

Brasil: o segundo turno das eleições presidenciais de 2006 na visão do *New York Times*

Maria Inez Mateus Dota⁷⁰ e Denise Fernandes Britto⁷¹

This article presents an analysis of the *New York Times* covering of Brazilian second round presidential elections in 2006. In this way, 23 news story of the period are considered and studied based on Journalism Studies and Discourse Analysis. It tries to identify how the representations regarding the candidates are constructed, taking into consideration the news structure and the lexical items, contextualized by the ideological action. As a result, it is possible to identify a construction unfavourable to the candidate Lula and an attribution of positive values to the opposition candidate Alckmin, indicating a positioning, though implicit, of the vehicle.

Keywords: Journalism, language, discourse analysis, ideology, intertextuality, elections.

1. Introdução

O objetivo deste trabalho é analisar os perfis dos candidatos à presidência do Brasil construídos pelo jornal *The New York Times* em sua versão *on-line*, no período referente ao segundo turno das eleições de 2006, ou seja, de 2 a 29 de outubro. Este estudo se insere numa pesquisa maior em que se analisa a cobertura que o referido jornal deu às eleições presidenciais do Brasil nos períodos que antecederam ao primeiro turno, no segundo turno e no período compreendido entre o segundo turno e a posse do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Fundamenta-se nos Estudos do Jornalismo desenvolvidos por Sousa (2003, 2004 e 2006) e Lule (2001) e no instrumental metodológico da Análise do Discurso oferecido por Bell (1991), Fairclough (1995 e 2001), Fowler (1991), Maingueneau (2001) e Charaudeau (2006).

Busca-se identificar os perfis dos candidatos construídos nas matérias referentes à cobertura das eleições para presidente, a partir da estruturação das notícias, tanto nos aspectos lingüísticos como jornalísticos,

⁷⁰ Maria Inez Mateus Dota, Universidade Estadual Paulista-Bauru, Doutora em Letras.
E- Mail: midota@uol.com.br

⁷¹ Denise Fernandes Britto, Instituto Municipal de Ensino Superior de Bebedouro
‘Victório Cardassi’, Mestre em Comunicação. E-mail: denisebrf@hotmail.com

em especial, as fontes que são consultadas, tecendo as vozes do discurso, bem como estruturas de manchete e lide, que garantem mais destaque às informações.

De forma mais específica, este estudo analisa que recursos lingüísticos são empregados para a composição dos perfis dos dois candidatos enfocados pelo jornal, tais como a escolha do léxico, a ironia, a metáfora e a intertextualidade. Verifica se a palavra chave da notícia aparece no título ou no lide e em que outra parte da matéria determinadas informações são apresentadas. Entende-se que 'as notícias são determinadas por valores e que o tipo de linguagem em que as notícias são redigidas reflete e expressa esses valores' (Bell, 1991: 2).

Por considerar as notícias como representações discursivas, analisa-se quais interesses estão em evidência e como a ideologia age nas representações a partir de estratégias de ocultamento e generalização. Nesse sentido, seguem-se os estudos de Fairclough (1995: 14), para quem as 'ideologias são proposições que geralmente figuram como pressuposições implícitas em textos, que contribuem para produzir ou reproduzir relações desiguais de poder, relações de dominação'. Com isso, torna-se indispensável a investigação dos interesses ideológicos que movem essas estruturas noticiosas, partindo do pressuposto de que as mídias mantêm um espaço de cidadania, pois propiciam e fomentam o debate público (Charaudeau, 2006: 252) e, nesse aspecto, visa verificar se o *New York Times* contribui para a democratização da comunicação em âmbito mundial, uma vez que esse periódico atinge os quatro cantos do globo.

O *corpus* analisado foi selecionado a partir de uma verificação diária do *New York Times on-line* (www.nytimes.com) no período acima referido, sendo que todas as matérias que abordaram as eleições presidenciais foram levadas em consideração, totalizando 23 notícias. Tais matérias foram analisadas a partir de quatro tópicos: os candidatos; melhor qualidade de vida; a identidade dos candidatos com as classes sociais e crítica aos candidatos.

2. Contextualização do jornal

O *New York Times* é um jornal de circulação diária, internacionalmente conhecido, publicado na cidade de Nova Iorque e distribuído nos Estados Unidos e em muitas outras nações mundialmente. Pertence à The New York Times Company, que também publica outros jornais de grande circulação como o *International Herald Tribune* e *The Boston Globe* e outros 15 jornais diários; possui 30 sites e a rádio WQXR-FM. Em 1996, o *New York Times* começou a ser publicado também na Internet em www.nytimes.com. Em 2006, a companhia teve ganho de três bilhões e trezentos mil dólares.

