

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO**

MARINA RUFO SPADA

**O BRASIL POR PORTUGAL
A Eleição Presidencial de 2014 na cobertura do jornal *Público***

Bauru
2016

MARINA RUFO SPADA

O BRASIL POR PORTUGAL

A Eleição Presidencial de 2014 na cobertura do jornal *Público*

Trabalho de Conclusão de Curso, a ser apresentado na Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação como requisito básico para a obtenção de título de Bacharel em Comunicação com habilitação em Jornalismo, sob a orientação do Professor Dr. Maximiliano Martin Vicente.

Bauru
2016

MARINA RUFO SPADA

O BRASIL POR PORTUGAL

A Eleição Presidencial de 2014 na cobertura do jornal *Público*

Trabalho de Conclusão de Curso, a ser apresentado na Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação como requisito básico para a obtenção de título de Bacharel em Comunicação com habilitação em Jornalismo, sob a orientação do Professor Dr. Maximiliano Martin Vicente.

Data de aprovação: _____ de _____ de _____

Prof. Dr. Célio José Losnak
(Membro da banca examinadora)

Prof^a Dr^a. Maria Cristina Gobbi
(Membro da banca examinadora)

Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente
(Organizador e presidente da banca)

*Em memória de meus bisavós, Faustino e
Elísia, portugueses corajosos que o Brasil
recebeu.*

*E à de meu avô Pedro, que não me alcançou
até aqui, mas cujas grandes expectativas me
moveram.*

AGRADECIMENTOS

Deixo registrado aqui meu agradecimento aos meus pais, e a todas as horas de suas vidas que trabalharam em prol de mim e de meus estudos. A minha gratidão é imensa.

Também meus agradecimentos a minhas irmãs mais velhas, pelo apoio constante e por manterem minha auto estima em alta.

Agradeço aos meus amigos, que compartilharam comigo as dores e as delícias da vida universitária durante quatro memoráveis anos.

Ao professor Maximiliano Martin Vicente, pela paciência e orientação.

*“Coimbra é uma lição
De sonho e tradição
O lente é uma canção
E a Lua a faculdade
O livro é uma mulher
Só passa quem souber
E aprende-se a dizer saudade
Coimbra do choupal
Ainda és capital
Do amor em Portugal, ainda.
Coimbra onde uma vez
Com lágrimas se fez
A história dessa Inês tão linda
Coimbra das canções
Tão meiga que nos pões
Os nossos corações a nu
Coimbra dos doutores
Pra nós os teus cantores
A Fonte dos Amores és tu
O livro é uma mulher
Só passa quem souber
E aprende-se a dizer...saudade”.*

(Fado português. Raul Ferrão - 1947)

RESUMO

Este trabalho apresenta uma análise da cobertura jornalística das Eleições Presidenciais brasileiras de 2014, feita pela versão impressa do jornal português *Público*, durante a última semana que antecederam as votações. O trabalho foi desenvolvido baseando-se na relação histórica entre Brasil e Portugal, mantida diplomaticamente através de acordos governamentais e investimentos econômicos. Com o estreitamento das relações bilaterais das nações, contudo, nota-se ainda um desconhecimento cultural de ambas as partes ou, como chamada por alguns autores, uma “não relação”. Assim, esse estudo procurou constatar se a imagem do Brasil retratada pela imprensa portuguesa recebe alguma influência desse desconhecimento, com reportagens sem fontes brasileiras ou, também, se é formada a partir de interesses político-econômicos por parte de Portugal. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa, a partir do estudo e fichamento da bibliografia mais fundamental das Teorias do Jornalismo, e da aplicação dos conceitos ao conteúdo publicado pelo jornal *Público*. Foi constatado, assim, o embasamento do jornal em informações obtidas através de fontes brasileiras, normalmente vinculadas a algum veículo de imprensa, e a construção de opiniões com respaldo em dados apresentados por tais fontes. Também, observou-se uma neutralidade partidária do jornal. O *Público*, inclusive, se dedicou a apresentar os pormenores de ambos os candidatos e os problemas que por eles terão que ser enfrentados. Houve, ainda, uma preocupação maior em desenvolver prognósticos econômicos e políticos da nação brasileira.

Palavras-chave: Eleição; Portugal; política; luso-brasileiro

ABSTRACT

This work presents an analysis the journalistic coverage of the Brazilian presidential elections of 2014, as seen in the printer version of the Portuguese newspaper *Público*, the week before the votes were realised. This work was conducted based on the historical relationship between Brazil and Portugal, maintaining themselves diplomatically friendly through governmental agreements and economical investments. With the narrowing of the bilateral relations of these nations, yet, at the same time noting a cultural ignorance on both sides or, as some authors call it a “non-existent relation”. Thus, this study seeks to find out whether Brazil's image as portrayed by the Portuguese press is influenced by this ignorance. This may be noted through a lack of Brazilian sources used in reports or an obvious bias either political or economic made by Portugal. Therefore, a qualitative research was developed, through study and summary of the most fundamental library of Journalistic theory and the application of such concepts to the content published by the *Público* newspaper. It was discovered that the Portuguese Press constructed reports using data offered by Brazilian sources, which were often themselves heavily linked to vehicles of the press. There was also observed a partisan neutrality by the Portuguese newspaper. The *Publico* , dedicated itself to present the details of both the candidates equality including the issues that they would have to face. There was, also, a heavy focus on developing economic forecasts and policy of the Brazilian nation.

Keywords: Election; Portugal; politics; luso-brazilian

Sumário

INTRODUÇÃO	9
1 O jornal <i>Público</i>	13
1.1 Greve dos jornalistas	15
1.2 Premiações	16
1.3 Estatuto Editorial	17
2 A imagem do Brasil na imprensa portuguesa de grande circulação	19
3 Jornalismo político	25
3.1 O início do jornalismo político no Brasil	27
3.2 Jornalismo internacional	30
4. A eleição presidencial de 2014	34
4.1 O primeiro turno	37
4.2 O segundo turno	39
5 A cobertura do <i>Público</i>	43
5.1 O dia 20 de outubro de 2014	43
5.2 O dia 22 de outubro de 2014	44
5.3 O dia 24 de outubro de 2014	45
5.4 O dia 26 de outubro de 2014	47
5.5 O dia 27 de outubro de 2014	51
6 Análise da Cobertura	55
CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
ANEXOS	77
Anexo 01	77
Anexo 02	80
Anexo 03	82
Anexo 04	87
Anexo 05	97

INTRODUÇÃO

Brasil e Portugal mantêm seus discursos político-econômicos de amizade apoiando-se na existência de laços culturais entre os dois países. A política interna das duas nações não pôde distanciar-se, ou livrar-se, da marca de uma herança histórica - sem aqui entrar no âmbito do positivo ou negativo -, sendo um exemplo disso as fortes ondas de emigrações brasileiras - a partir do final dos anos 1980 até recentemente e o amadurecimento das relações luso-brasileiras no processo de redemocratização dos países. Depois de um período democrático interrompido pelo regime militar no Brasil (ocorrido de 1964 a 1985) e o autoritarismo salazaristas em Portugal (de 1933 a 1974), ambos os países procuraram intensificar seus vínculos político-econômicos e os acordos entre Chefes de Governos acabaram por reforçar as relações bilaterais - marcando o início de um diálogo permanente entre as federações (SOUZA, 2010). Embalados pelos então recém-firmados tratados de amizade, o Brasil passou a receber pesados investimentos lusitanos durante a década de 1990, especialmente nos setores de telecomunicação e turismo (SOUZA, 2010).

Baseando-se nessa relação histórica firmada por Brasil e Portugal, este trabalho buscou selecionar um periódico português de grande circulação, como o *Público*, já bem estabelecido em território nacional, para analisar mais de perto como se dá - a nível jornalístico - a construção da imagem brasileira naquela nação. Essa imagem, é claro, é um reflexo dos termos a que Portugal e Brasil estabeleceram-se política e economicamente. Inicialmente, é apresentado um breve histórico da formação, da identidade e da política editorial do jornal *Público*; em seguida, traça-se um panorama da já existente imagem brasileira na mídia portuguesa, sem esquecer de conhecer os conceitos mais fundamentais do jornalismo político e internacional.

O trabalho procurou relembrar os momentos mais marcantes da corrida eleitoral presidencial de 2014, do primeiro ao segundo turno, ocorridos respectivamente em 5 e 26 de outubro, para depois apresentar as produções elaboradas pelo jornal *Público*, durante a semana que antecedeu a ida às urnas. Findados os capítulos de exposição, é tecida uma análise da cobertura feita pelo jornal português, buscando averiguar a

procedência ou não das hipóteses estabelecidas a respeito do posicionamento, do método de construção do conteúdo noticioso e das tendências da publicação.

Como, então, um veículo integrante da mídia tradicional portuguesa, como o jornal *Público*, trata de abordar um período de tamanha repercussão e complexidade política - diretamente relacionada à história recente do país - como a eleição presidencial brasileira de 2014? Há certo desconhecimento cultural de ambas as partes, que, como apontado por Adriano de Freixo (2010), tem contribuído para a manutenção de estereótipos entre os dois povos, consolidados ao longo de dezenas de anos. Apesar de recentemente as relações bilaterais terem se estreitado com o investimento econômico português nos Brasil, o fluxo de turistas entre ambas as nações e o intercâmbio do entretenimento brasileiro na mídia portuguesa, a ideia de Eduardo Lourenço (LOURENÇO, 2001, *apud* FREIXO, 2010, p.65) de que a relação dos dois países é, na verdade, uma “não relação” - criada pelo hábito brasileiro de negação da origem luso - continua evidenciada.

Para melhor analisar a cobertura das Eleições Presidenciais de 2014 feita pelo *Público*, este trabalho buscou averiguar a veracidade de algumas hipóteses, elaboradas a partir do objetivo citado na sequência. Além disso, procurou entender o comportamento de um veículo impresso português ao cobrir um fato noticioso brasileiro de grande impacto em diversos setores de uma nação, tal como econômico, social e imagem internacional.

As hipóteses que foram estabelecidas são: o jornal *Público* demonstra interesse em um determinado posicionamento político, através de sua abordagem e critérios noticiosos, em função da proximidade histórica e econômica dos dois países. O *Público* narra os fatos a partir da ótica portuguesa, sem embasamentos em fontes brasileiras.

Sendo assim, o objetivo deste estudo é analisar a cobertura política feita pelo jornal português *Público* das eleições presidenciais brasileiras de 2014, durante o período do segundo turno. A análise do material levará a compreensão da forma que o cenário político brasileiro é retratado pela mídia portuguesa.

A partir da coleta e organização de reportagens e artigos veiculados no *Público*, especificamente procurou-se:

1. Analisar a cobertura das eleições brasileiras de 2014, feita por um veículo midiático português, do período que vai do dia 22 a 27 de outubro, período de segundo turno.
2. Compreender os critérios que pautaram a abordagem do jornal
3. Entender como tais critérios foram aplicados individualmente em cada conteúdo publicado e também seus efeitos no conjunto produzido.
4. Compreender, a partir dos conceitos que permeiam o jornalismo político, como uma parte da mídia portuguesa tende a abordar um período conturbado do cenário político daquela que é considerada sua nação irmã.

A importância deste estudo está no problema, acima citado, do desconhecimento cultural existente entre Brasil e Portugal. Este desconhecimento não pode ser ignorado no âmbito do jornalismo político cuja prática, como afirmado por Roberto Seabra (2006, p. 111), exige menos um saber técnico e mais um saber plural de conhecimento da história do país - da mais remota à contemporânea - e do mundo. Como afirma Rudolfo Lago (2006, p. 143), "O que somos é resultado do que fomos". Ele alerta que na cobertura política não há, hoje, apuração de fato que não implique em sua análise política. A mesma relação de quase curiosidade histórica deve existir na cobertura jornalística internacional.

