

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS  
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA**

**EDNEIA FÁTIMA DA CUNHA**

**COMUNICAÇÃO E POLÍTICA**

*Análise do discurso político nas eleições municipais de 2008, em Belo Horizonte, através da Folha de São Paulo Online.*

**Belo Horizonte, dezembro de 2012.**

**EDNEIA FÁTIMA DA CUNHA**

**COMUNICAÇÃO E POLÍTICA**

Análise do discurso político nas eleições municipais, de 2008, em Belo Horizonte, através da Folha de São Paulo Online

Monografia apresentada ao curso de Especialização em Culturas Políticas, História e Historiografia da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Especialista em Culturas Políticas, História e Historiografia.

Orientador: Professor Dr. André Luis P. Miatello.

**Belo Horizonte, dezembro de 2012.**

---

## ATA DA DEFESA DE MONOGRAFIA EM HISTÓRIA E CULTURAS POLÍTICAS DE *EDNEIA FÁTIMA DA CUNHA*

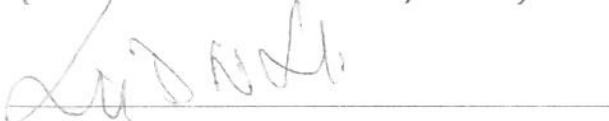
Aos **18 (DEZOITO)** dias do mês de **DEZEMBRO** de **DOIS MIL E DOZE** reuniu-se a banca examinadora da monografia em Especialização em História e Culturas Políticas com o título: "**COMUNICAÇÃO E POLÍTICA: Análise do discurso político nas eleições municipais de 2008, em Belo Horizonte, através da Folha de São Paulo Online**", composta pelos professores: **Prof. Dr. André Luiz Pereira Miatello (ORIENTADOR – FAFICH/UFMG)**, **Prof. Ms. Luiz Duarte Haele Arnaut (FAFICH/UFMG)**, **Profa. Dra. Cristina Isabel de Abreu Campolina de Sá (FAFICH/UFMG)**. Procedeu-se à arguição, finda a qual os membros da banca examinadora reuniram-se para deliberar, decidindo por unanimidade por sua aprovação, atribuindo à mesma nota 8,1, conceito B. Para constar, foi lavrada a presente ata, que vai datada e assinada pelos examinadores.

Belo Horizonte, 18 de dezembro de 2012.

**Banca Examinadora:**



**Prof. Dr. André Luiz Pereira Miatello**  
**(ORIENTADOR – FAFICH/UFMG)**



**Prof. Ms. Luiz Duarte Haele Arnaut (FAFICH/UFMG)**



**Profa. Dra. Cristina Isabel de Abreu Campolina de Sá (FAFICH/UFMG)**

Monografia aprovada pela Banca Examinadora composta pelos seguintes professores:

---

Professor Dr. ANDRÉ LUIS PEREIRA MIATELLO - UFMG  
Orientador

---

Professora: Cristina Isabel A. Campolina  
Convidada

---

Professor: Luiz Duarte Haele Arnaut  
Convidado

---

Professora Dra. ADRIANE APARECIDA VIDAL COSTA.  
Coordenadora do Curso **Culturas Políticas, História e Historiografia** - FAFICH- UFMG.

FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
Belo Horizonte, dezembro de 2012.

*Dedico este trabalho primeiramente a Deus que me deu sustentação para concluí-lo.*

*Agradeço a minha mãe e a minha filha, companheiras de lutas.*

*Agradecimentos especiais à coordenadora do curso, Professora Dra. Adriane Aparecida Vidal Costa e ao meu orientador Professor Dr. André Luis Pereira Miatello.*

*A todos vocês deixo registrado o meu respeito e admiração. Muito obrigada.*

## RESUMO

Este trabalho analisa o discurso político nas eleições municipais de 2008, em Belo Horizonte, utilizando como fonte de pesquisa os conteúdos do jornal Folha de São Paulo Online, relativos a esse pleito. O objetivo é tentar entender como se deu a construção do discurso político entre os candidatos Marcio Lacerda e Leonardo Quintão na visão jornalística e, fazendo uso de uma abordagem contextualizada do discurso, compreender o campo da comunicação e da política em sua interface com a contemporaneidade, através dos pressupostos teóricos de autores como Maingueneau, Gomes, Rubim, dentre outros, que abordam as transformações ocorridas na comunicação política bem como, a mediatização do discurso político e a desconstrução de imagens mobilizadas pelos candidatos no segundo turno.

Palavras-Chave: comunicação, política, mediatização.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>04</b>
<b>1 - COMUNICAÇÃO E POLÍTICA.....</b>	<b>06</b>
<b>1.1 - O Discurso político e meios de comunicação.....</b>	<b>06</b>
<b>2 - A CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 - Novas mídias e a prática jornalística.....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 - A notícia através da Internet.....</b>	<b>12</b>
<b>2.3 - Jornalismo <i>on-line</i> e cobertura política na Internet.....</b>	<b>13</b>
<b>3 - A ELEIÇÃO DE BELO HORIZONTE NA COBERTURA DA <i>FOLHA DE SÃO PAULO ON- LINE</i>.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1 - Metodologia.....</b>	<b>15</b>
<b>3.2 - A <i>Folha de São Paulo On-line</i> — Breve Histórico.....</b>	<b>17</b>
<b>3.3 - Critérios de Análise.....</b>	<b>18</b>
<b>3.3.1 - Rememorando o Processo Eleitoral.....</b>	<b>19</b>
<b>3.3.2 - Análise do Conteúdo da <i>Folha de São Paulo On-line</i>.....</b>	<b>20</b>
<b>4 - CONCLUSÃO .....</b>	<b>31</b>
<b>5 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>33</b>

## INTRODUÇÃO

A integração da comunicação com a política não é novidade na realidade contemporânea. Entretanto, essa junção está na construção da retórica política embasada em estratégias de comunicação e, no poder de persuasão existente na política brasileira.

Segundo Gomes (2004), o discurso, em sua evolução, ultrapassou os pilares da sociedade ateniense e transformou as relações de poder. As diferentes formas da comunicação entram na história como interfaces da transformação política. E, como processo, penetra a política como atividade porque, mesmo quando não é imediatamente óbvio, podemos descrever muitos aspectos de comunicação. A nova forma do fazer política e o papel da mídia, neste contexto tem trazido muitos questionamentos sobre o rumo da sociedade, da política e da comunicação.

Este trabalho de pesquisa tem como objetivo analisar a evolução do discurso político na campanha eleitoral de 2008, no âmbito municipal, em BH e para isso, examinou as estratégias comunicativas que atuaram sobre as formas dos discursos baseado nas estratégias midiáticas, associadas ao discurso político, ou seja, adequado a persuadir o público eleitoral, através do uso da oratória política.

No caso do candidato vitorioso na campanha eleitoral à prefeitura de Belo Horizonte, em 2008, esse processo teve início em 2007, com a aliança consolidada entre o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido Social Democrático Brasileiro (PSDB). A união do partido do então governador com a oposição, visando formação de uma chapa única para o município, constituiu um fato historicamente inédito à política mineira. Através dessa aliança, o governador Aécio Neves (PSDB) e o prefeito Fernando Pimentel (PT) uniram suas forças políticas para eleger o candidato que representava a coligação que lhes daria base para as futuras eleições à presidência e ao governo do Estado. Intenções, aliás, frustradas em função das candidaturas escolhidas em 2010.

Ao observar este momento político ocorrido em Belo Horizonte, em virtude das eleições de 2008, percebe-se também que seria gratificante fazer um estudo sobre a importância do jornalismo para a compreensão da vida pública e sua contribuição para o esclarecimento dos fatos e das informações junto aos leitores sobre o que realmente acontece no âmbito político e as diversas transformações frente à contemporaneidade.

Neste sentido, a pesquisa utilizará um jornal de grande circulação, no caso, *Folha de São Paulo Online*, para investigar como foram retratados os acontecimentos políticos, durante o período das eleições municipais em Belo Horizonte, em 2008. Neste contexto, será exposta a acirrada batalha política na qual em torno das palavras “populista e popular” poderá ser observada a disputa que



se travou entre os candidatos. E, por fim, tentar perceber como a mídia se comporta diante dos acontecimentos, uma vez que ela é um instrumento importante para a construção da opinião pública.

Esta monografia será composta por três capítulos do qual o primeiro está embasado num arcabouço teórico que retrata a origem e o sentido do discurso político e sua tradicional retórica, traçando uma trajetória do discurso aos meios de comunicação e sua transformação na construção política que se integra a comunicação.

A segunda parte também cercada por pressupostos teóricos, expõe a dimensão do espaço público e o papel da mídia quanto ao critério de noticiabilidade. Com o advento das novas mídias cria-se uma nova concepção na divulgação das notícias através da Internet.

Já a terceira parte consiste na análise do conteúdo do jornal Folha de São Paulo Online, uma rápida passagem pelo histórico do jornal, os critérios de abordagens das matérias destinadas a campanha eleitoral de 2008, em BH e o discurso dos candidatos no segundo turno.

# **1- COMUNICAÇÃO E POLÍTICA**

## **1.1- O Discurso político na contemporaneidade e meios de comunicação**

O gosto pelo poder existe desde sempre. É assim na economia, na vida cotidiana e, não é diferente na política. Exemplo disso, no caso da política, é o fato de candidatos gastarem milhões em suas campanhas para cumprir mandatos que, em princípio, não lhes trarão retorno financeiro que compense os gastos. Segundo pesquisa feita pelo jornal Folha de São Paulo Online, em julho de 2010, para ter mais possibilidades de eleger-se, um candidato a deputado federal teve de dispor de recursos em torno de R\$ 4 milhões. Se eleito, nos quatro anos de mandato, ele receberá, entre salários e benefícios, em torno de R\$ 1 milhão. Nem por isso os que pleiteiam mandatos desistem de lutar para consegui-lo. Tratar de processos políticos na atualidade ou, mais especificamente, da forma como se constrói a comunicação entre políticos e cidadãos exige, portanto, que não se perca de vista o vínculo entre o discurso e os meios de comunicação modernos.