Gay Talese, jornalista que foi repórter do *New York Times* por nove anos e que escreveu *O Reino e o poder* abordando seus bastidores, no prefácio desse livro, opina sobre o jornal:

Este livro é sobre a instituição familiar mais importante dos Estados Unidos. A instituição é o *New York Times*. Seus donos, desde 1896, são membros da família Ochs, uma aliança poderosa e enganosamente modesta - e, às vezes, enganosamente autocrática - de homens e mulheres unidos por casamentos, de antepassados de judeus alemães, que são os principais acionistas e herdeiros de um negócio que, mais do que uma empresa, é uma dinastia (Talese, 2000: 5).

Em entrevista à *Folha de S. Paulo* (6 de junho de 2004) Talese afirma que o *New York Times* 'nunca foi independente do governo dos Estados Unidos e nem exerce um jornalismo suficientemente crítico.' No decorrer da entrevista acrescenta: 'É um jornal do establishment. Sua saúde financeira, a economia do "Times", é em grande medida baseada na economia das forças que mandam no país. As políticas do governo americano estão bastante em linha com os interesses do "New York Times" enquanto um jornal do establishment' (Cariello, 2004: 22).

3. Análise das notícias

3.1 Os candidatos

Neste período o candidato Luiz Inácio Lula da Silva é o ator principal nas notícias do jornal sobre as eleições brasileiras, o que é considerado plausível pelos Estudos do Jornalismo, uma vez que ele é o presidente da Nação, está em exercício e está à frente nas pesquisas. Sousa (2003: 83) aponta 'a proeminência das pessoas envolvidas' como um dos critérios de noticiabilidade. Nesse sentido, o conteúdo das notícias foca-se muito mais em Lula do que em Alckmin, o candidato da oposição.

Iniciando pelos títulos, observa-se que, dentre as 23 matérias, dezoito títulos mencionam o presidente em exercício, sendo onze numa abordagem negativa para Lula; Alckmin é mencionado em apenas dois títulos, ambos positivos, conforme pode-se conferir nos exemplos abaixo:

Brazil's Lula in High-Stakes Battle in Runoff Vote (Lula do Brasil em batalha de altos riscos na votação do segundo turno – 2 de outubro)

Challenger Blasts Brazil Prez in Debate (Opositor destrói o presidente do Brasil em debate – 20 de outubro)

Brazil's Lula Could Face Rough Ride in Second Term (Lula do Brasil pode enfrentar jornada tempestuosa no segundo mandato – 27 de outubro).

Adentrando os lides, verifica-se que doze deles trazem algum conteúdo negativo para Lula, sendo que apenas três trazem informações

negativas para Alckmin, conforme mostram os exemplos abaixo. Mesmo quando a vitória de Lula é apontada no lide como insuperável, algum fato negativo sobre o presidente é trazido para a abertura da notícia.

1. *Challenger Geraldo Alckmin used a televised debate Thursday to criticize President Luiz Inacio Lula da Silva over corruption allegations.* (O opositor Geraldo Alckmin usou um debate na TV quinta-feira para criticar o presidente Luiz Inácio Lula da Silva por alegações de corrupção. – 20 de outubro)

2. *Centrist Geraldo Alckmin hammered President Luiz Inacio Lula da Silva over corruption allegations in the third televised debate ahead of an Oct. 29 runoff election.* (O centrista Geraldo Alckmin malhou o presidente Luiz Inácio Lula da Silva por alegações de corrupção no terceiro debate televisionado antes de uma eleição em segundo turno em 29 de outubro. – 24 de outubro)

3. *Rebuked at the polls four weeks ago because of voter irritation with a corruption scandal and his unwillingness to answer questions about it, Brazil's president, Luiz Inacio Lula da Silva, heads into a runoff vote on Sunday with a lead that every poll suggests is insurmountable.* (Repreendido pelas urnas há quatro semanas por causa da irritação do eleitor com um escândalo de corrupção e sua má vontade em responder perguntas sobre isso, o presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, encaminha-se para uma votação em segundo turno no domingo com uma liderança que toda pesquisa diz ser insuperável. – 27 de outubro)