Duas sociedades, em que uma foi a colonizadora e a outra a colonizada, serão, século após século, "sociedades-espelho" que se refletirão uma na outra até ao infinito. Mas os espelhos da História nunca são planos; ora côncavos, ora convexos, projetam imagens distorcidas e impedem que quem neles se olhem se vejam com objetividade (MENEZES, 1997, p.28-39)

O estudo de um veículo português, por debruçar-se sobre um período conturbado da política brasileira e de interesse internacional, permitirá trazer à luz as relações luso-brasileiras no nível da diplomacia e dos interesses políticos. Considerando as estreitas relações entre as duas nações irmãs, torna-se indispensável uma monitoração também do trabalho de imprensa. Como dito diversas vezes pelo ex-primeiro-ministro português, Antonio Guterres, o Brasil é um dos maiores destinatários individuais da política externa de Portugal (MENEZES, 1997).

Duas sociedades, em que uma foi a colonizadora e a outra a colonizada, serão, século após século, "sociedades-espelho" que

se refletirão uma na outra até ao infinito. Mas os espelhos da História nunca são planos; ora côncavos, ora convexos, projetam imagens distorcidas e impedem que quem neles se olhem se vejam com objetividade (MENEZES, 1997, p.28-39)

A análise tem como base as teorias do Jornalismo, especialmente tal como foram estabelecidas por Mauro Wolf (1985), no que diz respeito aos conceitos de influência e persuasão, percepção seletiva e credibilidade do comunicador. Quanto ao trabalho do pesquisador português Nelson Traquina (2008), a partir de sua análise de investigações de McCombs e Shaw (1975) dentre outros, foram averiguados os critérios de noticiabilidade de cada reportagem e os conceitos que permeiam a *teoria política*. Também foi colocado à luz, as teorias de construção da notícia de Nilson Lage (2006), dentre outros pesquisadores. Para tanto, a pesquisa bibliográfica foi feita através da leitura e fichamento das obras.

O método de pesquisa da análise do conteúdo, tal como estabelecido por Wolf (1987), é recorrente nas observações de textos com temática do universo político, e trata-se da realização de uma observação analítica feita a partir de uma decomposição da mensagem e utilizada como uma ferramenta de medição para interferir e interpretar sobre os rumos tomados pelo produtor dos textos analisados.

1. O jornal *Público*¹

No capítulo que se segue, trataremos de conhecer a história do jornal *Público* e a imagem que este periódico tem consolidada em seu país de origem. Assim, estaremos bem equipados para prosseguir com esta análise sobre seu conteúdo.

Uma partida de futebol entre o Porto F.C e o Sporting Clube de Portugal é, mais do que um clássico de rivalidade entre as duas maiores cidades portuguesas - cidade do Porto e de Lisboa - também uma garantia de espaço na imprensa. No dia 04 de março de 1990, domingo, o Sporting foi derrotado por 3 a 2 pelo Porto F.C, na 22ª jornada do Campeonato Nacional. No dia seguinte, a capa do primeiro número do *Público* nascia já com um quê provocativo ao anunciar o resultado do dia anterior: “Porto: Luz verde para o título”, em uma clara referência às cores do time derrotado. Havia, também, espaço à Álvaro Cunhal, político e escritor português nascido em Coimbra e famoso por sua atuação no Partido Comunista Português (PCP). Àquela altura, Cunhal estava em sua sucessão ao comando do PCP.

O *Público* tem sede fixada no Distrito do Porto, em Maia, cidade hoje com um pouco mais de 100 mil habitantes - o número de vendas que o jornal alcançou com sua primeira publicação. O sucesso inesperado de vendagem de 05 de março de 1990 já anunciava um futuro promissor. Quase dois anos antes, no final de 1988, um grupo de jornalistas saídos do jornal *Expresso* se propuseram a criar, em Portugal, um diário. A proposta do grupo de jornalista era que esse novo jornal cumprisse com o nível de exigência dos grandes veículos europeus de referência. Ainda no mesmo ano, um protótipo editorial e de conteúdo gráfico foi elaborado por Henrique Cayatte. A conclusão de tal protótipo finalizou as questões visuais deu vez à pesquisa de mercado.

O ano de 1989 marcou o ponto de partida do veículo, quando os contatos com a SONAE, uma das maiores empresas de retalho de Portugal, foram traduzidos em capital financeiro, tecnológico e de gestão empresarial e na criação da *Público Comunicação Social S.A* . O presidente do grupo SONAE, Belmiro de Azevedo, e o primeiro diretor do *Público*, Vicente Jorge Silva, organizaram uma

¹ VIEIRA, Joana; MONTEIRO, Dina. **Dossier do Jornal Público**. 2008. Disponível em: <https://comunicamos.files.wordpress.com/2008/03/ocs_publico.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2016.

coletiva de imprensa onde apresentaram a Carta Magna² do jornal. A respeito da participação de uma empresa de capital privado na gestão de um veículo de imprensa, os representantes do grupo SONAE deram por esclarecido que a multinacional não confundiria os interesses estratégicos com o “equivoco fatal” de tomar a mídia como ferramenta de propaganda.

Pelo contrário, constituiria um empreendimento condenado à partida, sujeito à rejeição da opinião pública e arrastando para o descrédito quer a imagem do grupo empresarial quer a reputação dos profissionais da imprensa, convertidos em “yes men” e “vozes do dono”. Disso estão definitivamente conscientes a SONAE e os jornalistas que conceberam este projecto. (AZEVEDO; SILVA, 1989)

Em setembro do mesmo ano, o jornal instalou-se na Quinta do Lambert, em Lisboa, e na Rua Nossa Senhora de Fátima, no Porto, dando início à construção da primeira redação portuguesa informatizada. A partir da nova década, 1990, os profissionais do Público passaram a desenvolver sucessivos números experimentais, em especial depois que a data de 2 de janeiro, então escolhida para o lançamento da primeira edição, fracassou por problemas técnicos.

Após o sucesso de venda do primeiro número lançado em 5 de março de 1990, o Público se deparou com acontecimentos mundiais de relevância que constituíram grandes oportunidades para que o diário desse mostras de seus diferenciais. Uma dessas oportunidades chegou quando, em 1 de agosto de 1990, o Iraque de Saddam Houssein invade o Kuwait e, posteriormente, quando os Estados Unidos deram início a operação “Tempestade no Deserto” - à época, o *Público* manteve dois enviados especiais no local.

No ano seguinte, o jornal integrou-se à *World Media Network*, uma associação de veículos de referência mundial, ao lado, por exemplo, do alemão *Süddeutsche Zeitung*. Por algum tempo, o *Público* manteve participações de empresas estrangeiras de comunicação em seu capital social, como as detentoras dos jornais *El País* e *La Repubblica*. Hoje, ele integra a *subholding* da SONAE para áreas da comunicação, a Sonaecom. O grupo SONAE é uma

² AZEVEDO, Belmiro de; SILVA, Vicente Jorge. **Magna Carta do jornal Público**. 1989. Disponível em: <https://comunicamos.files.wordpress.com/2008/03/ocs_publico.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2016.

empresa de Retalho portuguesa, com parcerias e investimentos nas áreas de Software e Sistemas da Informação, Mídia e Telecomunicações e Centros Comerciais. Atualmente, é considerada a empresa que mais emprega no setor privado em Portugal.

O *Público online*, ou o *Publico.pt*, foi registrado na web em 1995, um serviço de notícias atualizado diversas vezes por dia. Atualmente, o acesso à edição completa e aos artigos fica restrito aos detentores de assinatura digital.

1.2 Greve dos jornalistas³

Mesmo com as expectativas sendo superadas, a administração do *Público* apresentou, em 2012, um plano de redução de custos que previa a demissão de 48 funcionários da empresa. O despedimento coletivo foi anunciado pela *Sonaecom* sob a justificativa de abrandar os impactos da crise econômica, tanto nas receitas de circulação quanto na de publicidade, e representava um corte de 3,5 milhões de euros.

No dia 19 de outubro de 2012, trabalhadores da Agência de notícia Lusa já se encontravam em paralisação e convocaram os jornalistas do *Público* à greve e protestos. Em plenário organizado pelo Sindicato de Jornalistas, a greve foi concedida, baseando-se na alegação dos funcionários do jornal de que a demissão coletiva inviabilizaria a continuidade do *Público* como um órgão de referência.

Os protestos causados pelo descontentamento com a medida da *Sonaecom*, geraram debates na Universidade do Porto, com palestrantes docentes e antigos membros do jornal, e uma petição intitulada: “Em defesa da manutenção da qualidade do jornal *Público* e dos profissionais que fazem dele um jornal de referência nacional”.

O período de greve dos jornalistas do *Público* correspondeu a um cenário mundial não menos conturbado. Nos dias anteriores ao anúncio de demissão coletiva, a revista americana *Newsweek* encerrou sua edição impressa e

³ PINHO, Liliana. **Media: Jornalistas do “Público” em greve, num momento conturbado para a imprensa.** UC Porto. Disponível em: <<http://jpn.up.pt/2012/10/19/media-jornalistas-do-publico-em-greve-num-momento-conturbado-para-a-imprensa/>>. Acesso em: 21 jan. 2016.

trabalhadores do espanhol *El País* haviam anunciado greve após 50 cargos serem colocados em sobreaviso.

1.3 Premiações

A partir dos primeiros anos da década de 2000, o jornal foi se estabelecendo em terceiro lugar em número de exemplares de circulação nacional. Em 2009, o *Público* tornou-se o primeiro jornal português a ganhar o prêmio Lápis Amarelo, nas premiação do D&AD (*Design and Arte Direction*), na categoria *Magazine & Newspaper Design*. O prêmio é um dos mais desejados da publicidade e do design mundial e foi novamente obtido pelo jornal em maio de 2015, desta vez na categoria *Entire Newspaper*.

Em 2010, distinguiu-se com o bronze nos *Prémios Internationales Malofiej*. O prêmio Malofiej começou a ser concedido em 1993, pela *Society of News Design*, em uma parceria com a Escola de Comunicação da Universidade de Navarra, na Espanha. É considerado o mais prestigiado entre os profissionais de infografia e o mais importante do mundo, especialmente por avaliar, além da estética, a informação.

Já bem estabelecido no cenário da “grande imprensa” portuguesa, o periódico *Público* é normalmente citado quando se fala em veículos portugueses de referência (FAUSTINO, 2004; FIDALGO, 2000). Sousa cita o *Público* em seu estudo sobre as imagem do Brasil na imprensa portuguesa:

Uma vez que, face aos meios disponíveis, seria impossível analisar todos os jornais, seleccionei para estudo jornais tanto quanto possível representativos e de grande circulação (tendo em consideração, para avaliação da circulação dos jornais e revistas, que a mesma se reporta à realidade portuguesa). Em concreto, escolhi como objecto de estudo jornais diários de referência que busquem, assumidamente, uma expansão nacional e que estão sedeados em Lisboa, o *Público* e o *Diário de Notícias*, o *Jornal de Notícias*. (SOUSA, 2002, p.04)

Em 2014, a organização alemã *Office for Newspaper Design*, que premia anualmente os jornais europeus com o melhor design, conferiu ao *Público* o título de *Jornal Europeu do Ano*, na categoria nacional.

1.4 Estatuto editorial⁴

Como toda publicação periódica, o *Público* mantém disponibilizado em seu portal o Estatuto Editorial. A função de um Estatuto é justamente a apresentação e a afirmação do veículo a respeito dos princípios que devem reger o trabalho jornalístico desenvolvido, de forma que tais termos éticos estariam presentes e identificáveis em cada publicação. O cumprimento do Estatuto nem sempre é verificável em alguns veículos, ou mesmo não são colocados em prática. Cabe, assim, ao leitor e aos observadores da imprensa medir com qual exatidão um jornal está executando os termos fixados como oficiais - e se está.