As discussões sobre a atividade política e suas várias dimensões fazem parte dos debates históricos e do conhecimento filosófico. O debate político está sempre presente. Ele expressa as relações de poder e autoridades vigentes, as quais instituem as regras que estruturam e organizam a vida de uma coletividade. Evidentemente, as condições de produção do discurso político contemporâneo, englobam um grande número de razões, causas e fatores que marcam e caracterizam o discurso: assim, o discurso encontra-se relacionado às razões antropológicas e históricas próprias à sua constituição, as suas causas conjunturais e simbólicas, que manifestam em gêneros do discurso enunciados.

Para Maingueneau (1997), o discurso é igual a um espelho que reflete o orador. O autor explica que surge uma nova retórica discutida em diversas contribuições. As análises do discurso praticadas pelo mesmo indicam a necessidade de considerar a posição do locutor como ser empírico no campo em que ele se situa (política, intelectual, literário ou outro). Os pressupostos teóricos do autor nos dizem que as novas tendências em Análise do Discurso não tiveram tanta alteração em sua evolução. O discurso mudou, porém sua legitimidade e objetivo continuam os mesmos. Maingueneau (1997) argumenta ainda que, a imposição da qual o orador adquiriu em sua voz, pode influenciar um discurso. Sendo assim, o autor menciona em suas teorias que a palavra de um orador, e sua postura cria uma interação e ao mesmo tempo, uma integração que leva a ação proposta no discurso, e que existem várias formas de pronunciar um discurso e suas

interpretações. Embasado-se em teorias empíricas pode-se constatar que o discurso político fundamenta-se na argumentação que o interlocutor expõe em si mesmo. Nas considerações do mesmo autor, o discurso está inserido na construção de uma imagem verbal, o cidadão que detém o poder de oratória, mesmo nos dias atuais, exerce o poder de influenciar as decisões.

Segundo Rubim (2000), a extensão da atividade política, apesar de inúmeras vezes formal, e principalmente a perspicácia de certos olhares contemporâneos, fizeram emergir a compreensão, característica dos tempos atuais, de que as relações de poder permeiam e perpassam toda a sociabilidade, até mesmo espaços antes insuspeitos, inerentes às relações humanas. Na visão do autor, as relações de poder sofreram uma transformação intensa, quando o cidadão passou a participar das interações da política. Com isso, emergiu uma nova concepção no modo de ver a política e a ampliação da participação (formal ou real) e o alargamento da política, – ainda que existam zonas de segredo e sigilo como momentos legítimos da política – na modernidade, viram-se acrescida sua dimensão publicizada, pois precisava atingir públicos amplos e tratar de temas mais vastos.

De acordo com Habermas (1990), os cidadãos comportam-se como público, quando se comunicam de maneira irrestrita sobre assuntos de interesse geral. Não se trata de comportamento de homens de negócios ou profissionais em transações privadas (interesse de classe), tampouco como membros de uma ordem constitucional, sujeitos à coação legal de uma burocracia de Estado (poder do Estado). Para Rubim (2000), na concepção contemporânea, o regime de governo democrático, assegura a participação do cidadão no processo de tomada de decisões coletivas da sociedade. Por esta razão, o surgimento da esfera pública é de suma importância para a formação e sustentação da opinião pública. Segundo Habermas (1990) o surgimento da esfera pública ocorreu no final do século XVIII, com a expansão da participação política e a consolidação dos ideais de cidadania. É o resultado da luta da burguesia contra o absolutismo e, no caso da Inglaterra, da luta para o fortalecimento de uma monarquia constitucional, com o objetivo de transformar uma autoridade, arbitrária em “autoridade racional”, sujeita ao escrutínio dos cidadãos organizados em um corpo público, sob a lei. Esse surgimento estava identificado mais obviamente com a demanda por um governo representativo e uma constituição liberal e amplas liberdades civis básicas perante a lei (liberdade de expressão, de imprensa, de reunião, de associação e de julgamento).

Ainda segundo a concepção de Habermas (1990), a esfera pública oferece possibilidade de emancipação humana em torno de uma idéia central de racionalidade gerada comunicativamente. O surgimento da esfera pública deu abertura ao cidadão de interagir com a sociedade em prol da

coletividade, consolidando assim, a transformação da vida política. Essa transformação na era da comunicação de massa é ressaltada por Gomes (2004), pois, segundo ele, a teoria política parece defasada diante da transformação da política e não foi capaz ainda, de se beneficiar do esforço da especialidade interdisciplinar representada pelos estudos de comunicação e política. Por outro lado, o campo da comunicação e política talvez esteja maduro para superar uma perspectiva das mudanças para alcançar um patamar de discussão e de análise onde se possa avaliar corretamente a natureza e o alcance da transformação contemporânea da política. O discurso passa a ser o recurso argumentativo que os políticos utilizam nas campanhas políticas em busca de visibilidade. A capacidade de relação com a imprensa, carisma midiático e boa gestão da própria imagem como condução da opinião pública tornam-se requisitos fundamentais para o papel, em virtude da enorme visibilidade agregada.

Entretanto, alguma das recentes reflexões sobre o discurso político, como exemplo, o de Patrick Charaudeau (2006), não contemplam a dimensão histórica de longa duração. O deslocamento do discurso político da tribuna para a mídia assinala a inversão de um paradoxo no palanque: o orador político tradicional está sob a proximidade do olhar da multidão que assiste seu desempenho, de modo que os conjuntos dos ouvintes integrem com o político uma relação fundada sobre uma proximidade.

Para Charaudeau (2006), todo discurso depende, para a construção de seu interesse social, das condições específicas da situação de troca na qual ele surge. A situação de comunicação constitui, assim, o quadro de referência ao qual se reportam os indivíduos de uma comunidade social, quando iniciam uma comunicação.

De acordo com Gomes (2004) e Wolton (2003), surge uma nova era na comunicação que permeia toda a tradição religiosa e cultural do ocidente, antes de tornar-se um dos canais normativos dos mais poderosos nas lutas pelas liberdades e pela democracia. Simultaneamente, sua instrumentalização através de técnicas cada vez mais sofisticadas, mudou radicalmente o estatuto e a introduziu na era do capital de lucro. A comunicação é introduzida na política como instrumento representativo da coletividade.

A comunicação representa, na visão de Gomes (2004), o modo de aproximação direta com a sociedade que deu vida à democracia. Em sua obra, *A transformação da Política na Era da Comunicação de Massa*, ele traduz a importância da comunicação para os avanços tecnológicos, políticos, culturais e sociais. A comunicação percorreu um longo caminho de transformações, precisando demonstrar sua capacidade de abrangência e convencimento popular e a diversidade dos meios de produção. Com isso, a mídia foi aumentando seu poder simbólico por meio da

produção de bens representativos da realidade social legitimando seus princípios. Essa comunicação, segundo Rubim (2000) discute o fato de a mídia ter-se tornado um vetor do qual, na contemporaneidade torna-se impossível fazer política sem os meios de comunicação.

Para o autor, a comunicação não necessita de autonomia para se inserir em campos da coletividade. Sua influência ocorre sobre a maneira como esses campos irão interagir com os meios midiáticos e se haverá amanhã uma utilidade benéfica para essa integração da comunicação e da política. A política é representada por ações de um grupo social. Segundo o autor, sua maior preocupação é com o surgimento de políticos profissionais que saibam lidar e manipular a mídia ao seu favor.

A área de Comunicação e Política, principalmente em sua teoria, saiu a pouco da fase do “espanto diante da novidade representada pela transformação midiática da política”, como nos afirma Gomes (2004). Essa fase leva-nos eventualmente a exagerar na percepção do alcance e na avaliação do sentido das coisas novas. O autor também nos faz perceber que em sociedades onde a política é secularizada e tratada no nível do consumível, há uma devassa da esfera política assim como, uma devassa da vida privada das celebridades e da cultura, em ondas cada vez mais crescentes de exposição. A imagem pública de um sujeito é, pois, um complexo de informações, noções, conceitos, partilhados por uma coletividade qualquer, e que o caracterizam. Imagens públicas são concepções caracterizadas do cotidiano de uma sociedade.

É imprescindível para a sociedade entender o processo político moderno como uma extensão da mídia, pois a inserção dos meios midiáticos ocorre, muitas vezes, baseada no apelo emocional, ou seja, não promove a reflexão sobre o ato político e democrático. A “Idade Mídia” nada mais é do que a infiltração da comunicação em todos os setores da sociedade. Sem esses meios, não existe economia, cultura e política. A mídia integrou a política através da opinião pública que tem o poder de alcançar visibilidade global. Vejamos o que nos diz Gomes:

Acredito que se possa situar em algum momento nos anos 60, os surgimentos de tentativas de se pensar não mais simplesmente os efeitos dos meios e recursos da comunicação nos fatos políticos, mas a relação entre duas grandezas institucionais a comunicação e a política. Comunicação como processo penetra a política como atividade e porque, mesmo quando não é imediatamente óbvio, podemos descrever muitos aspectos da vida política como tipos de comunicação. (GOMES, 2004 p.19)

No mundo atual, a vitória política está nas mãos daqueles que sabem utilizar os artifícios midiáticos. Isto é, de quem é capaz de utilizar-se de diferentes meios de comunicação, adaptando a retórica política para cada um, já que a mídia possui públicos distintos para cada meio. A

política atual contemporânea não pode mais fugir dos meios de comunicação. Mas é preciso que todos possam usufruir desses meios para exercer a democracia, sem manipulação dos ideais, pois a prioridade deve estar na democratização inclusive dos meios de comunicação.