Com relação à origem das matérias, dezoito são provenientes de agências – Reuters ou Associated Press. As outras cinco são assinadas pelo então correspondente do *New York Times* no Brasil, Larry Rohter. Independentemente da origem, a temática dos escândalos de corrupção envolvendo o partido do presidente – e o Partido dos Trabalhadores (PT) – aparece em 21 notícias; essa temática não é abordada em apenas duas matérias – uma que trata do apoio do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra e outra sobre o apoio dos homossexuais ao candidato Lula. A abordagem dos escândalos do PT também se dá na forma de suítes (recurso jornalístico bastante usado em fatos que têm continuidade), já que os textos retomam o assunto e, inclusive, repetem trechos já apresentados em matérias anteriores, como que se dirigindo a um possível leitor que está tendo contato pela primeira vez com os fatos que estão ocorrendo durante as eleições no Brasil. Dessa forma, os sentidos negativos sobre o partido ao qual pertence Lula são introduzidos ao novo leitor ou, então, reforçados para quem já leu sobre o tema no jornal. Confirmam os trechos abaixo:

4. *Mr. da Silva, a 60-year-old former factory worker and labor leader who has been beleaguered by one scandal after another for nearly two years, polled 48.65 percent of the vote in the presidential election on Sunday, short of the majority he needed to avoid a runoff on Oct. 29.* (O sr. da Silva, um ex-operário e ex-líder dos trabalhadores de 60 anos que tem sido cercado por um escândalo após o outro por quase dois anos, obteve 48,65 por cento dos votos na eleição presidencial de domingo, um pouco menos

da maioria que ele precisava para evitar um segundo turno em 29 de outubro. – 3 de outubro)

5. *Mr. da Silva, a 60-year-old former factory worker and labor leader, denied involvement in the skulduggery, but was nonetheless admonished at the polls on Oct.1.* (O sr. da Silva, um ex-operário e ex-líder dos trabalhadores de 60 anos, negou envolvimento na falcatrua, mas foi, todavia, admoestado nas urnas em 1º. de outubro. – 22 de outubro)

6. *His Workers Party has been battered for two years by charges of vote-buying and illegal campaign financing, scandals that have cost the former labor leader and lathe operator his reputation as a bastion of political ethics.* (Seu Partido dos Trabalhadores tem sido bombardeado há dois anos por acusações de compra de votos e financiamento ilegal de campanha, escândalos que custaram ao ex-líder dos trabalhadores e ex-torneiro mecânico sua reputação de baluarte da ética política. – 29 de outubro)

Como se percebe nos exemplos quatro, cinco e seis, sua antiga profissão de operário e, mais especificamente, de torneiro mecânico ou sua atuação como líder dos trabalhadores é trazida à tona para se contrapor aos escândalos de corrupção, no intuito de mostrar a incoerência do candidato que tinha a reputação de ‘baluarte da ética política’ e, uma vez no cargo de presidente, tem à sua volta escândalos de corrupção.

Com relação a Alckmin, a temática da corrupção é abordada somente em uma matéria e no meio do texto, o que confere pouca visibilidade à informação veiculada:

7. *But Alckmin also may be vulnerable to scandal. He quashed 16 ethics investigations in the Sao Paulo state assembly, and his wife was accused of accepting 400 free dresses from a luxury boutique.* (Mas Alckmin também pode ser vulnerável ao escândalo. Ele reprimiu dezesseis investigações de ética na Assembléia Legislativa de São Paulo, e sua esposa foi acusada de aceitar 400 vestidos como presente de uma butique de luxo. – 2 de outubro)

O jornal também não aprofunda os temas das investigações, constituindo uma ação ideológica do jornal, que oculta detalhes dos fatos negativos de Alckmin enquanto reforça e explicita os pontos fracos de Lula. Segundo van Dijk, ‘partindo agora para o correto nível discursivo de seqüências de proposições, nós percebemos que acontecimentos podem ser descritos em vários níveis de generalização ou especificidade, e com muitas ou poucas proposições em cada nível [...]’. Dessa forma, ‘[...] podemos esperar que Nossas boas ações e as ações negativas dos Outros terão, em geral, uma tendência a serem descritas em um nível mais específico, mais profundo. O oposto será verdadeiro [...]’ (van Dijk, 1998: 35, tradução nossa). Portanto, ao posicionar-se implicitamente ao lado de Alckmin, o jornal enfatiza as atribuições negativas de Lula (o Outro), detalhando as informações, enquanto restringe a um nível mais superficial as críticas feitas a Alckmin.