Assim como o Estatuto, em 1998 a direção do *Público* lançou, em versão impressa, o Livro de Estilo⁵, que reúne os princípios éticos e as normas técnicas sob qual o veículo afirma trabalhar, tal como os definidos pelo Código Deontológico do Jornalista. A saber, o primeiro termo do Código Deontológico lusitano se estabelece no seguinte:

1. O jornalista deve relatar os factos com rigor e exatidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público.” (PUBLICO, 1993).

O então presidente do jornal, Vicente Jorge Silva, declarou em uma carta aberta publicada em ocasião do lançamento do livro, que “um livro de estilo nunca se pretende definitivo: é um texto em evolução permanente onde se registam princípios, regras e procedimentos”. O Estatuto Editorial do *Público* é fixado nos seguintes termos:

“**Público** é um projecto de informação em sintonia com o processo de mudanças tecnológicas e de civilização no espaço público contemporâneo.

⁴ PÚBLICO, Jornal. **Estatuto Editorial**. 1998. Disponível em: <<http://blogues.publico.pt/provedordoleitor/2010/03/01/estatuto-editorial-do-publico/>>. Acesso em: 25 jan. 2016.

⁵ PÚBLICO, Jornal. **Livro de Estilo: Código Deontológico do Jornalista**. 1993. Disponível em: <http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/29-codigo-d.html>. Acesso em: 25 jan. 2016.

Público é um jornal diário de grande informação, orientado por critérios de rigor e criatividade editorial, sem qualquer dependência de ordem ideológica, política e económica.

Público inscreve-se numa tradição europeia de jornalismo exigente e de qualidade, recusando o sensacionalismo e a exploração mercantil da matéria informativa.

Público aposta numa informação diversificada, abrangendo os mais variados campos de actividade e correspondendo às motivações e interesses de um público plural.

Público entende que as novas possibilidades técnicas de informação implicam um jornalismo eficaz, atractivo e imaginativo na sua permanente comunicação com os leitores.

Público estabelece as suas opções editoriais sem hierarquias prévias entre os diversos sectores de actividade, numa constante disponibilidade para o estímulo dos acontecimentos e situações que, quotidianamente, são noticiados e comentados.

Público considera que a existência de uma opinião pública informada, activa e interveniente é condição fundamental da democracia e da dinâmica de uma sociedade aberta, que não fixa fronteiras regionais, nacionais e culturais aos movimentos de comunicação e opinião.

Público participa no debate das grandes questões que se colocam à sociedade portuguesa na perspectiva da construção do espaço europeu e de um novo quadro internacional de relações.

Público é responsável apenas perante os leitores, numa relação rigorosa e transparente, autónoma do poder político e independente de poderes particulares.

Público reconhece como seu único limite o espaço privado dos cidadãos e tem como limiar de existência a sua credibilidade pública.”

Apesar da história do jornal *Público* ser recente sua posição na imprensa portuguesa, como demonstrado neste capítulo, está bem estabelecida ao lado das principais publicações do país. Assim, no capítulo que se segue buscaremos entender como um periódico de peso nacional como o *Público* trata de construir os fatos noticiosos brasileiros.

2. A imagem do Brasil na imprensa portuguesa de grande circulação.

Depois de conhecer os principais pontos da criação e desenvolvimento do *Público*, este capítulo apresenta o contexto em que um jornal português – como o analisado neste trabalho – atua ao lidar com fatos noticiosos do Brasil. Para tanto, iremos nos atentar aos estudos realizados em torno da imagem brasileira na imprensa de Portugal de grande circulação.

A construção da imagem do Brasil na imprensa mundial passou, não há muito, por um processo de reavaliação. Neste processo, as características culturais e geográficas cederam gradativamente espaços para questões de maior relevância no cenário internacional - cenário este em que os demais países competem avidamente por um lugar de destaque. Diz-se, assim, que a imagem de país exótico vem sendo reciclada (VIANA, Bruno; 2014) a medida que fatores, como o desenvolvimento da economia nacional no início do século, passaram a imagem do Brasil como uma nação emergente ou até de possível detentora de influência econômica internacional, em períodos mais otimistas.

A economia ascendente de nações promissoras corresponde, por seu fator relevância, aos conceitos que classificam um assunto como um critério de noticiabilidade (TRAQUINA, 2008) da imprensa internacional. Ela pode ser uma norteadora de possíveis futuros negócios entre países, em especial em casos de nações que já possuem grande número de empresas e investidores. Esse é o caso de Portugal, país que mantém relações com o Brasil que vão muito além da proximidade linguística ou do passado histórico-afetivo: a empresa Portugal Telecom, uma multinacional detentora de grande parte dos veículos de comunicação do país, é um exemplo de alto índice de investimento econômico luso-brasileiro (TADEU, *apud* VIANA, 2014).

O professor e pesquisador português, Jorge Pedro Sousa, desenvolveu, no ano 2000, uma análise quantitativa a respeito da imagem do Brasil projetada nos veículos lusitanos da grande imprensa. Para tanto, Sousa selecionou e observou como objeto os jornais *Público*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias* e o *Correio da Manhã*. Além destes, o semanário *Expresso*, e as revistas *Visão* e *Grande Reportagem* também serviram de pesquisa..

No estudo, foi estabelecida uma amostra de 26 números (o equivalente a metade das semanas do ano) de cada diário, e 12 números da *Visão* e do *Expresso*. A revista *Grande Reportagem* foi analisada em sua totalidade.

Sousa partiu da hipótese principal de que existe “uma convergência de interesses entre Portugal e o Brasil, alicerçadas na língua, na partilha de parte da história”. Ele guiou o estudo em 2 questões com variáveis a serem aferidas, sendo a relevância da informação publicada sobre o Brasil e os temas predominantes, assim como a quantidade de informações e a existência de temas genéricos.

O estudo apresenta tabelas com os dados coletados da observação das peças dos veículos, e permitem a Sousa concluir que o interesse da imprensa portuguesa em noticiar o Brasil se estabelece mais pelo viés econômico, pela música, pela televisão e pelo futebol, do que pela política e demais relações diplomáticas entre as nações.

De acordo com os dados expostos, pode-se ainda dizer que a proximidade (afetiva, linguística, etc.) se consubstancia, efetivamente, como um critério substantivo de noticiabilidade. [...] a valorização dos interesses nacionais é particularmente visível, enquanto critério de noticiabilidade, quando se repara no destaque dado à informação econômica que diz respeito à internacionalização das empresas portuguesas no Brasil (SOUSA, 2000, p.43).

Os interesse econômicos pautam o Brasil na mídia de grande circulação portuguesa e se apoiam na premissa de que muitos de seus nacionais se interessam pela possibilidade da imigração. Sendo assim, o país é projetado, na “grande imprensa” portuguesa, como sinônimo de oportunidade econômica. Sobre isso, Sousa afirma que:

A imprensa portuguesa de grande circulação projeta a ideia de que o Brasil é um país de oportunidades econômicas, cuja economia é extremamente importante, quer no contexto mundial [...] quer no que respeita às estratégias de internacionalização das empresas portuguesas. (SOUSA, 2000, p.41)

Os negócios brasileiros tornaram-se cada vez mais relevantes para Portugal na medida em que o país se revelou uma interessante fonte de investimento. Além disso, com o boom econômico do Brasil e a crise europeia, os portugueses passaram considerar o país como uma opção ou alternativa de vida. Assim, a relação luso-brasileira se estreitou de modo que se fez necessário que a imprensa desse eco aos desenvolvimentos político-econômicos da “nação irmã” (AMADO, 2012, *apud* VIANA, 2014).

Do lado português, novas estratégias de internacionalização da economia do país, inclusive na direcionada ao Brasil, acabaram por gerar um aumento na produção de informação de relevância econômica.

A valorização dos interesses nacionais é particularmente visível, quanto critério de noticiabilidade, quando se repara no destaque dado à informação econômica que diz respeito à internacionalização das empresas portuguesas no Brasil. Neste ponto também se imiscui, com evidência, o critério da proximidade. (SOUSA, 2000, p. 43-44)

O jornalista e pesquisador de Estudos da Mídia, Bruno César Brito Viana, desenvolveu, em 2014, um estudo do caso *Diário de Notícias* e do *Público*, a respeito também do Brasil na imprensa portuguesa. Viana objetivou identificar as imagens que foram projetadas e as temáticas mais utilizadas pelos dois diários em relação à representação brasileira, no período que vai de setembro a novembro de 2012. Viana apresenta gráficos e faz um comparativo de temas abordados, sendo os mais recorrentes, no caso do *Público*, a Cultura, a Economia e a Política, em ordem de maior destaque.

Sobre o Jornal Público, tendo como base setembro de 2012, percebe-se que, no mesmo período de 2013, houve um decréscimo de 11 publicações. A temática mais trabalhada em 2012 foi Cultura, com 1 publicações. Já em 2013, o tema mais focado foi Política, com três produções apenas (VIANA, 2014, p. 43).

Em seus estudos sobre a cobertura do Brasil elaborada pelos jornais *Público* e *Diário de Notícias*, Viana observou que a valorização da cultura brasileira por Portugal influencia na escolha do país como conteúdo a cobrir. O

interesse cultural se dá pela difusão massiva da telenovela, da música etc., e acaba por contribuir na formação da afetividade entre os dois países. Contudo, se há interesses nos âmbitos culturais e linguísticos, tais interesses deverão transparecer no discurso político que domina os posicionamentos portugueses (SOUSA, 2000). Discurso esse que acompanha de perto as questões econômicas: no caso do *Público*, por exemplo, a editoria Política representava, em 2014, 10,27% das publicações acerca do Brasil, enquanto que a Economia detinha 5,47% (VIANA, 2014).

Os temas políticos, contudo, seguem menos destacados que os econômicos na maior parte dos veículos. Parece ficar provado que a atenção da imprensa portuguesa é mais focada pela cultura, pela economia e até pela televisão do que pelas relações políticas e diplomáticas de Brasil e Portugal. Sobre isso, Sousa afirma que:

Poderá existir algum perigo numa realidade onde a economia e até o entretenimento se sobrepõem à política e às grandes questões sociais. Embora seja importante para a sociedade “vigiar” e “controlar” o poder político e o combate político é tanto ou mais importante “vigiar” e “controlar” o poder econômico (SOUSA, 2002, p.43).

Dos veículos analisados por Viana e Sousa, verificou-se que o conteúdo produzido acerca do Brasil existe, em maior número, primeiro nas grandes áreas temáticas da produção cultural, depois em economia e negócios e, em seguida, na política e diplomacia. São esses aspectos da realidade brasileira que irão pautar ou nortear a construção da imagem do país na mídia lusitana. O esporte, por exemplo, não é um tema com muito espaço nos veículos de grande circulação portugueses.

É certo que a imagem do povo brasileiro - ou melhor, sua identidade - construída dentro ainda do cenário nacional não foge à maneira que ela é projetada no exterior (BIGANAMI, 2012). A respeito da representação do Brasil na mídia portuguesa, Viana diz que:

Sendo as representações de países estrangeiros também uma fonte para a constituição da própria identidade brasileira, conclui-se que essas imagens do Brasil são um tipo de representação

social. É como uma espécie de aura pública, que pode ser constantemente modificada, principalmente por processos de significação operados pela mídia e pelas produções jornalísticas (VIANA, 2014, p. 45).

Tanto Viana quanto Sousa utilizam, em seus estudos, de dados quantitativos coletados a partir da observação dos periódicos *Público* e *Diário de Notícias*, ambos reconhecidos como publicações de referência e de circulação nacional (FAUSTINO, 2004; FIDALGO, 2000; SOUSA, 2002). Os dois jornais são editados e produzidos no país de origem, Portugal, e parecem refletir em seu conteúdo as relações históricas afetivas das duas nações.