Como nos aponta Gomes, os próprios agentes políticos passam a enxergar e atuar na esfera de visibilidade, da comunicação e da política. Conclui Gomes:

Sabemos bem o que querem da comunicação de massa, os agentes da política e como podem obtê-lo do mundo da comunicação. Querem exposição midiática favorável, ou seja, aparecer nos jornais, nas revistas, no rádio e na televisão do modo que lhes renda o máximo de benefícios junto ao público. Querem também exposição midiática desfavorável aos seus adversários. Querem, além disso, que os meios de comunicação lhes sejam instrumentos para formar uma opinião no público que se converta em voto (GOMES, 2004, p.155).

O autor explica ainda, que os atores políticos precisam estar completamente inseridos no contexto do *mass media* para garantir sua sociabilidade perante a população caso contrário, a política estará submetida somente a um grupo muito restrito.

Ainda segundo Gomes (2004) houve uma transformação na política e que na contemporaneidade, o termo opinião pública foi introduzido no dia-a-dia da sociedade, representando a esfera social. Em seus pressupostos teóricos, Habermas (1990) explica o surgimento da opinião pública e sua utilidade para a sociedade. Segundo o autor, com os meios de comunicação e após as mudanças estruturais que surgiram com a sociedade burguesa; o Estado passa a ser privilegiado em suas publicações. Surge uma nova aliança denominada *Imprensa político-literária*, do qual os jornais ganhavam força ao publicar a opinião da burguesia. Antes rejeitada pela maioria, a opinião pública assume papel fundamental na construção da imagem que o Estado representa em relação à sociedade.

Essa imagem construída pela mídia representa a capacidade dos meios de comunicação para alcançar o público e tocar a opinião pública. A mídia desempenha o papel de formador de opinião. Para alguns críticos, a mídia exerce o quarto poder na contemporaneidade. Segundo Gomes (2004), a esfera pública é o âmbito da vida social em que interesses vontades e pretensões, que comportam consequências concernentes a uma coletividade apresentam-se discursivamente e argumentativamente de forma aberta e racional. Com o surgimento da esfera pública abre-se para as discussões e contraposições de conceitos importantes sobre a opinião pública e, amplia as comunicações entre a esfera privada e pública. Toda discussão segue as regras da racionalidade e apresenta argumentos que vão a favor e contra a opinião. Ainda

segundo Gomes (2004), essas discussões eram uma forma de fazer da esfera pública um ambiente livre de influências não comunicativas e racionais, como dinheiro e poder.

A acessibilidade da informação baseia-se na hipótese de que o grau de compreensão de um discurso está ligado à simplicidade, à clareza com a qual o discurso é construído. Todas as escolas de jornalismo e os manuais de relação insistem nesse aspecto da escritura jornalística, aconselhando evitar uma retórica considerada muito escolar ou universitária.

## **2 - A CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS**

### **2.1- Novas mídias e prática jornalística**

Com a introdução da digitalização, houve uma mudança nos processos midiáticos, tanto no que se refere à organização dos mercados culturais, quanto às rotinas empresariais. Tanto a produção e disponibilização de conteúdos, quanto às relações com os consumidores. A convergência tecnológica estimulou fusões e acordos entre as corporações, criando novos negócios e provocando a necessidade de uma convivência entre os povos. A velocidade com que as notícias chegam até o receptor, possibilita uma maior interatividade com a notícia em tempo real. Enquanto as instituições buscam potencializar seus arquivos por meio da digitalização, outros atores não hegemônicos tentam, por meio da digitalização, transformar o círculo midiático. Para a mídia, o conteúdo jornalístico funciona como instrumento importante para a atração do público.

A Internet é a última fronteira do chamado jornalismo alternativo, que teve no momento das rádios livres seu mais saudável suspiro, mas que foi sufocado pelo poder econômico das rádios comerciais e pela dificuldade e custos de publicações inerentes à mídia impressa. O jornalismo é um produto histórico, resultante de várias influências sociais. Assim sendo, através do tempo vem sofrendo alterações como produto adequável às várias mídias, o que fez passar do impresso para o rádio, para a TV e atualmente para a Internet. A mídia impressa passou, ao longo do tempo, de política a empresarial, centrando-se mais na cobertura dos fatos cotidianos.

Recentemente, os veículos de comunicação buscaram formas de rentabilização, centradas na distribuição de outras mercadorias como revistas, vídeos, livros e outros itens que representam a comunicação. José Benedito Pinho (2003) ressalta que a velocidade de disseminação da Internet em todo o mundo deve transformá-la efetivamente na decantada superestrela da informação. Oferecendo notícias, entretenimento, serviços e negócios, a rede mundial é um novo meio de

comunicação que rivaliza com a televisão, o jornal e outros veículos de troca e difusão da informação.

O jornalismo digital amplia o rumo atual da comunicação digitalizada em todos os setores da vida social, incluindo sociabilidade, política e emprego; chegando à produção e consumo comunicacional, introduzindo tecnologias e formas organizacionais e meios de recepção.

As tecnologias da comunicação resultam em significativas transformações que causaram grandes mutações na sociedade, como nos hábitos e costumes. Portanto, o jornalismo digital é um produto que constrói a realidade por meio da singularidade e da visibilidade, tendo como suporte a circulação nas redes telemáticas ou outro tipo de tecnologia onde se transmitam sinais que comportem a interação com os usuários no processo produtivo. O jornalismo digitalizado difere do jornalismo praticado nos meios de comunicação tradicionais, pela forma como são tratados os dados e pelas relações articuladas com seus usuários.

Sendo a internet uma mídia distinta dos meios de comunicação tradicionais, o jornalismo digital deve considerar e explorar ao seu favor cada uma das características que diferenciam a rede mundial desses veículos.

### **2.1.1- A notícia através da Internet**

Interatividade em tempo real, esse, parece ser um dos maiores fascínios dos que se envolvem de alguma forma na produção ou na recepção de informações online. Por meio de alguns sites, podem-se encontrar vários tipos de notícias que, antigamente, eram visualizadas através do rádio, TV e jornais impressos. Até hoje todos os jornalistas entrevistados pela Notícia *na Internet* ressaltam a queda das barreiras de tempo e espaço como a primeira causa da mudança nos processos de apuração e divulgação da notícia via internet. Ainda segundo o site, o maior enfoque da transformação foi dado na apuração, mas a divulgação também sofreu profundos impactos. A divulgação dos fatos também ganhou velocidade com a consolidação de um dos serviços mais utilizados pelo público em geral, como o Twitter, e os sites de mídia social. Nelas estão contidas as principais manchetes diárias da publicação, geralmente com links que levam o leitor ao site, para leitura completa do texto.

Na Internet, os jornais tiveram que fazer certas adaptações em seus formatos para adequarem a leitura na tela ao comportamento do leitor. A interface eletrônica tem características sutilmente diferentes da interface impressa. E isso tem razão de ser. Na tela, o leitor fica incomodado com a luz. Por isso, os textos devem ser mais curtos ou *linkados* em profundidade. “Devem estar



escritos em fonte fácil de ler, em fundo que ofereça contraste confortável e não devem competir com banner” cinético e picante para não confundir o leitor.

Pinho (2003) descreve como é configurada a notícia na página principal da internet, sendo a primeira dos sites noticiosos que destacam os principais fatos e acontecimentos em suas manchetes e oferecem links para as diferentes seções da edição on-line, como Cultura, Política, Opinião, Economia, Esporte, Tecnologia da Informação, Ciência, Turismo e Últimas Notícias. A forma mais simples de apresentação da notícia é feita apenas com anti-título e o título da matéria. Enfim, o padrão da notícia na internet é apresentado em forma de links que auxiliam ao leitor o caminho mais rápido até a notícia. Os sites de notícias são atualizados quase por minuto; os jornais digitais informam a hora de publicação das notícias como maneira de atualização dos fatos.

### **2.1.2- Jornalismo on-line e cobertura política na Internet**

Abre-se uma nova classe de jornalismo neste final de milênio. E com ela o profissional deve estar sintonizado e, conseqüentemente, preparado. O desenvolvimento ultra-rápido das tecnologias de comunicação, a expansão das redes de informação e a criação de interfaces amigáveis, que utilizam recursos de multimídia e hipertextos, estão acelerando o processo de digitalização das mídias tradicionais. Hoje, os mais importantes jornais e revistas do mercado editorial mundial estão na Internet.

De qualquer forma, o jornal eletrônico se constitui num imenso banco de dados, capaz de armazenar um número ilimitado de informações. Na edição digital, as matérias podem vir complementadas com textos adicionais, gráficos, fotografias que não podem ser inseridas nas edições em papel. O jornal eletrônico permite ainda a apresentação de som e imagens em movimento. Outra grande vantagem do jornal eletrônico é a manutenção de arquivo de edições passadas, onde as informações editadas podem ser consultadas a qualquer momento.

A cobertura política no Brasil através da Internet teve grande visibilidade a partir da campanha presidencial nos Estados Unidos, quando o então candidato Barack Obama, fez uso de sites de relacionamento na divulgação de sua campanha permitindo que o público pudesse buscar meios alternativos de participação direta no tratamento da informação.

Para Juliano Borges (2009), as novas tecnologias alteram as rotinas de produção na comunicação e, em especial, no jornalismo. Existem vários estudos que apontam que essas tecnologias afetam

a velocidade dos processos de produção jornalística, que passaram a ser mais flexíveis, rápidos e dinâmicos, podendo ocorrer em um período de tempo bem menor.

Com a Internet, chegando em meados dos anos 90, essa tecnologia ganha como sua aliada principal, a Web.