Simultaneamente à construção de uma representação pejorativa de Lula, o veículo ainda compõe um retrato da população brasileira,

apoiando-se em idéias cristalizadas pela mídia, especialmente, a internacional. Assim, ainda com referência aos escândalos, o jornal aponta que estes não chocam os brasileiros: a corrupção é endêmica, os brasileiros estão acostumados com ela e isso não impede que Lula se mantenha à frente nas pesquisas. A imagem que se projeta do Brasil nesse aspecto é muito ruim, o que implica Lula por ser o presidente em exercício:

8. *Corruption is so endemic that Brazilians are accustomed to unresolved allegations, perhaps explaining why Silva has rebounded since the scandal broke. Polls suggest he will win 62 percent of the vote Sunday, compared to 38 for Alckmin.* (A corrupção é tão endêmica que os brasileiros estão acostumados com acusações não resolvidas, talvez explicando por que Silva tenha se recuperado depois que o escândalo estourou. As pesquisas sugerem que ele ganhará com 62 por cento dos votos no domingo, comparado a 38 de Alckmin. – 27 de outubro)

9. *Silva, who has not been personally linked to the accusations, and has been quick to remove alleged violators, described corruption as “a tumor” that has plagued Brazil since long before he came to power.* (Silva, que não foi pessoalmente ligado às acusações, e foi rápido em remover os infratores acusados, descreveu a corrupção como “um tumor” que infestou o Brasil desde muito antes de ele assumir o poder. – 28 de outubro)

3.2 Melhor qualidade de vida

Quando o jornal atribui o bom desempenho de Lula nas pesquisas à melhora da qualidade de vida do povo em seu primeiro mandato, não mostra essa informação positiva de sua administração no título ou no lide, mas no meio do texto, excetuando-se uma matéria em que o lide fala da diminuição da pobreza. Em alguns casos essa melhora de vida é relacionada com os programas sociais.

10. *Known popularly as Lula, he has brought millions out of poverty through social spending, even as he stabilized the economy, beating inflation without raising taxes. Many Brazilians, especially the poor, say their lives have improved.* (Conhecido popularmente como Lula, ele tirou milhões da pobreza através de seus gastos sociais, mesmo quando estabilizou a economia, combatendo a inflação sem aumentar impostos. Muitos brasileiros, especialmente os pobres, dizem que suas vidas melhoraram. – 2 de outubro)

11. *Vote-buying and bribery scandals sullied the image of the bearded, burly “man of the people” but he still seemed ready to clinch re-election on October 1, largely because the lower classes had more jobs and more money in their pockets.* (A compra de votos e os escândalos de corrupção mancharam a imagem do barbudo e robusto “homem do povo”, mas ele ainda parecia pronto para conseguir abraçar a reeleição em 1º de outubro, em grande parte porque as classes mais baixas tinham mais empregos e mais dinheiro em seus bolsos. – 27 de outubro)

Nesse último exemplo, quando o jornal aponta pontos positivos da administração Lula – mais empregos e mais dinheiro no bolso do povo –, chama o candidato de ‘barbudo e robusto “homem do povo”’, enfatizando para os leitores aspectos que não fazem dele um candidato atraente, de acordo com o padrão de beleza do senso comum. Nesse sentido, o jornal reforça o estereótipo de beleza dominante no imaginário dos leitores e, ainda mais, usa de ironia ao colocar a expressão ‘homem do povo’ entre aspas, como que se duvidasse dessa sua identidade com o povo brasileiro. No trecho dez, é possível reparar que mesmo em enunciados positivos, as escolhas lexicais podem ser negativas como quando o jornal fala em ‘gastos sociais’ em vez de ‘investimentos’.