A hipótese de que o país é representado com predominância de imagens negativas é constante nos estudos, mas nem por isso comprovadamente verdadeira. Na análise da “Tabela 2: Ângulo dominante das peças com menção ao Brasil na amostra (em número de peças e espaço ocupado, em cm²)”, Sousa (2002) observa que a maior parte do conteúdo produzido pela imprensa

	Jornal de Notícias	O Correio da Manhã	Diário de Notícias	Público	Expresso	Visão	Grande Reportagem
Total	36 100% 16.249 100%	42 100% 10.206 100%	57 100% 11.364 100%	34 100% 8.825 100%	14 100% 6.265 100%	20 100% 5.362 100%	10 100% 23.035 100%
Peças neutras	12 33,3% 9.286 57,1%	18 42,8% 3.610 35,4%	11 19,3% 1.322 11,6%	6 17,6% 1.634 18,5%	8 57,1% 3.278 52,3%	8 40% 1.797 33,5%	4 40% 6.364 27,6%
Positivo para o Brasil	12 33,3% 1.754 10,8%	9 21,4% 2.914 28,5%	20 35,1% 3.807 33,5%	15 44,1% 4.098 46,4%	2 14,3% 622 9,9%	7 35% 1.733 32,3%	1 10% 3.312 14,4%
Negativo para o Brasil	4 11,1% 2.227 13,7%	7 16,7% 884 8,7%	15 26,3% 2.518 22,2%	9 26,5% 799 9%	2 14,3% 500 8%	4 20% 916 17,1%	4 40% 13.248 57,5%
Positivo para as relações Portugal-Brasil	7 19,4% 2.641 16,3%	7 16,7% 1.611 15,8%	11 19,3% 3.717 32,7%	3 8,8% 2.073 23,4%	2 14,3% 1.865 29,8%	0 0% 0 0%	0 0% 0 0%
Negativo para as relações Portugal-Brasil	1 2,8% 341 2,1%	1 2,4% 1.187 11,6%	0 0% 0 0%	1 2,9% 221 2,5%	0 0% 0 0%	1 5% 916 17,1%	1 10% 111 0,5%

SOUSA, Pedro. Imagens do Brasil na imprensa portuguesa de grande circulação. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. Vol. XXV, nº 1, jan/jun de 2002.

portuguesa de grande circulação - a respeito do Brasil - é tendencialmente neutra ou positiva para o país ou para as relações luso-brasileiras.

Apesar de ter sido constatado por Sousa uma carência de informações sobre Brasil na imprensa portuguesa em determinados aspectos, existe também uma representação de visão tendenciosamente negativa e que normalmente é identificada nos conteúdos que dizem respeito às condições de vida dos presídios, às taxas de desemprego, denúncias de corrupção dentre outros atenuantes.

A tendência negativa, no entanto, fica restrita à pouquíssimos conteúdos que acabam sendo sufocados pelo maior volume de informação positiva ou neutra. De forma geral, a imprensa portuguesa projeta a ideia do Brasil como um país interessante e competente do ponto de vista da produção cultural e, inclusive, como um local de oportunidades econômicas no contexto mundial e no das relações luso-brasileiras. Contudo, nota-se uma carência no enfoque às relações políticas (SOUSA, 2002), algo que é contestado por Viana, alguns anos depois, quando a medição das menções ao Brasil se deu entre a Copa do Mundo de Futebol e as Olimpíadas do Rio de Janeiro.

Assim, é possível perceber a construção da imagem brasileira na mídia portuguesa, exatamente aos olhos de uma imprensa internacional, que apresenta o país cedendo espaço ao que parece escapar mais às fronteiras. No caso da cobertura política, nem sempre uma breve informação noticiosa basta, ainda mais quando se tem questões econômicas e diplomáticas envolvidas. Portanto, no capítulo seguinte buscaremos analisar as principais técnicas do jornalismo especializado em política, para melhor visualizar o trabalho de cobertura do *Público*.

3. Jornalismo Político

Além de conhecer como a imagem do Brasil tende a ser retratada na imprensa Portuguesa, também é importante lembrar que os trabalhos realizados pelos repórteres do *Público* fazem parte do jornalismo especializado em Política, e da editoria Internacional. O contexto do Brasil na imprensa é construído, antes de qualquer coisa, a partir das técnicas das especializações de política e internacional. Assim, este capítulo apresentará um breve apanhado sobre o que é a informação política dentro do jornalismo especializado e como ele é, ou deveria ser exercido, de acordo com jornalistas e estudiosos da área.

No decorrer da história de qualquer nação, a informação política pode ser detectada como uma constante na formação dos fatos históricos. Isso se dá, dentre outros fatores, pela demanda do povo em querer conhecer não somente quem são e como são seus governantes, mas também seus propósitos e como seus atos os atingem diretamente. Contudo, como aponta Muñoz-Alonso Ledo (1983), apenas em uma sociedade livre, em que as liberdades estão bem estabelecidas - como a de imprensa e a de opinião - é que se faz sentido falar em informação política, que não se confunda com a propaganda política projetada por governantes. É evidente que a imprensa raramente ou nunca atua desinteressadamente, sem se tornar uma propagandista de partidos políticos.

O jornalismo político parte do direito dos cidadãos em manterem-se informados a respeito das ações de seus governantes e sobre quais são seus projetos - já que a política é pública, e tudo aquilo que é público deve permanecer ao alcance de todos. Contextualizado por essa premissa básica, Ledo diz:

Los ciudadanos reciben información política y, sobre la base de la misma, construyen sus propias opiniones, emiten juicio sobre la acción de los gobernantes y, en definitiva, los mantienen o los remueven en los procesos electorales. (LEDO, 1983, p. 481).

Manter os cidadãos a par dos atos de seus governantes deixá-los em um papel mais ativo e levá-los a exercitar a crítica é, sem dúvida, um importante papel do jornalismo político. Contudo, algumas funções podem ser assinaladas como igualmente importantes, se não mais. Uma delas, por exemplo, como

indicada por Ledo (1983), é a recolha de informações factuais e o exercício de identificar a informação da opinião. Além disso, como jornalismo especializado, o profissional deve recorrer à documentação, no intento de deixar a informação compreensível a todo o público, além de trabalhar com a contextualização do fato.

Contribuir com a formação da opinião pública, inclusive através da fixação da agenda política - como já apontavam as investigações de McCombs e Shaw - e por às claras situações de corrupção ou escândalos, por exemplo, também fazem parte das funções desempenhadas pelo jornalismo político. Quase sempre é preciso ir além de dar a notícia como simples informação factual. É necessário explicar suas causas, interpretar, analisar, relacioná-la a outros fatos e apontar possíveis consequências (Martins, 2013).

O exercício do jornalismo especializado em política não está muito distante daquele necessário na editoria internacional. Como indica Natali (2004), os jornais precisam permitir aos leitores enxergar outros ângulos dos casos noticiados. Para tanto, é preciso partir de especialistas aptos a construir uma análise. Além disso, o jornalista deve lembrar sobre quem é o seu leitor: no caso da editoria internacional ou dos assuntos políticos, o público normalmente é constituído de uma minoria que já possui um prévio conhecimento daquilo que lê.

Devemos nos lembrar que o leitor da editoria Internacional faz parte de um segmento minoritário mais bem informado do leitorado. É um leitor que possui critérios menos provincianos e mais metropolitanos de interesse (NATALI, 2004, p. 55).

A Política Internacional, ainda de acordo com João Batista Natali, não costuma trazer assuntos corriqueiros, direta ou claramente relacionados ao dia-a-dia da população. Além disso, o leitor pode exigir dessa editoria a obediência a alguns princípios, como apartidarismo e o pluralismo das fontes.

O jornalista Rudolfo Lago (2014), alerta para a impossibilidade de apuração de um fato da política sem implicar em sua análise, "Em política, apuração e análise são elementos indissociáveis". O jornalismo político possui três funções, de acordo com Lago, que resumem seu papel e que levam a alguns questionamentos a respeito da efetividade de sua prática. São elas o informar,

formar opinião e fiscalizar. Assim como lembrou Nelson Traquina, o jornalismo necessita entregar informações úteis e ser o *watchdog* da sociedade. Sobre isso, Seabra questiona a possibilidade de fiscalizar quando não há qualidade na informação e a pluralidade de ideias não está garantida:

A grande mídia tem conseguido ser imparcial e equilibrada ao disponibilizar fatos e opiniões sobre os diferentes segmentos políticos? E, por último, ao desempenhar o papel de fiscal do poder, o jornalismo político não corre o risco de cometer excessos e frustrar expectativas? (SEABRA, 2006, p. 138)

Para que a análise ou avaliação do fato político noticiado seja efetuada de maneira satisfatória, é necessário ter domínio de alguns elementos - não apenas com a experiência, mas também previamente. Um destes elementos é o conhecimento da história recente do Brasil ou do país cuja política esteja em análise, já que só assim se torna possível a compreensão do jogo político atual, com suas regras e seus personagens (LAGO, 2014). A respeito desse conhecimento histórico, Seabra (2014, p.113) afirma que o jornalismo "exige um tipo de conhecimento horizontal e multifacetado" e que sua especialização requer não tanto um saber técnico mas antes um saber plural - estando aqui incluso a obrigação de se conhecer a história do país. O repórter de política também precisa estar preparado para compreender o que acontece nos órgãos de governo (Lago, 2014).

3.1 O início do jornalismo político no Brasil

Além de conhecer a história política do Brasil, também pode ser interessante notar por onde o jornalismo político traçou seu caminho no decorrer do desenvolvimento da imprensa brasileira. É curioso perceber que as primeiras atuações dessa especialidade passaram a ser exercidas juntamente com os primeiros momentos da monarquia portuguesa no solo da colônia, sendo inclusive ela o alvo mais constante de críticas das principais publicações políticas. Uma rápida observação dos períodos de atuação da imprensa política pode dar uma

leve percepção dos reflexos da atuação portuguesa nos passos seguintes das publicações brasileiras.

É a partir da instalação da Coroa portuguesa no Brasil, mais precisamente durante os anos de 1808 a 1831, que a imprensa brasileira passou por um rápido florescimento (Sodré, 2014). Impulsionados pelo surgimento e pelas ações de crítica ao regime, feitas pelo *Correio Braziliense*, editado em Londres por Hipólito José da Costa, outros periódicos como a *Gazeta do Rio de Janeiro* (1808) e a *Idade de Ouro do Brasil* (1811) surgiram em cena tendo em sua epígrafe a promessa de oferecer notícias políticas de maneira simplificada.

O processo de independência, que ganhou força em 1821, acabou ajudando no surgimento de jornais livres. Um exemplo são os surgidos do movimento maçônico, tais como *O Revérbero Constitucional Fluminense*, considerado por estudiosos como sendo o primeiro jornal livre, editado em solo brasileiro, a tratar de política. Um pouco depois, o *Diário Constitucional*, originário da Bahia, passou a defender interesses políticos brasileiros contra Portugal (SEABRA, p. 116).

Já com a independência oficialmente estabelecida, o período regencial teve como forte característica a presença da ideologia de dois grupos políticos, cada qual com seu respectivo jornal, os liberais e conservadores. Esses jornais já vinham aquecidos pelas publicações anteriores, nascidas durante a recém-chegada da família portuguesa, e notadas pelas elaborações de críticas ferrenhas e até mesmo agressivas. Entre a Independência e a Maioridade de D. Pedro II, em 1840, tiveram força um tipo de jornalismo classificado por pesquisadores como “Pasquim”, assim como conta Natali (2004).

Os assuntos eram normalmente domésticos, como a separação de Portugal do Brasil e suas consequências, a Regência, as crises do Primeiro Reinado e os conflitos entre os partidários e os contrários a monarquia constitucional.

Assim, de acordo com os estudos de Sodré (1999), no ano de 1832 foram contabilizados mais de cinquenta jornais no país, todos de matiz ideológico de imprensa marrom e tiveram intensa participação nas disputas políticas de centro e

nas rebeliões nas províncias - tal como a Farroupilha, a Cabanagem, a Sabinada (SEABRA, p.118).