Sendo assim, o jornalismo abre novas possibilidades no processo da comunicação. As transformações ocasionadas pelas novas tecnologias no jornalismo trouxeram um envolvimento de massa na área da política. Thompson (1998) prossegue a discussão revelando as características mediadas na TV. O autor ressalta que a televisão retoma as relações de co-presença de forma inovadora, pois dá aos telespectadores a chance de verem eventos e aparições em tempo real. Existe hoje uma diferença na forma de interação midiática e o número de pessoas que têm acesso aos eventos públicos, em relação às interações ocorridas, da mídia convencional. Em seus comentários, Thompson (1998) percebe que o poder político ganha visibilidade na nova configuração de imagem. Para ele, os políticos continuam os mesmos; mantêm um modo similar de expor a imagem pessoal, mas com algumas modificações em suas atitudes. Com o desenvolvimento das mídias, os políticos buscam novas perspectivas para ilustrar suas imagens perante o público. Thompson (1998) destaca ainda que, apesar de os meios de comunicação permitirem a criação de uma nova imagem para os políticos, eles também possibilitam a abertura do espaço à crítica. Sendo assim, a mídia pode ocasionar a ascensão ou o declínio da imagem pública que os políticos ostentam. Não se pode ignorar a existência de uma mídia cada vez mais atualizada e audaciosa. Para os políticos, os novos meios de comunicação possibilitam uma nova abertura à visibilidade pública. Porém trazem riscos para a criação da imagem que os políticos buscam para si mesmos. Explica Thompson (1998) que isso se deve ao fato de que, além dessa acessibilidade ser alguma coisa de novo para os políticos, eles não têm poder para (ou não conseguem) controlar como as mensagens transmitidas são interpretadas pelo público.

O autor explica que, contudo, a mídia torna-se um instrumento nas mãos dos políticos que buscam a visibilidade de qualquer maneira. Com a convergência das mídias, o discurso político que antes era feito em praças públicas, deixou de ter sentido. Hoje, a política é acompanhada através das notícias e propagandas on-line. Realmente, segundo Gomes (2004), a forma de fazer política se transformou. A comunicação ganhou um novo sentido por meio da interação on-line. Os discursos podem ser vistos e ouvidos em tempo real. E neste sentido, Thompson (1998) conclui que, ao mesmo tempo em que a visibilidade auxilia na minimização da possibilidade do ato de governar “por debaixo dos panos”, possibilita a decepção, na medida em que aumenta as chances da descoberta sobre escândalos ou outros tipos de problemas.

### **3 - A ELEIÇÃO DE BELO HORIZONTE EM 2008, NA COBERTURA DA *FOLHA DE SÃO PAULO ON-LINE*.**

#### **3.1 - Metodologia**

A partir de um referencial teórico sugerido por autores preocupados com questões referentes à comunicação, e com os temas de fundo que permeiam a análise da problemática política e da luta pelo poder; o presente trabalho se propôs observar a evolução do discurso político de Marcio Lacerda e Leonardo Quintão, candidatos à prefeitura de Belo Horizonte, em 2008, no segundo turno do pleito.

Procurou-se compreender o papel (e a responsabilidade) do jornalista – e, por extensão, da imprensa – na formação da opinião pública, verificaram-se os critérios de seleção das notícias, essenciais para entender as razões das escolhas do jornal analisado no que se refere ao conteúdo publicado e tratou-se do tema do jornalismo opinativo, útil para analisar a postura do veículo frente a uma questão que, em geral, implicam tomadas de posição, como é o caso de eleições. Finalmente, em função da mídia escolhida, tratou-se de compreender as especificidades das novas mídias, com referências às notícias veiculadas pela Internet, com observações sobre o jornalismo on-line e as características das coberturas políticas realizadas.

O jornal *Folha de São Paulo On-line* foi o objeto empírico utilizado para a realização da análise que se fez através do acompanhamento da cobertura das eleições municipais de Belo Horizonte, realizada por esse periódico, no período de 06 a 26 de outubro de 2008. Para desenvolver a pesquisa, optou-se por fazer uma análise de conteúdo do material produzido pela Folha On-line, referente ao tema, buscando verificar os assuntos tratados, os destaques a eles concedidos, o tratamento dispensado a cada candidato, o número de menções a cada um, etc.

Ruth Amossy (2005) argumenta que analisar o discurso consiste não em repetir o que, de quem o profere diz de si mesmo, mas em conhecer a aparência da construção de uma imagem que lhe conferem as modalidades de sua fala. É nesse sentido que preciso recorrer à noção de *ethos*. O *ethos* consiste nos traços de caráter que o orador transmite ao público ao enunciar um discurso ou simplesmente uma informação. O *ethos* está ligado à língua, e que, segundo a autora, é através da fala que se constrói uma imagem e, por meio dela, pode-se perceber a força de persuasão do discurso.

Em seu pressuposto teórico, Dominique Maingueneau (1997) afirma o que argumenta Amossy, considerando que não é por acaso, ao que parece que a noção de *ethos* é mobilizada pela

concepção da linguagem. Trata-se, na verdade, de uma teoria da argumentação na língua exposta. Segundo Maingueneau, a alegação dos retóricos, interessados por certos usos argumentativos do discurso e pelas técnicas discursivas que visam persuadir, tem apenas uma relação longínqua com a pragma-semântica, uma teoria que enfatiza a fala como uma ação que influencia o parceiro, ou melhor, o ouvinte. Considera-se a argumentação, definida como a lógica dos encadeamentos de enunciados que está inscrito na língua.

No discurso político, salienta Maingueneau (1997), o candidato de um partido pode falar a seus eleitores como homem experiente, como tecnocrata, etc. É nesse contexto que a noção de *ethos* adquire toda sua importância, em relação à noção de tom, que substitui com vantagens a voz, à medida que remete tanto à escrita quanto à fala. Por sua vez, o tom se apóia sobre uma dupla figura do enunciador: a de um caráter e de uma corporalidade.

No contexto histórico, vê-se que a análise do discurso, segundo o autor, retoma as noções de *ethos* dando-lhes uma expansão significativa. A forma como é conduzida a construção da imagem de si e, na medida em que o orador se vê obrigado a apreendê-la a partir de índices discursivos, contribui para o estabelecimento de uma inter-relação das partes. Atuando na eficácia da palavra, a imagem causa impacto e suscita a adesão. Ao mesmo tempo, o *ethos* está ligado ao estatuto do locutor e à sua legitimidade, ou melhor, ao processo de legitimidade pela fala. Maingueneau (1997) retorna à idéia de um discurso eficaz, baseando-se na noção de *ethos* estabelecida pela análise do discurso, em que, o orador ao enunciar seu discurso possa ao mesmo tempo, transmitir seu caráter moral. A análise do discurso também encontra a retórica a partir da qual o autor classifica como o ‘discurso perfeito’.

Maingueneau (1997) chama a atenção ainda, para a maneira como se fala, o que faz com que o discurso político seja como um espelho que reflete o orador. A história da retórica conduz, assim, a um conjunto de considerações que coincidem com as preocupações atuais da pragmática, como bem mostra o sistema constante de troca de falas. Além das considerações históricas, uma atualização da noção de *ethos* como instrumento de análise é encontrada em teóricos contemporâneos da argumentação.

Todo discurso depende, para a construção de seu interesse social, das condições específicas da situação de troca na qual ele surge. Patrick Charaudeau (2006) explica que a situação de comunicação constitui, assim, o quadro de referência ao qual se reportam os indivíduos de uma comunidade social quando iniciam uma comunicação. Como exemplo dessa comunicação cita a França da década de 1960, quando tem início o movimento em favor da liberdade de expressão, liderado por estudantes que reivindicavam uma postura de contracultura e contestação social,

utilizando assim, novos meios de comunicação em massa. Uma transformação da sociedade parisiense para o mundo. Desse movimento, nasce os hábitos consagrados de pensamentos e comportamentos da cultura dominante, inicialmente na imprensa e ganhando espaço no sentido de rótulos e modismos.

Foi vital a participação dos meios de comunicação de massa para configurar a contracultura.

Pela primeira vez, os sentimentos de rebeldia, insatisfação e busca, que caracterizam o processo de transição para a maturidade, encontram ressonância nos meios de comunicação. Com a nova onda de protestos surge “o discurso crítico” que o movimento estudantil internacional elaborou ao longo dos anos 60, que visava não apenas combater as contradições da sociedade capitalista, mas também almejava a transformação radical de uma sociedade classista. Como poderiam trocar palavras, influenciar-se, agredir-se, seduzir-se, se não existisse um quadro de referência? Como atribuiriam valor a seus atos de linguagem, como construiriam sentido, se não existisse um lugar ao qual referir as falas que emitiam um lugar cujos dados permitissem avaliar o teor de cada fala?

Portanto, baseando-se nos pressupostos teóricos dos autores citados, no decorrer dessa obra, estrutura-se a análise da evolução do discurso político dos candidatos Marcio Lacerda e Leonardo Quintão na campanha municipal de 2008, em Belo Horizonte, através do jornal *Folha de São Paulo On-line*.

### **3. 2 *Folha de São Paulo On-line* – Breve Histórico**

Considerado o maior jornal de circulação e visibilidade nacional, *Folha de São Paulo* inicia a sua trajetória em 1921, com a fundação de seu primeiro jornal- “*Folha da Noite*”, pelos sócios Olival Costa e Pedro Cunha. No princípio, a *Folha da Noite* era voltada para a editoria de serviços em geral, dando prioridade às deficiências dos serviços públicos. O jornal participou das campanhas pelo voto secreto e apoiou o tenentismo e o partido democrático. Após vários anos de façanhas, em 1949, sai a penúltima versão do jornal como *Folha da Tarde*. Com a integração desses jornais, em janeiro de 1960, nasce *Folha de São Paulo*, que privilegia o cunho crítico e não abre mão de explorar a opinião de seus produtores. O jornal foi o primeiro no Brasil a utilizar a impressão *offset* em cores. Consolidou-se ao longo dos anos, ao adquirir a posição de um dos jornais mais lidos em todo o Brasil e recentemente lançou um novo projeto de reforma gráfica e o lançamento de brindes como o *Atlas da Folha* e dicionários que reforçaram sua liderança.