3.3 A identidade dos candidatos com as classes sociais

O *New York Times* atribui o bom desempenho de Lula nas pesquisas também ao seu estilo simples e, não obstante, à sua identificação com os pobres:

12. *In a final TV debate on Friday night the burly, gray-haired Lula, who speaks with a slight lisp, resorted to the kind of folksy humor and talk of the common man that helped him regain popular support in the second round of the campaign. (Num debate final na sexta-feira à noite o robusto Lula, de cabelos grisalhos, que fala com um leve ceceio, recorreu ao tipo de humor espontâneo e linguajar do homem comum que o ajudou a reconquistar o apoio popular no segundo turno da campanha. - 29 de outubro)*

13. *Neide Antonia Nazaro considers Silva one of her own kind with his country accent, love of soccer and fondness for cachaca, a sugarcane liquor. (Neide Antonia Nazaro considera Silva um de sua própria espécie com seu sotaque do interior, paixão pelo futebol e seu gosto por cachaça, uma bebida alcoólica de cana de açúcar. – 26 de outubro)*

Em doze, quando o jornal menciona o apoio popular recebido por Lula na campanha do segundo turno, traz à tona novamente seus aspectos físicos, insistindo no adjetivo ‘robusto’. O emprego do verbo ‘recorreu’ visa caracterizar o uso de ‘humor espontâneo e linguajar do homem comum’, de que Lula faz uso, como uma estratégia de *marketing* político e não como características que lhe são próprias. Observa-se nesse caso a incidência da ação cultural na produção da notícia (Sousa, 2003: 76), pois as notícias estão embebidas de valores culturais presentes na sociedade e, assim sendo, um candidato ‘robusto’ (talvez ‘atarracado’ numa tradução mais livre) e que faz uso do linguajar do povo não deve ser eleito Presidente da República de um país. Ressalta-se ainda o fato de que a opinião do povo, representada no discurso indireto citado em treze, indica que as classes populares levam em consideração características do candidato que não contribuem para o exercício do maior cargo do executivo de uma nação, tais como os gostos de Lula pelo futebol e pela cachaça.

Nessa mesma linha da ação cultural, o *New York Times* refere-se ao candidato Lula como um indivíduo que abandonou os estudos no ensino fundamental e que mesmo nessa condição deverá receber o apoio dos brasileiros. A referência a um candidato ‘sem estudos’ visa mostrar aos leitores a inusitabilidade da candidatura, uma vez que o *New York Times* é oriundo de um país em que os dois últimos presidentes vieram de universidades de renome como Yale e Harvard. Confirmam o trecho abaixo:

14. *Backers of Silva, a grade-school dropout who became the nation’s first working-class president, hope poor Brazilians still consider him a better choice than Alckmin, who got 41.6 percent of the Oct. 1 vote.* (Apoiadores de Silva, um desistente da escola no ensino fundamental que se tornou o primeiro presidente da nação da classe trabalhadora, esperam que os brasileiros pobres considerem-no ainda uma melhor escolha do que Alckmin, que obteve 41,6 por cento na votação de 1º. de outubro. – 26 de outubro)

Assim, no caso da construção da figura de Lula, as antíteses são trabalhadas para criar um efeito de discrepância entre passado e presente, entre o falar e o agir. Por outro lado, o *New York Times* identifica Alckmin com a parte mais rica do Brasil e com os empresários e aponta-o como ‘atraente’ para eleitores que buscam um candidato honesto e competente, bem como aponta o seu estilo ‘chuchu’, sem paixão e ‘almofadinha’:

15. *Mr. Alckmin, a mild-mannered 53-year-old anesthesiologist, is none of that, which was originally considered a liability but now looks attractive to voters who say they yearn for honesty and competence.* (O sr. Alckmin, um anestesista de 53 anos e de gestos moderados não é nada disso [loquaz e carismático como Lula], o que foi originalmente considerado um defeito mas agora parece atraente para eleitores que dizem buscar por honestidade e competência. – 3 de outubro)

16...*Alckmin lacks the passion Silva has brought to the job. Nicknamed “chuchu” – after a flavorless green vegetable – he is strong in Brazil’s industrialized south, but has relatively little support among the poor and working class.* (...Alckmin não tem a paixão que Silva trouxe para o posto. Apelidado de “chuchu” – em analogia com um vegetal verde sem sabor – ele é forte no industrializado sul do Brasil, mas tem relativamente pouco apoio dentre os pobres e a classe trabalhadora. – 2 de outubro)

Ainda em referência ao trecho dezesseis, percebe-se que a ordem dos termos acaba anulando os efeitos negativos. Segundo van Dijk (1998: 31), ‘palavras podem ser escolhidas e, geralmente, ou em um contexto, expressam valores ou normas, e logo são usadas para expressar um valor de julgamento’. No fragmento visto anteriormente, nota-se que cada substantivo ou expressão grifada confere um peso, que é balanceado conforme a posição em que a partícula lexical é inserida no enunciado.