Há no jornalismo internacional praticado no Brasil uma data absolutamente fundamental. É o ano de 1874. No dia 22 de junho, D. Pedro II se instala com um grupo de técnicos e troca mensagens por telégrafo com Marconi, como papa Pio IX e com o rei Vittorio Emmanuele, e ainda com a Rainha Vitória, da Inglaterra, e com o presidente da França, general Mac Mahon. Um cabo estendido no leito do Atlântico conectava por telégrafo o Brasil à Europa. Não era mais preciso esperar por demorados 28 dias para que um barco a vapor chegasse ao Rio de Janeiro com notícias da Europa, provenientes de portos britânicos (NATALI, 2004, p. 40).

O final da Guerra do Paraguai e os ventos do desenvolvimento industrial, já em 1870, influenciaram o comportamento da imprensa e é nesse contexto que surgem importantes nomes do jornalismo político, como Rui Barbosa, Quintino Bocaiuva e Joaquim Nabuco.

Enquanto isso, dois grandes temas ganham espaço no imaginário da população e nas páginas dos jornais: a campanha abolicionista, que com o fim da Guerra do Paraguai, em 1870, ganha impulso; e a campanha republicana. As duas voltam a exigir um jornalismo engajado, menos panfletário do que aquele feito nas primeiras décadas do século [...]. (SEABRA, 2014, p. 122).

No início do século XX, o jornal *Diário Carioca* inicia o uso do *lead* e as campanhas presidenciais de 1945 e 1950 fizeram com que a cobertura política ganhasse uma nova dimensão – a primeira ocorrida depois do anúncio de Vargas de uma reforma constitucional, e a de 1950, a segunda eleição presidencial após o Estado Novo. Com os Anos de Chumbo, o jornalismo econômico sofreu um declínio e a imprensa alternativa desempenhou importante papel que seria mais tarde melhor visualizado (SEABRA, p. 131).

Como o fim da censura e a redemocratização do país, o jornalismo político brasileiro iniciou processos importantes de transformação de seu modelo. A liberdade de imprensa melhor assentada e o surgimento de um sistema político complexo foram fatores que passaram a exigir da imprensa um padrão de

cobertura política remodelado. A sociedade civil, agora mais ciente de seus direitos políticos e de seu direito à informação, passou a demandar melhorias no conteúdo disponibilizado e também nos complementares à formação de sua opinião política (CRUVINEL, p. 213).

3.2 Jornalismo internacional

A prática do jornalismo político dificilmente é desvinculada dos noticiários que tratam de acontecimentos mundiais e das relações políticas entre nações, ou seja, do jornalismo internacional. Normalmente, as informações que recebemos sobre outros países estão relacionadas a questões ou acontecimentos políticos e econômicos, e especialmente (se não somente) quando o assunto interessa diretamente às demais nações.

Como conta Natali (2004), os primeiros moldes do jornalismo internacional foram criados pelo banqueiro europeu Jacob Függer von der Lilie, no século XVI. Com a necessidade de executar trocas de informações entre a Alemanha, país em que vivia, e a Antuérpia, onde mantinha seus negócios, Függer criou a *newsletter*. O método se tratava de cartas de informações que levariam conteúdos úteis para as transações comerciais efetuadas por seus funcionários

Assim, e voltamos ao Renascimento, Függer e seu embrião de *newsletters* impressas permitiam a manutenção de uma rede que fazia as informações circularem por circuitos paralelos aos utilizados por duas redes previamente existentes, a rede diplomática, que orientava monarcas, e a rede eclesiástica, que orientava dirigentes da burocracia da Igreja (NATALI, 2004, p.22).

Essas cartas eram distribuídas em agências da casa bancária e assim auxiliavam seus funcionários a tomarem decisões no que tocava aos negócios e à economia, como venda de letras de câmbio. O formato das *newsletter* se popularizaram no continente e logo passaram a ser impressas em maiores quantidades e sempre com trocas de informações relevantes entre os países. Na Holanda, as folhas serviam para trocar informações políticas e econômicas, ainda no século XVII, e logo rumaram para Áustria, Hungria, Inglaterra e França.

A Revolução Francesa, ocorrida em 1789, trouxe consigo a expansão desses jornais, com seus ideais – liberdade, igualdade e fraternidade – sendo difundidos pela Europa. Assim, aos poucos a população passava a se inteirar de acontecimentos que não mais ficavam limitados à sua comunidade, e a percepção dos fatos políticos e, por consequência, o interesse público, passaram por uma ampliação (SOARES, 2007).

Sendo na TV ou nos meios impressos, a política internacional costuma chamar bastante a atenção por normalmente tratar de grandes acontecimentos ou escândalos, tal como eleições, guerras, casos de corrupção e até “deslizes morais” de nomes internacionalmente conhecidos da política. Sendo assim, o jornalismo internacional é conhecido por exigir o investimento de grandes somas de dinheiro das empresas de mídia, tanto para cobrir equipamentos, como despesas com deslocamento e manutenção de profissionais – privilégio de pouquíssimos veículos no mundo (SOARES, 2007).

Uma forma de suprir a necessidade de preencher os noticiários com informações internacionais, foi a busca dos jornais pelos serviços das agências de notícias internacionais. Isso se deu pela impossibilidade de se manter uma equipe de profissionais em território estrangeiro, devido aos altos custos e também pela procura das empresas pelo maior número de informações pelo menor preço. As agências de notícias internacionais, contudo, costumam ficar sediadas em países considerados economicamente desenvolvidos, tais como Estados Unidos e França, assim normalmente relacionam suas informações à situação do país no qual se encontram:

Os países desenvolvidos controlam praticamente o circuito mundial de notícias, através de cinco agências, editam 83% dos livros publicados no mundo, controlam as maiores agências de publicidade do mundo (sete são norte-americanas e três têm participação majoritária de capital norte-americano) [...] As cinco agências que ditam o rumo do noticiário internacional são a francesa *Agence France Press* (AFP), as norte-americanas *United Press International* (UPI) e *Associated Press* (AP), a inglesa Reuters, a italiana ANSA, e a alemã DPA [...]. (ROSSI, 2000 apud ELHAJJI, 2006, p. 12).

É comum que as agências de notícias internacionais sejam criticadas por alguns fatores. Uma das críticas é a homogeneização das informações, o que acontece por ser pequeno o número de agências que distribuem notícias para jornais de todo o mundo, o que torna os textos muito parecidos e as informações as mesmas. Além disso, a relação das agências com os governos dos países em que estão sediadas e sua preocupação com pautas de determinadas nações ditas “desenvolvidas”, faz com que seja disseminado conteúdo que não interessa demais países em outra situação econômica (Soares, 2007).

As agências de notícia podem ser vistas como uma alternativa aos correspondentes internacionais ou aos enviados especiais. Estes últimos são jornalistas que se deslocam a outros países para cobrir especificamente algum evento ou acontecimento relevante. Normalmente, a sua missão é produzir uma série de reportagens especiais ou cobrir acontecimentos pontuais, como as premiações da música e do cinema ou ainda os esportivos (Soares, 2007).

O correspondente estrangeiro se diferencia do enviado especial, segundo Cunha (1990, apud Soares, 2007), por ser o segundo encaminhado ao exterior quando um jornal não possui nenhum profissional no local em que se necessita obter informações. O correspondente possui residência fixa no país onde atua, é responsável por cobrir toda uma região - com uma equipe pequena ou normalmente sozinho - e tem a função de obter o maior número de informações para seus editores na sede da redação.

A figura do correspondente identifica um tipo de jornalista profissional que se apresenta em agências de notícias, jornais, revistas, e emissoras de rádio e de televisão; trabalha para qualquer uma dessas organizações, de maneira permanente, fora da sede central de sua redação, seja dentro ou fora do país. [...] Entendido nesses termos, o correspondente é o típico habitante da diáspora jornalística, destinado a trabalhar em um dos lugares onde o jornal concentra esforços informativos (LOS MONTEROS, 1998 apud ELHAJJI *et al.*, 2006, p.51).

A editoria de Política Internacional também acaba por exigir do profissional de jornalismo uma formação diferenciada. Além do já citado conhecimento da história recente do país e da política, o jornalista precisa trabalhar com facilidade em outros idiomas, em especial o inglês. Natali (2004) diz que a importância de um determinado idioma está relacionada à influência econômica e política dos

países que possuem a língua oficial. No século XX, tal influência foi unificada no idioma inglês, ainda associado à Inglaterra, um pouco depois, aos Estados Unidos.

Essa rápida observação da prática do jornalismo político e internacional demonstra que se trata de uma especialização diferenciada nas redações, que exige um preparo intelectual do profissional e uma constante atualização de seus conhecimentos. Além disso, os altos custos da produção podem ser uma garantia da qualidade do produto final, especialmente quando a empresa trabalha com correspondentes internacionais que se dedicam inteiramente a uma região e podem contar com seu conhecimento local e experiência para enriquecer as reportagens.

4. Eleição presidencial de 2014

Depois de estudar as técnicas de produção de reportagens especializadas em política e em internacional, é o momento de debruçar-se sobre um dos fatos noticiosos que mais recebem destaque nessas editorias: as eleições presidenciais. Sabe-se que este trabalho trata de analisar a cobertura que o jornal *Público* fez desse momento democrático brasileiro; assim, os próximos tópicos buscam organizar pontos relevantes daquela que é considerada pela imprensa como a mais memorável eleição dos últimos 25 anos. Procuraremos rever os principais pontos da Eleição Presidencial de 2014, passando desde o primeiro turno – que teve o início das campanhas em julho e votações em 5 de outubro - até os embates durante o segundo turno.

O Brasil passou, desde as manifestações de Julho de 2013, por tensos momentos políticos que viriam a tomar dimensões maiores e mais claras durante a campanha eleitoral de 2014. A insatisfação popular com os moldes da política nacional voltou a ser demonstrada enquanto o país se preparava para ir às urnas escolher cargos de deputados, senadores, governadores e presidente da república. Apesar de toda a disputa ter trazido embates e escândalos, a escolha do próximo governante do país surpreendeu pelos resultados acirrados e pela tensão entre candidatos e entre os eleitores.

A eleição presidencial de 2014 já é considerada histórica por seus momentos tensos e inesperados - tal como o acidente aéreo que tirou a vida do presidenciável pelo Partido Socialista Brasileiro (PSB), Eduardo Campos e a substituição de sua candidatura por Marina Silva, que já fazia parte da campanha como vice-presidente. Foram muitos os pontos a serem considerados interessantes e dignos de análise, durante as campanhas para primeiro e para segundo turno, e também a respeito do contexto nacional a qual a disputa eleitoral ocorreu. Em 1989, o Brasil vivia sua primeira eleição presidencial após a redemocratização; foi a essa disputa, entre Fernando Collor e Luiz Inácio Lula da Silva, que as eleições de 2014 foram comparadas, pelas principais revistas do país, por seu caráter acirrado e virulento.⁶

Apesar dos candidatos Dilma Rousseff (Partido dos Trabalhadores) e Aécio Neves (Partido da Social Democracia Brasileira) terem permanecido lado a lado nos resultados das pesquisas, a comparação com as eleições de 1989 ainda deixa de fora a divisão geográfica entre Norte e Sul e a socioeconômica

entre as classes sociais. A disputa foi marcada pela militância nas redes sociais, que facilitaram a emissão de opinião dos cidadãos e também intolerância com a oposição - rendendo diálogos inflamados e a intensificação das diferenças ideológicas em forma de discurso de ódio. De acordo com Giovanni Sarotori (SAROTORI, 1961, *apud* Müller e Wainberg, 2015), os conflitos ideológicos são determinados pela relação existente entre sistemas de crenças, que apresentam características comuns ou diferentes. Quando características distintas são acreditadas de maneira fixa e imutáveis, o resultado são dois sistemas de crenças incompatíveis e exclusivos. Para Müller e Wainberg (2015), esse é o caso dos discursos da militância do PSDB e do PT que culminaram em uma “guerra ideológica”. A briga virtual conseguiu ser refletida na boca dos candidatos, em especial nos debates do segundo turno, em que Dilma e Aécio lançaram mão de violência verbal e da desqualificação do adversário como estratégias de discurso.