Pode-se destacar que o jornal foi o pioneiro no Brasil na instalação de computadores e informatização de sua redação. No final de 1990, o periódico demonstrou ousadia, ao contratar um ombudsman, uma espécie de ouvidor que anota as críticas e opiniões dos leitores, tendo ainda a independência de criticar matérias e reportagens do jornal com imparcialidade, sem represálias. O formato era tão pioneiro e revolucionário para a época, que gerou conflitos entre o então ombudsman, Caio Túlio Costa, e o articulista Paulo Francis, que acabou se mudando para o jornal concorrente *O Estado de São Paulo*. Também pode ser creditado à *Folha* o prestígio de ser a pioneira na adoção de infográficos e quadros que explicam, através de métodos didáticos, os detalhes das principais notícias e o contexto das mesmas. O ano de 1990 foi ainda, produtivo para a *Folha*, que começou a investir na criação de novos produtos e suplementos dentro do jornal, tendo como aliada uma campanha publicitária, em que o próprio diretor de redação, Matinas Suzuki Jr, apareceu na TV para divulgar as novidades do jornal. Como resultado a *Folha* passou a liderar as vendas em São Paulo, superando seu concorrente. Segundo os dados divulgados em seu site, a *Folha de São Paulo* é o jornal de maior tiragem e circulação no Brasil. Em 2008, de acordo com levantamento do Instituto Verificador de Circulação - IVC, o jornal mantinha a liderança de circulação entre os jornais privados, atingindo uma média de 311.287 exemplares por dia. Tal posicionamento teria sido obtido com o oferecimento de seu conteúdo on-line.

### **3.3 - Critérios de Análise**

Para verificar a forma como o jornal Folha de São Paulo On-line cobriu o segundo turno das eleições municipais de 2008, em Belo Horizonte, foram considerados os seguintes critérios:

- 1- O número de matérias publicadas (em todo o período analisado / por semana / por dia)
- 2- O Gênero de abordagem
  - a- Exposição de fatos.
  - b- Texto opinativo
- 3- O tamanho das matérias (considerando os limites da mídia)
- 4- O título da matéria (imparcial ou opinativo)
- 5- Algum destaque na fonte utilizada (negrito ou sublinhado)
- 6- As informações valorizadas (propostas dos candidatos.). Ataques mútuos. O dia a dia do processo eleitoral. O andamento das pesquisas.

- 7- A maior Visibilidade dada a algum candidato.
- 8- Abordagem positiva, negativa ou neutra dos candidatos.
- 9- Algum recurso gráfico acompanhando os textos.
- 10- Notícia quente, tratando de fato muito recente. (Ou requeitada?)

### **3.3.1- Rememorando o Processo Eleitoral**

A história das eleições municipais em Belo Horizonte, em 2008, mostra que o pleito sofreu uma reviravolta, visto que as pesquisas chegaram a apontar a vitória, no primeiro turno, do candidato Marcio Lacerda, do PSB, apoiado por uma aliança regional polêmica entre os maiores partidos do país e opositores em nível nacional – o PT do prefeito anterior, Fernando Pimentel e o PSDB, do governador Aécio Neves. Porém, o candidato Leonardo Quintão, do PMDB, surpreendeu e chegou a conquistar 41% dos votos, se aproximando dos 43% dos votos de Marcio Lacerda. O resultado chegou a ser considerada uma derrota para o governador Aécio Neves, que se mostrara absolutamente confiante numa vitória fácil. A coordenação da campanha de Lacerda mudou a estratégia para o segundo turno e ganhou reforço do Deputado Federal Virgílio Guimarães (PT), que assumiu a responsabilidade de conduzi-la no embate final.

No decorrer do primeiro turno, Marcio Lacerda, que não possuía experiência política, foi valorizado por sua competência técnica e apresentado como o candidato da “Aliança Política” de centro-esquerda, entre o PSDB e o PT. O objetivo era que o governador Aécio Neves (PSDB) e o prefeito Fernando Pimentel (PT) conseguissem eleger seu candidato, no primeiro turno, com base nas avaliações dos eleitores de Belo Horizonte, e de suas eficientes políticas administrativas. Já o candidato Leonardo Quintão (PMDB), jovem deputado federal de 33 anos e o mais votado pelo seu partido, sem assumir como oposição, ao contrário, se apresentava desde o início de seu horário eleitoral, não só como um grande admirador do governador Aécio, como também um candidato que daria continuidade à política municipal, e ainda como um candidato que se preocupava com as pessoas. Em suas palavras, ele acostumava dizer: “Gente cuida de gente. Obras estão por toda a cidade. Eu aplaudo as obras, mas obras não cuidam de gente”.

Ao ser confirmado o segundo turno nas eleições municipais de Belo Horizonte, em 05 de outubro de 2008, o então candidato Leonardo Quintão (PMDB) é chamado de populista por seu adversário Lacerda (PSB) e reage: “Não sou populista, sou popular”.

### 3.3.2- Análise de conteúdo da *Folha de São Paulo On-line*

#### ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE BELO HORIZONTE EM 2008

Todo discurso depende, para a construção de seu interesse social, das condições específicas da situação de troca na qual ele surge. Patrick Charaudeau (2006) explica que a situação de comunicação constitui, assim, o quadro de referência ao qual se reportam os indivíduos de uma comunidade social quando iniciam uma comunicação. Sendo assim, a mudança de estratégia e de marqueteiro deu resultados positivos para o candidato Quintão, que cresceu nas pesquisas, conseguindo ir para o segundo turno destacando a boa estratégia do PMDB, que conquistou em grande medida a preferência do público e transformou o resultado das urnas.

Maingueneau (1997) retorna à idéia de um discurso eficaz, baseando-se na noção de *ethos* estabelecida pela análise do discurso em que, o orador ao enunciar seu discurso possa ao mesmo tempo, transmitir seu caráter moral. A análise do discurso também encontra a retórica a partir da qual o autor classifica como o discurso perfeito. Portanto, o candidato Leonardo Quintão pretendia obter um discurso perfeito em seus enunciados adotando como estratégia a linguagem coloquial em suas aparições em público.

As matérias publicadas pela *Folha on-line* são do gênero informativo proporcionando ao leitor, mais comodidade para obtenção dos fatos, visto que as matérias são on-line e divulgadas por intervalos. Às 20h15, do dia 06 de outubro foi divulgada uma matéria que cita uma fala do governador de Minas, Aécio Neves, onde dizia que acreditava que o segundo turno teria sido ocasionado pela pouca popularidade de Marcio Lacerda. Entretanto, o governador ressalta a necessidade de politizar mais a campanha no segundo turno e de adotar uma mudança de estratégia, buscando enfatizar para os belorizontinos a importância da aliança política que havia sido estabelecida em Minas Gerais, e, esclarecendo ainda, que as eleições municipais de 2008, não teriam influência decisiva no pleito de 2010.

Pôde-se observar que na primeira semana do segundo turno, os candidatos mudaram a estratégia do discurso. Tiveram início novas articulações partidárias, em um processo que pôde comprometer imagens estabelecidas, pois, como afirma Thompson (1998), qualquer alteração de comportamento pode significar a destruição da imagem política para o resto da vida. Para o autor, o risco é ainda maior ao considerar a existência da oposição, que procura insistentemente desconstruir a imagem do político concorrente.



No dia 07 de outubro, as matérias divulgadas vieram em quatro horários distintos, chamando a atenção em suas abordagens, entre elas, uma com o título: “*Fomos Incompetentes*”, diz Lacerda referindo-se ao primeiro turno. Argumenta Ruth Amossy (2005) que analisar o discurso consiste não em repetir o que quem o profere diz de si mesmo, mas em conhecer a aparência da construção de uma imagem que lhe conferem as modalidades de sua fala. Por outro lado é nesse sentido, relata a autora que é preciso que se recorra à noção de *ethos*, que consiste nos traços de caráter que o orador transmite ao público ao enunciar um discurso ou simplesmente uma informação.

Outro título de matéria nos chama a atenção como destaque: “*PT estuda punir prefeito de BH por aliança informal com PSDB em torno de Lacerda*”. Esse título representa notícia quente dentro das matérias, pois causa impacto ao eleitor que pode ser influenciado. No destaque do dia Fernando Pimentel diz que, o candidato Marcio Lacerda é o nome ideal para sucedê-lo em Belo Horizonte. Segundo Ruth Amossy (2005) é através da fala que se constrói uma imagem e por meio dela pode-se perceber a força de persuasão do discurso.

No dia 08 de outubro, a *Folha on-line*, divulgou cinco matérias de cunho não tão importantes.

Dos cinco títulos divulgados, três referiam ao apelo que os deputados faziam ao presidente Lula para não tomar partido nas campanhas. Um título estava relacionado ao governador Aécio Neves, junto aos partidos da aliança e em outro título, o que pode destacar é o que está destinado ao candidato Quintão, que segundo a matéria divulgada, foi recebido como estrela pelo partido, ao conseguir ir para o segundo turno com Lacerda. A matéria é de gênero informativo e sua abordagem foi imparcial. Esses textos não são grandes, geralmente eles são divididos em duas matérias por página.

No dia 09 de outubro, a *Folha* divulgou apenas duas matérias. Um texto grande que ocupou toda a página e outro pequeno, na qual se destaca no título, a visibilidade que os candidatos obtiveram nas campanhas. “*Quintão vence nas periferias; Lacerda no centro-sul de BH*”.

O que chamou a atenção para este dia, foi o título em negrito e colocando apenas a letra inicial dos nomes dos candidatos, em maiúsculo, assim como a abreviatura do nome da cidade. No conteúdo da matéria somente informações referentes ao título, citando as regiões metropolitanas em que os candidatos alcançaram maior número de votos. O modo como a *Folha* descreve o título pode causar um impacto nos eleitores. No entender é uma comparação de classe social.

No dia 10 de outubro, tanto títulos quanto matérias, não são motivos de destaque. Apenas duas matérias foram publicadas neste dia, uma pela manhã, às 08h07 e a outra matéria à tarde, às

17h24. Em seu conteúdo foram abordados os apoios que os candidatos receberam durante a trajetória eleitoral.