3. 4. Críticas aos candidatos

Quando o jornal dá voz aos candidatos para criticarem um ao outro, fá-lo da seguinte forma: Lula critica Alckmin pela violência em São Paulo e por sua possível intenção de privatizar estatais e cortar programas sociais num eventual governo.

17. *The burly former union leader went on the offensive by criticizing Alckmin's failure to crack down on criminal gangs in Sao Paulo, which was rocked by waves of violence after Alckmin stepped down.* (O robusto ex-líder sindical continuou a ofensiva criticando a falha de Alckmin em não tomar medidas severas com grupos criminosos em São Paulo, que foi embalado por ondas de violência depois que Alckmin deixou o cargo. – 9 de outubro)

18. *Brazilian President Luiz Inacio Lula da Silva cautioned in a debate on Sunday that his rival in a runoff election would spend less on social welfare programs and privatize strategic assets but faced criticism for a corruption scandal.* (O presidente brasileiro Luiz Inácio Lula da Silva advertiu num debate no domingo que seu rival numa eleição em segundo turno gastaria menos em programas sociais e privatizaria estatais estratégicas, mas enfrentou críticas por um escândalo de corrupção. – 29 de outubro)

Quanto às críticas de Alckmin sobre Lula, inseridas nas notícias, estas abordam principalmente os escândalos de corrupção envolvendo o partido do presidente e também apontam gasto do governo Lula com bancos e o fraco crescimento da economia, visando, assim, construir um perfil de candidato ligado à corrupção e mal gerenciador da economia:

19. *In the televised debate, former Sao Paulo state Gov. Alckmin accused Lula of lying to try to cover up a series of high-profile corruption scandals involving the ruling Workers' Party...* (Num debate pela TV, o ex-governador do estado de São Paulo, Alckmin, acusou Lula de mentir para tentar encobrir uma série de escândalos de corrupção amplamente divulgados e envolvendo o partido do governo, Partido dos Trabalhadores... – 9 de outubro)

20. *The Lula government benefited the bankers, paying 156 billion reais (\$77.1 billion) in interest – (it) is a huge concentration of wealth*, the 53-year-old candidate said during the nationally televised debate. (O governo Lula beneficiou os banqueiros, pagando 156 bilhões de reais (\$ 77,1 bilhões de dólares) em juros – uma enorme concentração de renda”, o candidato de 53 anos disse durante um debate na TV em âmbito nacional. – 24 de outubro)

Ao inserir as vozes dos candidatos envolvidos, o jornal evidencia ainda mais o discurso polêmico, levando em conta que, no discurso polêmico, a 'polissemia é controlada, numa relação tensa de disputa pelos sentidos' por parte do interlocutores (Orlandi, 2002: 86). Cria-se, assim, em suas páginas, uma extensão dos debates e um clima típico de disputa eleitoral, com a troca de acusações e o ocultamento deliberado, por parte dos próprios candidatos, das ações positivas de ambos.

Mas o discurso polêmico, analisado no conjunto das 23 notícias, adquire nuances do discurso autoritário em que o espaço dos interlocutores passa a ser desigual e o locutor se coloca como agente exclusivo, apagando também sua relação com o interlocutor (Orlandi, 2002: 86). Para isso, o jornal busca as fontes autorizadas (especialistas) ou até pessoas do senso-comum. Essas vozes que trazem críticas aos candidatos se concentram em Lula, ora para apontar-lhe um suposto desempenho fraco no início da campanha do segundo turno, ora para reconhecer sua posição à frente das eleições e ora para justificar a rejeição ou a preferência do eleitor por ele:

21. *“The most likely scenario is Lula squeaking by with a narrow victory in the second round”*, Christian Stracke, lead emerging markets analyst at CreditSights, wrote in a research note, *“only to face lame duck status when he is sworn in for his second term”*. (“O cenário mais provável é Lula ir se arrastando, com uma estreita vitória no segundo turno”, Christian Stracke, um analista dos mercados emergentes líderes da CreditSights, escreveu numa nota de pesquisa, “apenas para encarar o status de pato manco quando tomar posse de seu segundo mandato”. – 2 de outubro, em artigo oriundo da Reuters.)

22. *“Lula still remains a clear favorite to win re-election”*, said Christopher Garman, Latin America analyst with the Eurasia Group. (“Lula ainda permanece um franco favorito para vencer a reeleição”, disse Christopher Garman, analista da América Latina do Grupo Eurásia. – 2 de outubro, em artigo da Associated Press.)