Desde o término do regime militar, a disputa das eleições democráticas para a Presidência da República foi travada entre os dois partidos de maior oposição do país: Partido dos Trabalhadores (PT) e Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). No ano de 1994, cinco anos após a histórica disputa entre Collor e Lula, o primeiro embate entre o PT e o PSDB daria início a agora tradicional polarização entre as duas legendas partidárias. Quem disputava o mais alto cargo do Executivo era novamente Luiz Inácio Lula da Silva, tendo como adversário Fernando Henrique Cardoso - que acabou por ganhar novamente as eleições quatro anos depois, em 1998. Naquele ano, os discursos no horário eleitoral apresentavam ambos os partidos como defensores dos interesses das camadas economicamente desfavorecidas da população, e davam enfoque aos programas sociais. Enquanto o PT apresentava uma expectativa pessimista e criticava diretamente FHC, o PSDB não fazia referência ao candidato petista.⁷

Quatro anos depois, Lula e Fernando Henrique voltaram a se encontrar nas eleições diretas a presidência. O governo FHC havia sido marcado pelas políticas de direita de “diminuição” do Estado. A privatização de empresas e as quebras de monopólio estatal foram os alvos de duras críticas do PT durante a campanha de 1998 e contribuíram para a formação da imagem do PSDB como governo de

⁷ MÜLLER, Angelo Carnieletto; WAINBERG, Jacques Alkalay. A Ruptura Entre PT e PSDB: uma análise da evolução dos discursos no horário eleitoral entre 1994 e 2014. In: XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro.

direita. Em contrapartida, o PT se congregou com os partidos ditos de esquerda, a saber, o Partido Democrático Trabalhista, Partido Comunista do Brasil, Partido Comunista Brasileiro e Partido Socialista Brasileiro, o que formava uma nova sigla em torno da candidatura do petista e dava legitimidade ao discurso de esquerdistas. Apesar da manobra, o candidato Fernando Henrique venceu as eleições daquele ano.

Lula permaneceu como o candidato do PT nos anos de 2002 e 2006, disputando com José Serra e Geraldo Alckimin, respectivamente, e vencendo. Em 2006, o horário eleitoral do PSDB passou a referir-se diretamente a Lula, através de críticas vinculadas ao processo do Mensalão e também à lentidão nas obras de infraestrutura. Finalmente, em 2010, o PT nomeou para a disputa a ex Ministra de Minas e Energia e mais tarde Ministra-Chefe da Casa Civil, Dilma Vana Rousseff. Na ocasião, o *psdbista* José Serra foi o derrotado por Rousseff, que estava em sua primeira candidatura à presidência da República. Foram 56.05% de votos válidos, em segundo turno. A campanha de Dilma apostou, em 2010, na força da imagem de mulher, como mãe e administradora. Seu opositor, José Serra, ainda baseava suas críticas no escandaloso processo do Mensalão e trazia referências diretas a nomes do PT, citando a suposta falta de experiência política de Dilma e atacando o Programa de Aceleração do Crescimento.⁸ Conhecido pela sigla PAC, o programa foi criado no segundo mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva para reiniciar os planejamentos e acelerar as execuções de grandes obras de infraestrutura urbana, logística, social e energética da nação.

Tanto PT como PSDB possuíam, em suas diretrizes, um viés socialista e uma tendência à esquerda, fato fundamental para a compreensão do conflito ideológico entre as duas siglas partidárias. À época da fundação do PSDB, em 1988, os dois partidos se diferenciavam mais pela distância em que se encontravam do centro e não por diferenças de posicionamentos ideológicos. Sobre isso, Müller e Wainberg dizem:

Os conflitos ideológicos não tinham proporção significativa. Foi com o passar do tempo, que se desenvolveu essa diferenciação verificada nos dias de hoje. Muito embora, quando se toma por base os planos de governo sugeridos pelos dois partidos durante as disputas eleitorais, o que se verifica é uma aproximação (Neftali, 2014) ao invés de um afastamento ideológico. (MÜLLER; WAINBERG, 2015, p.3)

⁸ MÜLLER, Angelo Carnieletto; WAINBERG, Jacques Alkalay. A Ruptura Entre PT e PSDB: uma análise da evolução dos discursos no horário eleitoral entre 1994 e 2014. In: XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro.

Em 2014 aconteceu a sexta disputa eleitoral consecutiva entre o Partido dos Trabalhadores e o Partido da Social Democracia Brasileira. Dessa vez, Dilma Rousseff tentava a reeleição e teve como principal adversário o ex-governador de Minas Gerais, Aécio Neves. Nesse ano, contudo, a chapa de Eduardo Campos (PSB), então governador do Estado de Pernambuco, tentou combater a polarização dos dois partidos e tinha como vice Marina Silva, que já participara do pleito de 2010 como candidata à presidência. Composta por candidatos de siglas partidárias pequenas, como o Partido Socialista Cristão e o Partido Renovador Trabalhista Brasileiro, as disputas eleitorais de 2014 também surpreenderam pela atenção que candidatos de origens menos óbvias que PT e PSDB receberam do eleitorado, especialmente por consequência da disseminação rápida de notícias pelas redes sociais. Além dos três presidenciáveis, Luciana Genro (PSOL), Eduardo Jorge (PV), Levy Fidelix (PRTB) e Pastor Everaldo (PSC) compunham os candidatos ao governo Federal.

4.1 O primeiro turno.

O acidente aéreo que vitimou fatalmente Eduardo Campos, candidato à presidência pelo PSB, aconteceu a menos de dois meses da eleição e marcou o início de mudanças significáveis nos rumos das campanhas. Após o velório do candidato, as três coligações concordaram em silenciar momentaneamente as disputas eleitorais e a substituição de Campos pela vice Marina Silva rendeu logo uma pesquisa do Datafolha, que mostrou Marina em empate técnico com Aécio Neves. Como previsto, a ex-senadora assumiu a candidatura e passou a ser apontada pelas pesquisas como a adversária de Dilma Rousseff em segundo turno. A campanha eleitoral de Dilma precisou se atentar à ascensão de Marina, que chegou a alcançar 10 pontos à frente da candidata à reeleição.

Em seu horário eleitoral gratuito, os programas de Dilma dedicaram-se a indicar a imprensa como uma grande inimiga dos planos políticos petistas⁹, especialmente após uma reportagem publicada pela Revista Veja - que não é citada diretamente - e de questionamentos a respeito das investigações da corrupção na Petrobrás. Nas ocasiões dos programas, Lula depôs reforçando a

⁹ MÜLLER, Angelo Carnieletto; WAINBERG, Jacques Alkalay. A Ruptura Entre PT e PSDB: uma análise da evolução dos discursos no horário eleitoral entre 1994 e 2014. In: XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro.

denúncia contra a imprensa, dizendo que, dentre outras coisas, “Dilma enfrentou uma das maiores campanhas negativas de certa imprensa, que se tornou o maior partido de oposição”. É importante salientar, contudo, que apesar de manter Lula como uma fonte de opinião, Dilma aprovava diretamente o conteúdo de suas propagandas e foi mentora de críticas à Aécio Neves e à Marina Silva.

O arranque de Marina Silva permaneceu pouco variável nas pesquisas até os últimos cinco dias anteriores às votações. As pautas que traziam propostas à comunidade gay tiveram um enfoque negativo para a candidata do PSB. Em seu programa de governo, o texto de Marina defendia a legalização do casamento gay e a aplicação da lei contra a homofobia. Um dia depois da divulgação do conteúdo, uma nova versão do texto foi apresentada com a substituição do termo “casamento” por “união civil” e sem mencionar as medidas legais contra a homofobia.¹⁰

As modificações textuais causaram a renúncia do secretário nacional do comitê LGBT do PSB, Luciano Freitas, mesmo após o partido justificar as mudanças como um erro de editoração do material. Ativistas dos direitos da comunidade LGBT ficaram insatisfeitos com a retração de Marina Silva e se afastaram do apoio à candidata.

Outro fator que contribuiu para a alteração das expectativas de votos de Marina Silva foi a ofensiva preparada por Dilma Rousseff. Durante o último debate dos três candidatos, Dilma criticou as proposições do PSB para o pré-sal e posteriormente aprovou um texto que estendia para as igrejas evangélicas os mesmos benefícios dados pelo governo à Igreja Católica¹¹. A presidente conseguiu, então, conter a queda que sofreu depois da entrada de Marina na disputa e novas pesquisas apontavam as duas no segundo turno com Dilma na liderança, e em empate técnico no segundo turno. Enquanto isso, o candidato pelo PSDB, Aécio Neves, sofria uma diminuição das intenções de voto e aumento em seu índice de rejeição.

¹⁰ VEJA, Revista. Marina muda capítulo sobre casamento gay de programa. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/marina-tira-capitulo-sobre-casamento-gay-do-programa-de-governo/>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

¹¹ RIBEIRO, Marina; CALIXTO, Bruno. Dilma prepara "pacote anti-Marina" com lei para igrejas evangélicas. **Revista Época**. 2014. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/o-filtro/noticia/2014/09/principais-noticias-eleitorais-do-dia-2-de-setembro-de-2014.html>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

No dia 04 de outubro, a um dia das eleições, Aécio Neves foi apontado em duas pesquisas de voto com o candidato a disputar com Dilma Rousseff o segundo turno. Em uma virada comparada à de Lula em 1989 ao superar Leonel Brizola (PDT), o candidato tucano apareceu com 26% e 27% das intenções de voto, no Datafolha, instituto de pesquisa pertencente ao grupo Folha, e Ibope, desbancando Marina Silva ao diminuir sua margem de rejeição.¹²

As votações do primeiro turno foram concluídas no domingo, dia 05 de outubro, e confirmaram as expectativas da pesquisa de intenções de voto do dia anterior. Dilma Rousseff obteve 41,59% dos votos, ganhando em 15 estados. O candidato do PSDB alcançou a porcentagem de 33,55% e a vitória em 10 estados e Marina Silva 21,32%. Na eleição anterior que concedeu o primeiro mandato de Dilma, o PT havia conseguido vencer em 18 estados e, no primeiro pleito, em 23. A vitória de Dilma em 2014 foi também o pior desempenho do PT de primeiro turno desde as disputas de 2002.

4.3 O segundo turno

Igualmente como já acontecia durante as campanhas de primeiro turno, o segundo momento das eleições presidenciais de 2014 foi marcado por mais tensões entre candidatos e entre os eleitores. Foram nesse período que mais se notaram as divergências ideológicas entre os grupos de apoio ao PT e ao PSDB.

Os desentendimentos iniciaram-se depois de três dias dos resultados do primeiro turno, com a campanha de Dilma reformulando suas estratégias, que agora desconstruía a imagem gestora de Aécio a partir dos indicadores econômico-sociais do estado de Minas Gerais, estado que governou de 2003 a 2010. As pesquisas indicavam empate técnico entre Dilma e Aécio nos primeiros dias do segundo turno, mas a presidente vinha embalada pelos resultados que indicavam Aécio com vantagens, apesar do empate.

A rivalidade elevada nos horários políticos gratuitos levou o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) a determinar que as propagandas eleitorais

¹² BRAMATTIE, Daniel; TOLEDO, José Roberto de. Ibope: na reta final, Aécio ultrapassa Marina, mas ainda há empate técnico. **O Estado de São Paulo**. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,ibope-na-reta-final-aecio-ultrapassa-marina-mas-ainda-ha-empate-tecnico,1570877>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

readequassem suas peças de forma a evitar ataques e fomentar o discurso positivo e de apresentação de propostas. Apesar da ordem, ambas as campanhas tiveram 14 propagandas suspensas e o tempo de aparição reduzido em 2 minutos e 30 segundos para Aécio, e 1 minuto e 30 segundos para Dilma.¹³

O primeiro debate entre os candidatos aconteceu na Rede Bandeirantes, em um momento em que Aécio Neves já havia recebido o apoio de Marina Silva. Em carta aos partidos, a ex-presidenciável indicou condições para declarar apoio ao tucano, dentre elas que o candidato desistisse da proposta da redução da maioria penal e que se comprometesse a não se recandidatar em 2018, caso ganhasse.

