitária dentro do estado. O esforço de união se esvaiu. Depois, o governo se envolveu com o escândalo dos precatórios e aí perdeu a nossa confiança e a da população.