23. *“I didn’t vote for that bum”*, said Jose Gomes Araujo, who reupholsters furniture. *“He says the PT is the party of the workers, but he’s never worked a day in his life”*. (“Eu não votei naquele vagabundo”, disse José Gomes Araújo, que reforma móveis. “Ele diz que o PT é o partido dos trabalhadores, mas ele nunca trabalhou um único dia em sua vida”. – 29 de outubro)

A imagem do ‘vagabundo’, que nunca trabalhou, trazida ao texto pela intertextualidade no trecho 23 acima – a voz de um eleitor comum -, visa construir o perfil de um candidato que embora à frente das pesquisas, não deveria vencer as eleições, na avaliação de um de seus semelhantes.

Enquanto isso, as vozes trazidas às notícias com relação a Alckmin apontam o crescimento do candidato nas pesquisas no início do segundo turno, seu estilo ‘insosso’ (conforme mencionado acima) e sua ligação com a classe dominante:

24. *“This second round is starting with Lula declining and Alckmin rising, which could lead to even more surprises if it continues”*, said Rubens Figueiredo, a political analyst and consultant in Sao Paulo. (“Este segundo turno está começando com Lula caindo e Alckmin subindo, o que pode levar, até mesmo, a mais surpresas se isso continuar”, disse Rubens Figueiredo, um analista político e consultor em São Paulo. - 3 de outubro)

25. *“Alckmin represents the return to power of the dominant classes”*, said Joao Pedro Stedile, national coordinator of the Landless Workers Movement. (*“Alckmin representa o retorno ao poder da classe dominante”*, disse João Pedro Stedile, coordenador nacional do Movimento dos Trabalhadores sem Terra. – 26 de outubro)

Neste período há um equilíbrio entre as vozes, constituídas por especialistas e pessoas comuns que são trazidas pelo jornal para expressarem suas opiniões e corroborarem as posições do periódico. Tal estratégia pretende conferir à cobertura do jornal um procedimento aparentemente democrático, o que não se configura quando a análise adentra os recursos lingüísticos utilizados com referência a Lula (conforme doze e dezessete acima) e a própria estruturação das notícias, alocando informações negativas sobre Lula no título ou no lide. Nota-se ainda que as falas contra Alckmin, mesmo provenientes de adversários declarados como Stedile, são resumidas, não chegando a constituir uma crítica profunda, mas sim, uma constatação.

Vale a pena chamar a atenção para algumas metáforas criadas neste período de campanha. A referência a Lula como um ‘pato manco’ (conforme 21 acima) no segundo mandato é, no mínimo, precipitada no início da campanha do segundo turno (2 de outubro) e parece visar enfraquecer o candidato presidente. O período de ‘pato manco’, na tradição americana, refere-se ao segundo mandato caracterizado pelo declínio de poder do chefe do Executivo. As urnas mostraram que o presidente Lula foi reeleito com mais de 60% dos votos, o que lhe conferiu um ‘forte mandato’, nas palavras do próprio *New York Times* em 3 de outubro de 2006.

Uma outra metáfora faz alusão aos ataques entre os candidatos que poderão ocorrer durante a campanha do segundo turno. Fazendo uso da intertextualidade - uma declaração de um analista político -, o jornal aponta que os candidatos deverão ‘pular um no pescoço do outro’, o que também não ocorreu. Embora alguns ataques sobre os escândalos de corrupção tenham vindo à tona nos debates, não se justifica a construção de tal metáfora:

26. *“My feeling is they will go for each other’s necks and it’s going to be very bad. The question is which one of them will start the attacks”*, Barros said. (*“Minha impressão é que eles vão pular um no pescoço do outro e vai ser muito ruim. A pergunta é qual dos dois vai começar os ataques”*, Barros disse. – 2 de outubro)

Outra figura de linguagem empregada é a ironia.

Classifica-se tal fenômeno como um caso de polifonia, uma vez que esse tipo de enunciação pode ser analisado como uma espécie de encenação em que o enunciador expressa com suas palavras a voz de uma personagem

ridícula que falasse seriamente e do qual ele se distancia [...] (Maingueneau, 2001: 175).