No dia 11 de outubro, Duas matérias foram divulgadas no período da manhã, às 08h51 e 09h39. Os textos são informativos e esclarecedores. Às 08h51, a matéria divulgada, ocupa quase toda a página e relata que o candidato Lacerda está sem apoio do PC do B, sem muitos detalhes que chamem a atenção para serem mencionados. Às 09h39, foi divulgada a matéria que traz o título que onde pode destacar alguma relevância: “*Lacerda distribuirá cartas a eleitores para desmentir sua suposta participação no mensalão*”. O candidato que se destacou nesta matéria foi Lacerda ao fazer sua defesa contra as acusações do concorrente. Ainda na carta, citam os dizeres do candidato que alega “está disputando uma eleição contra o que há de pior na política: o populismo e a demagogia”.

No dia 12 de outubro, a *Folha on-line*, divulga apenas uma matéria às 10h34, com o título: “*Novo coordenador quer ‘apresentar’ Lacerda a BH*” com destaque para a palavra ‘apresentar’ grifada entre aspas simples. O título refere-se ao novo coordenador da campanha de Lacerda, o Deputado Virgílio Guimarães do PT. Um texto grande que ocupou praticamente duas páginas, relatando a nova estratégia que a coordenação de campanha de Lacerda deseja adotar para o segundo turno. A matéria relata também o início dos debates. Pode-se destacar a apreensão do comitê quanto ao segundo turno.

Para tentarmos entender as mudanças estratégicas de Lacerda, faremos uso, mais uma vez, dos pressupostos teóricos de Charaudeau (2006), quando afirma que todo discurso depende, para a construção de seu interesse social, das condições específicas da situação de troca na qual ele surge. Charaudeau (2006) explica ainda que a situação de comunicação constitui, assim, o quadro de referência ao qual se reportam os indivíduos de uma comunidade social quando iniciam uma comunicação. Vejamos:

Como poderiam trocar palavras, influenciar-se, agredir-se, seduzir-se, se não existisse um quadro de referência? Como atribuiriam valor a seus atos de linguagem, como construiriam sentido, se não existisse um lugar ao qual referir as falas que emitem um lugar cujos dados permitissem avaliar o teor de cada fala? (Charaudeau 2006, p. 67).

Observa-se como destaque importante nessa semana a visibilidade dada aos nomes dos candidatos. Marcio Lacerda manteve-se na liderança nas matérias da *Folha On-line*, com seu nome citado 91 vezes nos textos e 10 vezes, nos títulos das matérias publicadas. Já Leonardo Quintão foi mencionado 82 vezes nas matérias e 8 vezes nos títulos das mesmas.

Como pôde observar, a primeira semana do segundo turno foi marcada por críticas e desentendimentos. Lacerda foi acusado de participação no mensalão e distribuiu carta com declarações que comprovam sua inocência no caso. O PC do B apóia o candidato Quintão, o PDT apóia o candidato Lacerda.

Uma observação feita pelo Jornal *Folha de São Paulo* através do título da matéria que traz a seguinte nota: *Quintão vence nas periferias, Lacerda lidera no centro-sul de BH*. Para a opinião pública, o candidato Quintão representa a voz do povo, usando e abusando de uma linguagem coloquial para impressionar os eleitores mineiros e através de gestos impunha uma visibilidade de homem simples, do povo para o povo, um bom moço de família religiosa.

Seu opositor Márcio Lacerda, o desconhecido usou de linguagem formal, representava a continuação de uma gestão que deu certo. Tinha a sua frente o governador Aécio Neves e o prefeito Fernando Pimentel, e sua visibilidade respaldava-se a elite que predominava o cenário político da Aliança fundamentada pelos gestores mineiros.

Quintão passa a ser reconhecido como uma estrela dentro do partido do PMDB, pois resistiu ao combate da *Aliança Política* chegando ao segundo turno junto com Lacerda.

O Partido dos Trabalhadores adota um novo discurso contra Quintão amedrontando a população que se eleito, o candidato do PMDB será um retrocesso e o fim de um trabalho de 16 anos que rendeu resultados em Belo Horizonte. Pode-se considerar que o período de 06 a 12 de outubro do corrente ano, foi conturbado para o cenário político. As matérias que foram divulgadas pelos jornalistas retratavam os erros e acertos dos candidatos e suas estratégias para o segundo turno. Uma corrida contra o tempo no qual, a visibilidade e os ataques viraram estratégia eleitoral.

Dentre as estratégias para o segundo turno, o candidato Marcio Lacerda apresenta seu novo coordenador de campanha, o Deputado federal Virgílio Guimarães, que aposta na visibilidade de Lacerda e, objetiva expor sua imagem junto ao eleitor por meio de debates com seu adversário. Por determinação da coordenação da campanha de Lacerda, para o segundo turno, a estratégia é usar a imagem do pré-candidato sem vínculo com Aécio e Pimentel. A idéia de desvincular Lacerda do governador e do prefeito é o carro chefe para o segundo turno que busca reconstruir uma visibilidade de um homem bem preparado, um administrador que caminha sozinho e ao mesmo tempo, desconstruir a imagem que Quintão criou de si mesmo.

No dia 14 de outubro de 2008, destaca-se o início dos debates abertos ao público e na TV tendo em mente a corrida pelo apoio do vice-presidente José Alencar. Ainda em destaque pode-se citar

a decisão da justiça eleitoral de retirar de circulação os panfletos com a propaganda difamatória contra o candidato Leonardo Quintão (PMDB), pelo Partido dos Trabalhadores.

Na mesma ocasião a justiça eleitoral proibiu a campanha do candidato Marcio Lacerda de divulgar propaganda contra Quintão, que ganha destaque nas matérias divulgadas, pois nessa semana seu nome esteve em evidência em quase todas as chamadas. Quintão se apresenta como vítima dos ataques da oposição e pede proteção da Polícia Militar, alegando suposta ameaça.

A campanha segue em clima de disputa acirrada. Quintão terminou a noite dentro de uma delegacia em busca de proteção policial. Ainda no dia 14 de outubro, o PRB partido do vice-presidente José Alencar, resolve publicamente apoiar o candidato Leonardo Quintão.

No dia 15 de outubro, a *Folha On-line* divulga a pesquisa de ibope que aponta o candidato Quintão com 51% das intenções de votos contra 33% de Lacerda. Ainda neste dia, a justiça eleitoral suspende a liminar que proibi a exibição do vídeo em que aparece Quintão insultando seus adversários. Porém houve uma controvérsia e o juiz Marcos Pádua suspende a retransmissão da propaganda contra Quintão, alegando que “as imagens do comercial são gravações externas, o que é proibido por lei”.

Em sua totalidade os títulos das matérias eram de cunho imparcial, sendo que as mesmas eram editadas em tamanho pequeno e enxutas no seu conteúdo, abordando apenas dados referentes aos candidatos, sem opinião ou críticas por parte da mídia. A *Folha* divulgou neste dia, três matérias referentes a porcentagem de votos entre os candidatos .Os textos curtos porém informativos, chamando a atenção para a matéria das 08h54, que diz que o candidato Quintão lidera com 18 pontos de vantagens sobre Lacerda. O candidato do PMDB ganhou total visibilidade esta edição. No dia 16 de outubro, a matéria divulgada foi direcionada ao debate entre os candidatos que demonstravam através de suas palavras, que a campanha seria acirrada. Destacam-se nesta matéria as argumentações dos candidatos, reconhecendo os erros cometidos no primeiro turno. Segundo o candidato Marcio Lacerda, “até por erro da nossa campanha, não fui devidamente apresentado”. Já Quintão, questionado sobre seu mandato de deputado ao qual havia renunciado, alegou que “para me candidatar a prefeito sendo deputado, tem que ser no meio do mandato”. O candidato Quintão foi questionado “sobre o que diria a seus eleitores de pleitos anteriores - se vitorioso, deixaria o mandato na metade pela segunda vez”, como resposta ele informou que é necessário abandonar o mandato para se candidatar em outro.

As matérias divulgadas pela mídia seguem um padrão imparcial, porém, cheias de detalhes que remetem a opinião pública a pensar o verdadeiro cenário político da campanha municipal de 2008, que foi a Aliança Política construída pelo governador Aécio Neves e pelo prefeito

Fernando Pimentel, com visibilidade para as eleições de 2010. Ainda em matéria divulgada pela *Folha On-line*, Quintão declara que “se depender de mim para abrir as portas do PMDB para o governador Aécio, eu serei o primeiro”. O fato em si, cria uma saia justa entre os peemedebistas que percebem em seu candidato, um amor incondicional pelo governador Aécio.

O título da matéria divulgada no dia 16 de outubro após as 20h sugere uma indecisão para o segundo turno. O conteúdo da matéria é favorável a Leonardo Quintão que, no ponto de vista da opinião pública, foi mais eficiente no trato com o público, obteve mais visibilidade na televisão, pois conseguia se impor com mais visibilidade, passando uma imagem de conduta moral. Enfim, a *Folha* mostrou e fez uma comparação do perfil dos candidatos e de suas visibilidades junto ao público e, fazendo menção à condição de Lacerda que vinha conquistando o primeiro lugar no primeiro turno, mas acabou indo para o segundo turno com Quintão.

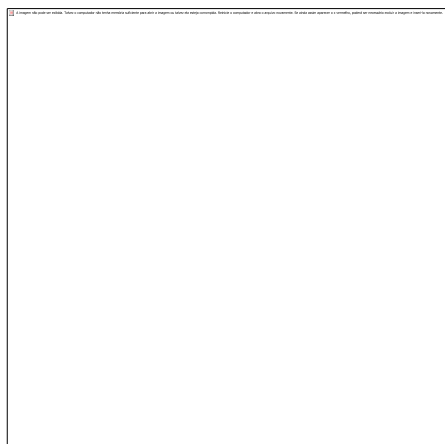
Ponto chave dessa matéria foi o discurso do governador Aécio que reconheceu que o apoio de políticos bem avaliados não é suficiente para decolar candidaturas e que a população escolhe seus candidatos com base em empatias pessoais, não em partidos ou alianças. E afirma que:

Por mais que as pessoas respeitem apoio, a avaliação do governo federal é a maior de todos os tempos, mas as pessoas querem escolher em quem votam. Isso serve para Belo Horizonte, São Paulo, Rio, e servirá para o Brasil em um futuro próximo. Essa eleição serve para desmistificar a tese de que há como se impor, e nem essa foi a nossa intenção. (Aécio Neves, *Jornal Folha On-line*, 2008).