Das estratégias dos candidatos, Dilma dedicou-se a demonstrar a autonomia concedida à Polícia Federal para investigar as denúncias de corrupção da Petrobras, e Aécio a criticar pesadamente a adversária e valer-se de promessas. Entre os momentos mais tensos, a candidata à reeleição acusou Aécio de nepotismo. Na ocasião do segundo debate, Aécio revidou a acusação ao afirmar que o irmão de Dilma trabalhara como funcionário fantasma em Belo Horizonte.¹⁴

Depois de as propagandas serem barradas pelo Tribunal Superior Eleitoral, os advogados dos dois partidos, PT e PSDB, se reuniram com os ministros do Tribunal Superior Eleitoral a fim de se comprometerem a reduzir as agressões e abandonar os conflitos jurídicos que mantinham.

Apesar do acordo de paz ter sido estabelecido pelos partidos, os militantes petistas e tucanos entraram em confronto no centro de São Paulo, à exemplo do que já acontecia nas redes sociais. Na ocasião, 40 apoiadores do PT encontraram-se com 200 do PSDB em um troca de ônibus, e agrediram-se com chutes.

Uma pesquisa do Datafolha chegou a indicar que 71% dos eleitores estavam considerando o nível de agressividade das campanhas eleitorais inadequados, e inclusive indicaram o candidato tucano como o mais agressivo.

¹³ RIBEIRO, Marina. **Justiça corta tempo de propaganda de Dilma e Aécio**. Revista Época. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/o-filtro/noticia/2014/10/principais-noticias-eleitorais-do-dia-20-de-outubro-de-2014.html>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

¹⁴ RIBEIRO, Marina. **Aécio e Dilma traçam estratégias para primeiro debate do segundo turno**. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/o-filtro/noticia/2014/10/principais-noticias-eleitorais-do-dia-13-de-outubro-de-2014.html>>. Acesso em: 19 jan. 2014.

A pauta que mais permaneceu nos noticiários ao mesmo tempo das campanhas eleitorais e influenciou os rumos de debates e intenções de voto, foi a falta de água em São Paulo¹⁵. Em uma de suas declarações, Dilma afirmou ter oferecido ajuda ao governo estadual, que não teria se interessado. O candidato tucano aproveitou o momento para criticar a falta de parceria com o governo Federal

O escândalo de corrupção na Petrobras também foi alvo recorrente de questionamentos da imprensa e da oposição a Dilma Rousseff. Depois da publicação da revista *Veja* que afirmava que Dilma e Lula sabiam dos esquemas ilegais, a candidata do PT comentou o caso em seu programa de TV, repetindo sua demonstração de insatisfação com a imprensa. A campanha petista inclusive pediu a suspensão da veiculação da reportagem.¹⁶

Na semana anterior àquela que aconteceram as votações do segundo turno, novas pesquisas de intenção de voto mostravam um crescimento de Dilma e sua liderança, e se mantinha à frente fora da margem de erro. Contudo, um dia antes das votações, o tucano igualou-se às pontuações de Dilma. Nessa reta final, mesmo com a afirmação dos dois partidos, PT e PSDB, de que diminuiriam o grau das agressões das campanhas, a corrida pelo “voto dos indecisos” fez com que as duas coligações apostassem novamente na troca de acusações.

Os dois nomes chegaram equilibrados ao dia da eleição e o resultado final permaneceu sem grandes certezas até as 20h (horário de Brasília) do dia 26 de outubro de 2014. O Tribunal Superior Eleitoral já tinha mais de 93% das urnas apuradas quando divulgou os resultados. Em números gerais, com as urnas 100% apuradas, Dilma obteve 51,64% dos votos e Aécio, 48,36%. A porcentagem apertada deveu-se a uma diferença pequena de 3,4 milhões de votos - a menor desde a redemocratização.

As disputas entre PT e PSDB já eram tradicionalmente conhecidas pelas porcentagens acirradas e pela intensa polarização. A campanha de 2014 não foi diferente, especialmente no segundo turno. Dilma Rousseff garantiu a reeleição e impediu que o senador Aécio Neves fosse o primeiro nome do PSDB a ser eleito presidente em segundo turno.

¹⁵ RIBEIRO, Marina. **Crise da água movimentou reta final pelo segundo turno**. Revista Época. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/o-filtro/noticia/2014/10/principais-noticias-eleitorais-do-dia-22-de-outubro-de-2014.html>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

¹⁶ IGLESIAS, Simone. **Dilma diz que ‘Veja e seus cúmplices’ terão de responder na Justiça por reportagem**. O Globo. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/dilma-diz-que-veja-seus-cumplices-terao-de-responder-na-justica-por-reportagem-14347283>>. Acesso em: 18 jan. 2016.

Em outras campanhas, a diferença entre o primeiro e segundo colocado foi sempre maior. Em seu primeiro mandato, Dilma derrotou Serra por 12 milhões de votos.¹⁷ Como dito no início deste capítulo, as vantagens numéricas apertadas da eleição presidencial de 2014 só pode ser comparada com a de 1989, quando Fernando Collor de Mello alcançou a primeira colocação, vencendo Luiz Inácio Lula da Silva por 4 milhões de votos. Em porcentagens, foram 50,03% dos votos contra 46,97%.

Concluídas as apresentações dos principais momentos das Eleições Presidenciais de 2014, no próximo capítulo iremos conhecer o conteúdo produzido e publicado pelo *Público*, através da descrição da narrativa das reportagens, entrevistas e artigos de opinião.

¹⁷ BRÍGIDO, Carolina. **Dilma virou o jogo com quase 90% dos votos apurados**: O Globo. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/dilma-virou-jogo-com-quase-90-dos-votos-apurados-14376946>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

5. A cobertura do *Público*

Relembrada as Eleições Presidenciais de 2014, os próximos tópicos tratarão de apresentar o material publicado pelo jornal português, através de descrições das informações oferecidas e de ênfase nos pontos considerados, por este trabalho, como os suscetíveis a uma análise mais aprofundada. Durante o período que antecedeu as votações do segundo turno, o conteúdo publicado pelo *Público* a respeito do momento eleitoral brasileiro foi uma constante. O diário publicou cinco reportagens especiais feitas por uma repórter correspondente em São Paulo, três artigos de opinião, direto da redação portuguesa, e duas entrevistas. Do total desse conteúdo, quatro tiveram algum destaque na capa do jornal, sendo a do dia 27 a “matéria de capa”. Foram vinte e seis páginas dedicadas às eleições brasileiras em cinco dias, lembrando que o *Público* dificilmente atinge a marca total de quarenta páginas diárias no todo de seu caderno.

O material produzido também ocupou lugares de destaque no *layout* da página e inclusive foi responsável por preencher a seção “Mundo” - a primeira do jornal, destacada em vermelho. A seguir, resume-se o que foi veiculado nos dias citados pelo jornal português *Público*, com maior enfoque nos fios condutores de cada conteúdo produzido.

5.1 O dia 20 de outubro de 2014¹⁸

A reportagem do dia 20 de outubro, uma segunda-feira, já traz na capa da edição a antecipação do que seria lido nas páginas 20 e 21 do diário, aproximadamente na metade do caderno. A correspondente em São Paulo, Rita Siza, aborda a temática do eleitorado e a transferência de votos entre candidatos, partindo na categorização social de seus eleitores.

Inicia-se a reportagem - de forte tom literário - com a caracterização do local, no caso, a descrição do Bairro do Brás em São Paulo. Da movimentação do comércio, apresenta-se uma personagem típica da região e é indicada sua relação com a Igreja Apostólica Plenitude do Trono de Deus, gancho necessário

¹⁸ Anexo 1

para que a reportagem prossiga sua narração a respeito das ramificações evangélicas do bairro. Até o primeiro intertítulo, não há nada que indique se tratar de uma reportagem sobre a política eleitoral brasileira; ao contrário, segue-se uma contextualização histórica de algumas denominações religiosas do Brás, de forma a criar-se uma dimensão social para o que será exposto a seguir.

Do intertítulo “Já chega dessa quadrilha”, a reportagem sai do metrô do Bresser/Mooça e cita o enorme Templo de Salomão, um símbolo da influência evangélica atual. Cenário evangélico contextualizado, a então candidata Marina Silva passa ser citada como o nome preferido dos eleitores que frequentam o que a repórter chama de “babilônia de religiões”. A primeira popular entrevistada já no primeiro parágrafo volta a figurar nesse momento, para confirmar que, evangélica, votaria no candidato à presidência pelo Partido da Social Democracia Brasileira, Aécio Neves. Um segundo personagem, recém-saído do Templo de Salomão, recebe 18 linhas de discurso direto para afirmar que votou em Marina no primeiro turno e que votaria em Aécio no segundo, apontando a corrupção como o principal – senão único – fator que direcionou seu voto. Há, então, uma quebra de expectativa com o discurso de uma fonte contrária: uma mulher evangélica que é “totalmente contra” a reeleição e aos pastores na política. Depois de um rápido balanço das falas das fontes, a conclusão da repórter é de que nenhum dos dois candidatos valeriam, de fato, o voto.

O último inter-título indica as porcentagens de ganhos e perdas de intenções de voto depois do apoio de Marina declarado a Aécio Neves, e a luta do PT em atrair para si parte da população evangélica, especialmente com campanhas em bairros paulistas de migrantes. Cita-se, ainda, a primeira conferência de imprensa de Marina e Aécio, quando a candidata surpreendeu ao usar o cabelo presos num rabo-de-cavalo e não em um coque.

5.2 O dia 22 de outubro de 2014¹⁹

A capa da edição do dia 22 dá espaço para ter como foco os candidatos e suas campanhas. Desde o título, já fica sugerido que Dilma Rousseff e sua

¹⁹ Anexo 2

corrida pelos votos serão o enfoque da reportagem. O conteúdo ocupou a página 24 do diário e foi produzido pela correspondente em São Paulo, Rita Siza.

Apresenta-se uma perspectiva mais animadora para a então candidata Dilma Rousseff, pela primeira vez à frente de Aécio nas pesquisas de intenção de voto. Contudo, ao final do parágrafo, é frisado que vantagem da Petista está no limite da margem de erro. Além disso, comenta-se que, historicamente, os candidatos ganhadores do primeiro turno costumam ter vantagem no segundo. Assim, nas palavras da repórter, “Arriscar um prognóstico nesta altura seria um atentado ao mais elementar bom senso”.

Nessa altura, a informação é posta “na boca da fonte” - no caso, o colunista do Estado de São Paulo, José Roberto Toledo: a diferença entre os dois candidatos era tão pequena que a decisão poderia se dar na abstenção, voto no exterior etc. Sem o auxílio de um intertítulo, a repórter faz um rápido panorama dos enfoques da campanha de Dilma, que seriam a aposta nas camadas populares que dependem em grande escala das ações sociais do governo, e a “insistência” no argumento do PT de que a eleição de Dilma continuaria a ação de tirar as pessoas da pobreza. Já Aécio - ainda na perspectiva do que é estabelecido na reportagem - estaria dedicando-se a desconstruir qualquer promessa governativa da oposição.

O final do texto é amarrado com uma rápida análise prognóstica das ações de ambos os candidatos. O PSDBista sofreria com o aumento na porcentagem de rejeição à sua imagem e com a diminuição do número de cidadãos que consideravam o governo Dilma ruim ou péssimo. Enquanto que a candidata do PT cresceria no maior colégio eleitoral do país, São Paulo, especialmente entre as mulheres e aqueles que consideravam que Aécio defenderia os ricos.