Esse recurso em 27 abaixo é utilizado pelo jornalista Larry Rohter para mostrar o candidato Lula incoerente com os princípios de sua campanha que antecedeu o primeiro mandato, uma vez que prometeu 'justiça social e governo limpo' e teve sua primeira administração marcada por escândalos. Tem-se nesse caso a ação pessoal do jornalista (Sousa, 2003: 82), contrapondo uma promessa de campanha com a prática política do presidente:

27. *Campaigning on a platform of social justice and clean government, Mr. da Silva and his leftist Workers' Party won a landslide victory in a runoff four years ago this month. But his administration has been marked by one scandal after another...* (Fazendo campanha com uma plataforma de justiça social e governo limpo, o sr. Silva e seu Partido dos Trabalhadores de esquerda ganhou por uma vitória esmagadora num segundo turno há quatro anos, neste mês. Mas sua administração tem sido marcada por um escândalo atrás do outro... – 2 de outubro)

4. Considerações finais

Revedo os perfis dos dois candidatos construídos pelo *New York Times*, observa-se, no segundo turno, uma insistência do jornal nos aspectos de corrupção ligados ao governo Lula, ocorrendo, mesmo assim, a permanência desse candidato à frente das pesquisas. Em que pese a necessidade de apontar os escândalos havidos, o jornal enfatiza os aspectos negativos do candidato em posição de destaque nas matérias – título ou lide. Refere-se a Lula como 'pató manco' antes que a votação em segundo turno se concretize e faz várias menções à sua origem de operário, torneiro mecânico, sindicalista e desistente da escola, em construções linguísticas que deixam implícita a estranheza do jornal pelo desempenho do candidato nas pesquisas.

Com referência a Alckmin, pouco explorado pelo jornal, é apresentado como o candidato dos empresários – uma sinalização para os mercados - e que, pelo seu estilo 'duro' e insosso não consegue atrair o eleitorado, embora o *New York Times* o tenha qualificado como 'atraente' bem no início da campanha do segundo turno. Com isso, nota-se que os aspectos negativos de Lula são repetidos nas matérias e bem especificados, enquanto assuntos negativos de Alckmin são referidos de forma superficial, genérica. A partir da alternância de informações boas e ruins sobre Lula, o jornal consegue criar uma representação incoerente e conflitante. Com o mesmo recurso, atenua os aspectos negativos de Alckmin.

As vozes trazidas intertextualmente para as notícias – analistas, cientistas políticos, pessoas do povo - mantêm-se em equilíbrio, mas isso não significa que as informações são apresentadas democraticamente, conforme se aponta acima. Percebe-se que a ação ideológica do jornal na

Diálogos Latinoamericanos 14, 2008

estruturação das notícias está presente, no sentido de não mostrar como plausível um candidato oriundo da classe trabalhadora e que não se alinha totalmente com a política do *establishment*.

Nota-se que o espaço informativo é preenchido pelas opiniões do enunciador. Ao preencher um discurso polêmico com nuances autoritárias, o jornal não contribui para o debate público e nem para a construção da cidadania planetária, uma vez que assume uma postura unilateral, a partir do ponto de vista do poder dominante.

Referências bibliográficas

Bell, A. (1991) *The Language of News Media*. Blackwell: Oxford.

Cariello, R. (2004) ‘‘Times não é independente’’, diz Talese’. *Folha de S. Paulo*, 6 junho 2004. Mundo, p. 22.

Charaudeau, P. (2006) *Discurso das mídias*. Editora Contexto: São Paulo.

Fairclough, N. (1995) *Media Discourse*. Edward Arnold: London.

Fairclough, N. (2001) *Discurso e mudança social*. Editora Universidade de Brasília: Brasília.

Fowler, R. (1991) *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. Routledge: London.

Lule, J. (2001) *Daily News, Eternal Stories*. The Guilford Press: New York.

Maingueneau, D. (2001) *Análise de textos de comunicação*. Cortez: São Paulo.

Orlandi, E. P. (2002) *Análise de discurso*. Pontes: Campinas.

Sousa, J. P. (2003) *As notícias e seus efeitos*. [documento WWW]. URL www.booc.ubi.pt [data de consulta 10 outubro 2003].

Sousa, J. P. (2004) *Introdução à análise do discurso jornalístico impresso*. Letras Contemporâneas: Florianópolis.

Sousa, J. P. (2006) *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media*. Universidade Fernando Pessoa: Porto.

Talese, G. (2000) *O reino e o poder: uma história do New York Times*. Companhia das Letras: São Paulo.

Van Dijk, T. A. (1998) ‘Opinions and ideologies in the press’, in A. Bell e P. Garrett (eds.) *Approaches to Media Discourse*. Blackwell: Oxford, 21-63.