Rubim (2000) argumenta que a política sofreu uma transformação social, quando o cidadão passa a participar das interações da política, e com isso, surge uma nova concepção de como se fazer política. Importante salientar que, o nome do governador é mencionado em algumas matérias neste segundo turno, como mediador da campanha de Lacerda. Aécio Neves em entrevista a jornalistas da *Folha* defende a tese da convergência dos partidos que “polarizam” a disputa política brasileira.

No dia 17 de outubro a pesquisa *DATAFOLHA* divulga que nas intenções de voto há a visibilidade de Quintão. Ainda nesse mesmo dia, o candidato Quintão pede proteção a Polícia Federal. O título é imparcial e comparativo. No conteúdo a matéria traduz um clima pesado entre os candidatos que oscilam na disputa e a busca por auxílio policial como forma de proteção e de estratégia. O candidato Lacerda também vai a delegacia como forma de protesto de crime contra ele na web. As matérias divulgadas neste dia foram de cunho informativo tendo como fundo as pesquisas de ibope, que alegam que Quintão começa segundo turno com 10% de pontos de

vantagem sobre Lacerda. Na pesquisa *DATAFOLHA* divulgada pelo MGTV, mostra o peemedebista Leonardo Quintão com 10 pontos à frente de Márcio Lacerda (PSB) na disputa pela prefeitura de Belo Horizonte. De acordo com a pesquisa, como mostra o gráfico abaixo, Quintão tem 47% das intenções de voto contra 37% de Lacerda. Essa é a primeira pesquisa de intenção de voto no segundo turno de Belo Horizonte.



No dia 18 de outubro a *Folha On-line*, não divulgou matérias referentes ao pleito.

No dia 19 de outubro, a *Folha* divulgou apenas uma nota pequena, destacando o candidato Lacerda na visibilidade do conteúdo da nota. O destaca se dá ao título todo em negrito e com letras maiúsculas e minúsculas, porém grandes: “***Blog Campanha no ar: Site de Márcio Lacerda é alvo de hackers***”.

Dia 20 de outubro, reta final da campanha, a matéria retrata não somente a disputa municipal de 2008, mas também a disputa para as eleições de 2010. A matéria é narrada na expectativa que a vitória de Lacerda representa para a Aliança Política em Minas Gerais. Na íntegra a *Folha* apresentou para os mineiros uma visibilidade nacional com a integração conquistada com a coligação PT e PSDB. Enfim, a *Folha On-line*, mostrou para o mundo, um cenário que tinha como coadjuvantes Aécio Neves e Fernando Pimentel. “O discurso deles foram retratados na tese da ‘convergência’ defendida com a parceria política que não termina mesmo se houver derrota eleitoral”, como afirma a *Folha On-line*, daquele dia.

Ainda no dia 20 de outubro, a *Folha On-line*, divulgou pela primeira vez, imagens dos candidatos nesse segundo turno. A imagem divulgada era em primeiro plano com os candidatos frente a frente no debate exibido na TV. Eles apresentavam olhar de acusação um para o outro. A matéria em seu conteúdo constituía de acusações embasadas nas estratégias usadas pelas coordenações de campanha.

Destaque da *Agência Folha* neste dia foi à mudança de marketing político do candidato Marcio Lacerda. Assume a estratégia de sua campanha, Duda Mendonça ex- marqueteiro de Lula na campanha presidencial. A *Folha* divulga a imagem de Duda Mendonça em entrevista coletiva com a imprensa, que revela também suas intenções e estratégias de reforçar a imagem de seu candidato, buscando a visibilidade não existente no primeiro turno, e em contrapartida, pretende explorar as contradições do adversário, desconstruindo assim, a imagem que ele passou ao público.

Entre os dias 21 a 26 de outubro de 2008, destacam-se as imagens dos candidatos no último debate. A imagem é de plano geral, e a matéria buscou mostrar um Quintão que procurava apoio no PT, e um Lacerda mais independente, sem Aécio e sem Pimentel. O candidato Lacerda foi orientado pela coordenação de sua campanha, a investir na visibilidade, na imagem de um homem público, um administrador.

Na última semana das eleições, Marcio Lacerda esteve mais vezes em destaque tanto nas matérias como nos títulos. Destaque dessa matéria é a promessa de Lacerda em construir um hospital na região do Barreiro, o Metropolitano, em parceria com o governo do Estado.

O candidato Lacerda, nesse contexto utilizou como diria Rubim (2000), de uma “dimensão do social para atuar como mediadora entre o Estado e a sociedade, na qual o público se organiza como portador da opinião pública”.

Em 22 de outubro há destaque para o título da matéria onde diz que o candidato Lacerda sobe oito pontos e empata com Quintão. O título é um informativo que pode auxiliar aos eleitores indecisos. Já a matéria traz um pequeno gráfico simbolizando as pesquisas do *DATAFOLHA*. O conteúdo era de cunho imparcial, porém os números indicam um favoritismo dos eleitores ao candidato da aliança política. O título da matéria volta a citar o nome do governador de Minas, Aécio Neves que, mesmo não estando presente nos comícios, continuava apoiando e buscando apoio para seu candidato. Na matéria, os repórteres destacaram a fala de Aécio que relatava “a dimensão política da eleição na cidade”. O governador faz um pedido aos deputados tucanos em forma de desabafo:

Acho que, na verdade, cada um desses parlamentares tem seus aliados em Belo Horizonte, tem algumas bases, cabos eleitorais, tem lideranças que caminham com ele. É difícil você encontrar um deputado eleito que não tenha um nicho de votos na capital. Então, na verdade, o pedido é para que eles mobilizem essas suas bases, mostrem a dimensão política dessa eleição. (Aécio Neves, *Jornal Folha On-line*, 2008).

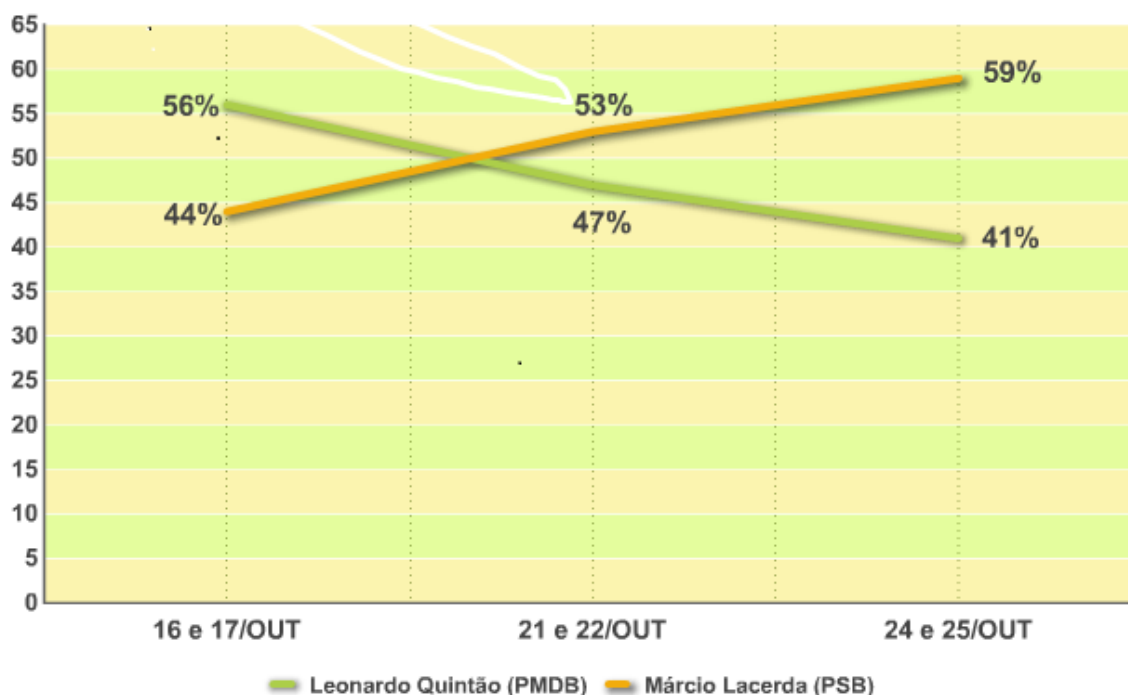
Em 23 de outubro, reta final das eleições destacam-se o avanço de Marcio Lacerda nas pesquisas de intenção de votos. Nas matérias, Lacerda teve mais visibilidade e ganhou todo o espaço *Folha On-line*. O jornal se mostra neste momento, parcial às evidências para o final da eleição, e, ao mesmo tempo, usou o critério de noticiabilidade ao expor novamente a verdadeira intenção do governador Aécio Neves para as eleições de 2010. O título da matéria traduz uma cautela e expectativa na noticiabilidade ao divulgar este fato. Ainda no dia 23 de outubro, o clima esquenta com a divulgação da liminar que proibiu o candidato Quintão de divulgar o vídeo do candidato Lacerda vinculado ao mensalão. No mesmo dia, às 18h18, a *Folha On-line*, divulga outro vídeo, porém, este mostra o comediante Tom Cavalcante imitando o candidato Leonardo Quintão. O material é uma paródia que vai contra a imagem que Quintão tentou passar durante a campanha. Destacam-se a linguagem coloquial que o candidato adotou em sua trajetória eleitoral. O humorista fez uso de seus bordões e com isso a opinião pública obteve outro conceito de Quintão. O título da matéria é irônico e mostra favorável a Lacerda.

Em 24 de outubro, foram destaques as notícias referentes às críticas que o candidato Quintão fez ao governador Aécio Neves. Cita-se também a mudança de estratégia que Quintão fez e finalmente o jornal fala da entrevista concedida por Aécio Neves mencionando que o presidente Lula era favorável a aliança informal do partido. O título apresenta uma neutralidade e imparcialidade.

Em 25 de outubro, as matérias de cunho totalmente informativo trazem um favoritismo à campanha de Lacerda. Em destaque, a pesquisa *DATAFOLHA*, aponta a vantagem de Lacerda sobre Quintão. Um novo gráfico pequeno demonstra esse percentual que é de 59% dos votos válidos para Lacerda e 41% para Quintão.



Datafolha: 24 e 25/10/2008  
**Candidatos a prefeito em Belo Horizonte - Segundo turno**  
Votos Válidos (exclui votos brancos, nulos e indecisos). Registro no TRE-MG com o número 80843/2008



O gráfico mostra a análise das intenções de voto no segundo turno, podendo-se acompanhar a gradativa perda de fôlego do candidato do PMDB e a paulatina subida de Marcio Lacerda que acelerou no final do processo.

Em 26 de outubro, a *Folha* mostra na íntegra as intenções da eleição municipal de 2008, relacionando à campanha presidencial de 2010. Destaca, mais uma vez, o governador Aécio Neves e o prefeito Fernando Pimentel com a aliança política. A matéria traz um balanço das votações. O título é informativo, neutralizante. Às 15h05, do mesmo dia, o governador Aécio Neves argumenta, em tom irônico, que “não sou Deus, não”. Como sugeriu o título da matéria, Aécio Neves fala de seu candidato e diz que Lacerda se apresentou melhor neste segundo turno, quando usou a imagem como estratégia. Às 17h13, a pesquisa boca-de-urna, divulga a vitória do candidato Lacerda com 56% dos votos válidos, contra 44% de Quintão. Foram ouvidas 6000 pessoas com margem de erros de dois pontos percentuais para mais ou para menos. Às 17h38, após 38 minutos do encerramento das votações, tinham sido apurados 0,52% das urnas e Lacerda aponta 52,28% dos votos contra 47,72% de Quintão. A matéria também trouxe informações de outras capitais. Às 18h04, Lacerda aparece com 60,51% dos votos contra 39,49% de Quintão. Todo o conteúdo da matéria foi referente aos candidatos de Belo Horizonte, sendo apenas um pequeno espaço divulgando as outras capitais. Os títulos mostraram o favoritismo nas urnas.

Às 19h22, é divulgado o boletim final com 59,12% dos votos para Lacerda que é o novo prefeito de Belo Horizonte. A matéria no seu conteúdo diz que Lacerda é afilhado político de Aécio Neves e de Fernando Pimentel. Já o título aponta o caciquismo existente em Belo Horizonte. A matéria é pequena trazendo em seu conteúdo informações sobre o novo prefeito e citando seus padrinhos. No final da página a matéria traz uma imagem do candidato Marcio Lacerda em primeiro plano. Foram apurados 100% de urnas em Belo Horizonte.

Observou-se que o pleito de Belo Horizonte, nas eleições municipais de 2008, teve como estratégia a visibilidade. O discurso político da oralidade foi vencido pela imagem. É certo que, a construção e evolução do discurso político em Belo Horizonte tiveram início com a Aliança Política, concretizada pelo governador Aécio Neves e o prefeito Fernando Pimentel, com visibilidade nas campanhas eleitorais de 2010.

#### 4- CONCLUSÃO

A Comunicação e a Política se integram, mas cada qual possui suas especificidades. Pôde-se perceber que a comunicação consegue abranger uma imensa gama de informações e conhecimentos que retratam sua importância como instrumento facilitador da midiática do discurso político na campanha eleitoral de Belo Horizonte, em 2008, precisamente nas estratégias discursivas de desconstrução de imagens mobilizadas pelos dois candidatos no segundo turno.

O manuseio com o objeto empírico proporcionou uma oportunidade para observar o trabalho jornalístico exercido por profissionais da mídia. Assim, o jornal *Folha de São Paulo*, na versão *On-line*, ganhou destaque por ser o maior jornal nacional em circulação e pelo seu padrão imparcial de noticiabilidade, credibilidade e respeito à opinião pública. Através de sua visibilidade, a *Folha On-line*, divulgou na íntegra porque em Belo Horizonte as eleições de 2008, ganharam repercussão de âmbito nacional, através dos candidatos Leonardo Quintão e Marcio Lacerda que disputaram o segundo turno, do pleito municipal.

As imagens inicialmente construídas com discursos racionais e lógicos foram utilizados como estratégias que apontavam as falácias dos candidatos, em princípio, consideradas singulares e relevantes por evidenciarem as transformações ocorridas no discurso e no modo de produção da política, que se apropria das novas mídias, no caso em questão, representada aqui, pela *Folha de São Paulo On-line* e pelo Youtube, que foi o protagonista da sátira paródica que transformou em negativa a campanha do candidato Leonardo Quintão. Assim sendo, esse não conseguiu obter credibilidade suficiente do público para se eleger devido a sua insistente imagem de homem do campo, ligado a uma oralidade coloquial e simplória.

Nesse sentido, seu opositor Marcio Lacerda aproveitou da campanha negativa do adversário e criou seu discurso de desconstrução retórica e de imagem visual produzidos pelos meios midiáticos. A visibilidade de Quintão não o favoreceu. Lacerda, porém, um protótipo da aliança política entre dois partidos de oposição, suaviza sua imagem quando se desvincula de seus padrinhos e passa a assumir a postura do melhor administrador para a continuidade em Belo Horizonte.

Percebeu-se que a *Folha On-line* acompanhou o pleito de forma sistemática, porque Belo Horizonte ganhou repercussão de âmbito nacional pela importância que uma vitória ou derrota de Marcio Lacerda poderia ter nas eleições de 2010. Portanto, a cobertura jornalística de um veículo de comunicação de outro estado teve notoriedade pelo fato que, da aliança política consolidada entre o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido Social Democrático Brasileiro

(PSDB), surgiria a possibilidade de um candidato à Presidência da República para as eleições de 2010. Ou seja, através da aliança, o governador Aécio Neves (PSDB) e o prefeito Fernando Pimentel (PT), uniram suas influências para eleger um candidato da coligação que lhes daria base para as futuras eleições, à presidência e ao governo do Estado. Intenções, aliás, frustradas em função das candidaturas escolhidas para as eleições daquele ano.

Durante as eleições municipais de 2008, em Belo Horizonte, o jornal *Folha de São Paulo On-line*, não fez críticas ferrenhas aos candidatos e nem contribuiu para alterar os resultados das pesquisas do IBOPE. A opinião dos eleitores foi alterada ou permaneceu imutável, não em função das matérias publicadas no jornal, mas pela força da mídia em geral.

Destacam-se nessa eleição, os momentos em que a política interagiu com a comunicação, por meio de seus candidatos. Leonardo Quintão deu estrutura a sua campanha, visto que, no início, ele usava os recursos da oralidade. Através de seus enunciados, o candidato buscou conquistar o público com discursos e falas coloquiais.

Marcio Lacerda distanciou da oralidade e apostou na transformação da política. Sua estratégia foi à visibilidade pública. É possível perceber que, realmente, a política teve dois momentos cruciais representados nesta campanha. A oralidade e os gestos do candidato Quintão foram transformados em atos debochados e irônicos pela mídia e deu lugar à visibilidade que o candidato Lacerda e sua coordenação apostaram. Enfim, no segundo turno das eleições que foi acompanhado pelas matérias da *Folha On-line* percebeu a exigência de mudanças de postura. A oratória pouco consistente e a gesticulação repetitiva de Leonardo Quintão se desgastaram, constituindo material para tratamento humorístico utilizado pela campanha de seu opositor. Fato notado pelo jornal. Lacerda se expõe mais e adota postura e linguagem mais agressivas, consegue reverter a imagem distanciada fixada no primeiro turno. A disputa eleitoral foi vencida pela estratégia construída em cima do discurso da imagem.

A política é uma herança social que teve sua fundamentação na Grécia antiga, e, durante algum tempo, baseou-se na oralidade enunciada pelo homem. Hoje, em sua trajetória, a política integrou-se a comunicação por meio da convergência das mídias, dando sustentação a teoria da transformação da política na era da comunicação de massa. A imagem e a visibilidade ditaram a campanha municipal de 2008, em Belo Horizonte, a *Folha de São Paulo On-line*, visibilizou para o mundo, um cenário que teve como coadjuvantes, o governador Aécio Neves e o prefeito Fernando Pimentel.

## 5- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMOSSY, Ruth. *Da noção retórica de ethos à análise do discurso*. Disponível em < [www.ufmg.br/online/arquivos/anexos/livros](http://www.ufmg.br/online/arquivos/anexos/livros)>.

BORGES, Juliano. *Notícias na Internet*. <<http://www.noticianainternet.blogspot.com.br>>

CHARAUDEAU, Patrick. *O Discurso das mídias*. 1ª ed. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

GOMES, Wilson. *A Transformação da política na era de comunicação de massa*. 2ª Ed. São Paulo: Paulus Editora, 2004.

HABERMAS, Jurgen. *O Discurso filosófico da modernidade*. Lisboa: Dom Quixote, 1990.

MAINGUENEAU, Dominique. *Novas Tendências em Análise do Discurso*. 3ª Ed. Campinas: Pontes, 1997.

PINHO, José Benedito. *Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line*. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Comunicação e política*. São Paulo: Hacker, 2000.

THOMPSON, John B. *A Mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 2002.

*Folha de São Paulo On-line*. Disponível em < <http://www.folha.uol.com.br> > Acesso no período de 06 a 26 de outubro de 2008.