5.3 O dia 24 de outubro de 2014²⁰

À exemplo da reportagem do dia 20 de outubro, esta também segue o tom literário ao descrever uma realidade problemática da capital paulista e apresentar dois personagens relacionados a ela. A repórter cita o espaço É de Lei, situado no centro de São Paulo, e que se dedica à diminuir os danos sociais e à saúde dos

²⁰ Anexo 3

usuários de drogas. O psicólogo responsável, Thiago Calil, é a fonte especialista que afirma, em sua fala, que a iniciativa é independente, sem respaldo governamental. Após apresentação detalhada das funções do espaço de acolhimento, um “olho” vem destacado na segunda coluna, dizendo que as questões relacionadas ao consumo de drogas pautam-se pela ausência do debate da campanha política para a presidência do país.

Com o intertítulo “Cracolândia”, a repórter faz uma breve síntese histórica da formação do Bairro da Luz, região conhecida pelo consumo de drogas a céu aberto. Fala-se do passado da Luz como zona nobre paulistana até o início de seu processo de esvaziamento e o aumento da prostituição. Além do É de Lei, o programa De Braços Abertos, fundado pelo presidente da Câmara de São Paulo, Fernando Haddad (sem citar o vínculo partidário), é citado como a proposta mais interessante e inovadora de autoria governamental.

A fonte brasileira (no caso, o psicólogo Thiago Calil) é trazida novamente para dar respaldo à conclusão que fecha a reportagem: que temas como drogas, tráfico, crime organizado políticas sociais e de saúde, segurança pública, justiça e sistema prisional sequer apareciam nos debates de campanha à presidência. Além disso, os dependentes seriam tratados, no Brasil, como vagabundos. Calil finaliza reconhecendo que nos últimos tempos os jornais têm abordado mais a questão, em partes pelo fato de algumas celebridades terem sido flagradas no uso de crack - de forma a afastar a ideia do consumo relacionado à pobreza e marginalidade.

Ainda no mesmo dia e logo em seguida, uma entrevista “pingue-pongue”, feita diretamente de São Paulo, com uma fonte brasileira de alguma legitimidade tem lugar em 2 páginas da edição. O entrevistado é Antonio Prata, cronista do jornal *Folha de S. Paulo* e roteirista da *TV Globo*. A seção de entrevista recebe o nome *Brasil no Divã* e propõe que os brasileiros entrevistados falem de seu país relacionando as questões à psicanálise. A primeira pergunta pede que o entrevistado escolha um momento das campanhas eleitorais que possuam um conflito. Prata cita as polêmicas de homofobia relacionadas ao então presidenciável Levy Fidelix e critica os outros candidatos que não se manifestaram sobre o tema, afirmando que, em tais assuntos, o Brasil é arcaico.

Seguindo a linha da polêmica, a entrevistadora pergunta se os conflitos das campanhas é um reflexo da sociedade brasileira de hoje, ao que Prata responde que sim, salientando que tudo não passa de discursos que, quando se faz necessário, ninguém defende. Em seguida, o entrevistado aproveita para esclarecer que qualquer governo teria absolutamente a mesma postura com relação aos temas tabus, e nem sequer fariam a respeito. Isso porque, segundo ele, está é a maneira que funciona política no Brasil, não sendo privilégio nem do PT e nem do PSDB.

É o momento em que a jornalista lança a frase “é mais fácil ficar com um problema do que buscar a solução”. Em seguida, ele afirma que os políticos brasileiros não são diferentes dos próprios brasileiros, que são adeptos ao famoso “jeitinho” e às pequenas corrupções. Também, que o problema do país não seria o PSDB, o PT e nem o Maluf, mas sim “todo mundo”. Depois de respostas pessimistas ele explica que não é apocalíptico com relação ao país e que os preconceitos dos brasileiros também estão nele, por fazer parte do povo.

5.4 O dia 26 de outubro de 2014²¹

A edição do domingo, data das votações do segundo turno, dedicou 10 páginas a tratar da política brasileira e fazer os últimos balanços e prognósticos dos próximos anos do país. A capa *Especial Eleições* trouxe quatro títulos (“Ninguém ganha sem o voto dos pobres, mas é a classe média que decide eleição”; “Duas máquinas elegem presidentes na balbúrdia de 28 partidos”; “O efeito Lula ainda funciona?”; “Brasil no divã: o brasileiro tem com a sua própria terra e com a sua própria vida uma relação de saque”). A primeira reportagem, da correspondente Rita Siza, teve 3 páginas e já se inicia com tom pessimista a respeito do futuro do país e da decisão política dos brasileiros. No primeiro parágrafo, diz-se que os dois candidatos em disputa não são necessariamente antagônicos, apesar de pertencerem aos dois partidos que se “gladiaram” nos últimos 25 anos. Essa afirmação causa um sentido de provável estagnação do país independente dos resultados e prossegue pelo segundo parágrafo.

²¹ Anexo 4

Coloca-se o pano de fundo ao qual as eleições estão posicionadas: o setor econômico do país. Como aconteceu com frequência nas outras reportagens, é o primeiro a ser citado por sua fragilidade. A inflação a 6%, os “anêmicos” 0,3% de crescimento, a insatisfação generalizada com os serviços públicos seriam as principais preocupações da população - e se transformariam, segundo a repórter, também nas manchetes dos jornais nacionais, assim como a corrupção. Após um período de ouro do Brasil, o país estaria sem muitas possibilidades de escolha, restando apenas a necessidade de não perder as conquistas das últimas décadas e manter-se “na rota do sucesso”.

As dicotomias e confrontos sociais também teriam sido expostas durante a agressiva campanha eleitoral, e principalmente a divisão do país de ricos vs pobres; ou populistas vs elitistas. A partir do intertítulo “o voto é pragmático” , expõe-se o principal divisor das intenções de voto do país: o fator renda, sendo os cidadãos que ganham mais de 10 salários mínimos os eleitores de Aécio. A reportagem afirma existir um elemento de luta de classes na disputa eleitoral que acaba funcionando como uma oportunidade para os eleitores “acertarem as contas com o PT, no poder há 12 anos”. Contudo, diz-se que os analistas e comentadores ouvidos pelo *Público* (em *off*, não citados na reportagem) descartam a ideia de uma polarização irremediável. Como de costume, o jornal cita uma fonte brasileira para dar respaldo à sua afirmação anterior: o analista que é “autoridade eleitoral” do jornal *O Estado de São Paulo*, Roberto Toledo. Em sua fala, ele diz que os brasileiros terão que decidir entre manter um sistema que fez emergir a classe média de forma que nunca aconteceu na história, mas que apresenta sinais de esgotamento, ou voltar a um modelo de 12 anos atrás. Em suas palavras: “Existe o Brasil do medo que está disposto a tudo tolerar em nome das importantes melhorias do passado e continuará a votar no PT; e o Brasil do risco, que pensa na mudança e “destruição criativa”, como solução mágica para todos os problemas que o país enfrenta.”

Rubens Figueiredo, cientista político brasileiro, é outra fonte brasileira que afirma que, desde 1989, todas as eleições teriam sido de ruptura ou manutenção do *status quo*. Novamente, a debilidade econômica e os escândalos políticos voltam a figurar no texto como os agravadores da tensão existente. Depois disso, a reportagem arrisca uma análise do Brasil apresentado pelas manifestações de

Julho de 2013 e como as pautas da época não só não vingaram como não tiveram impacto no processo eleitoral. A única consequência das Manifestações para a reportagem seria o fato de 70% da população brasileira não ter preferência partidária, sendo o tema corrupção fundamental para afastar ainda mais as pessoas dos partidos.

Sobre a então subida de Dilma nas intenções de voto, a reportagem diz que deveu-se à estratégia de desconstrução do adversário - que teve as redes sociais como chave. O *Público* apresenta, então, outra fonte em *off* ligada ao marketing do PT, fala do rebate de “mitos” que foram veiculados pela imprensa; da apresentação de dados desfavoráveis ao candidato do PSDB durante seu governo em Minas Gerais e suas dificuldades em separar o público do privado. Uma segunda fonte em *off*, também do Marketing, afirma que a maior fragilidade da campanha tucana foi ter investido todas as suas fichas na mensagem anti-PT. A reportagem conclui que a campanha eleitoral termina naquele momento com a constatação da debilidade da democracia brasileira e uma fonte afirma que o potencial de uma crise viria do lado da economia e não do campo político e que se o PSDB ganhasse, sairia da derrota mais forte do que entrou.

A segunda reportagem da edição foi feita pelo jornalista do *Público*, Manuel Carvalho, em Portugal e prolonga-se por duas páginas. Ele apresenta o panorama das eleições brasileiras com a frase chamando a atenção para a variedade de partidos do país, para depois indicar como, dos 28 partidos existentes, apenas 2 possuem capacidade de disputar uma eleição presidencial (apesar do PMDB ser o maior partido, o repórter afirma que ele possui apenas o papel de “muleta”). A primeira fonte da reportagem é brasileira, o cientista político da UFMG, Victor Melo. Da sua fala fica que um partido precisa ter unidade interna, um programa político que o diferencie e reconhecimento político por parte dos eleitores. Para o *Público*, apenas o PT e o PSDB possuem essas características.

Nos parágrafos seguintes, é narrado o nascimento do PT, um ano depois de a ditadura abrir o sistema partidário, com um espectro formado por correntes de esquerda, trotskistas a católicos progressistas e intelectuais. Já o PSDB teria reunido figuras históricas de oposição, intelectuais e jovens, como Aécio Neves,

ligados ao ativismo estudantil. A reportagem afirma que os dois partidos se modificaram depois de passar pelo poder, posicionando-os mais ao centro, e dificultando a caracterização de direita ou esquerda. Aécio seria um representante da ala mais à direita do PSDB enquanto Dilma seria mais centrista. Os dois partidos teriam a mesma agenda: não colocar em causa os programas sociais, defender a estabilidade macroeconômica e favoráveis a concessões a empresas privadas em setores de infraestrutura, transporte ou energia.

O último conteúdo da edição do dia 26 é um artigo de opinião escrito por Teresa de Sousa, em Portugal, por duas páginas do jornal. O subtítulo da reportagem já anuncia a linha de argumentação a ser apresentada nos parágrafos seguintes: “Ganhe Dilma ou Aécio esta eleição renhida, as repostas às dificuldades económicas não serão diametralmente diferentes. Essa é a boa herança de Lula. E Dilma não pode fazer milagres.” A análise ergue a bandeira de que o maior protagonista das eleições foi Lula - criador de Dilma, nas palavras da jornalista - que teria apresentado sua “pupila bem-comportada”, e que uma maioria ampla dos brasileiros teriam preferido ele como candidato em 2014. Mas, quando Dilma se viu no aperto de estar atrás de Aécio, Lula teria reaparecido e marcado a recuperação da candidata - mas havia condições, como o afastamento de Aloísio Mercadante. A analista diz que, se há ainda um efeito Lula este seria causado pela gratidão que os brasileiros sentem por ele e que não seria fácil para um líder que se transformou em símbolo achar um espaço que não seja de ator principal.

Teresa de Sousa afirma que Lula assumiu a tarefa de destruição do candidato do PSDB, a partir de argumentos que “deixaram muito a desejar” . Um exemplo disso, apontado por ela, foi a comparação a um partido nazi, na tentativa de apresentar o PSDB como intolerante. A analista aproveita para lembrar que o candidato Aécio Neves pertence a uma família política que lutou pela democracia e que, no período em que Dilma foi guerrilheira, ele ainda contaria com 07 anos de idade. Enquanto isso, Dilma viria de família abastada.

A analista finaliza afirmando que o falta ao país resolver é o que fazer com um líder - no caso, Lula - que ainda não está pronto para abandonar a política, apesar de ela não ter nada de particular para lhe dar no momento. E que alguns

analistas diriam que uma vitória do candidato tucano garantiria seu retorno como “salvador da pátria”.

5.5 O dia 27 de outubro de 2014²²

O dia após as apurações dos votos e ao anúncio da reeleição de Dilma Rousseff à presidência do Brasil recebeu, além de 5 páginas de reportagens e um comentário, também o editorial. A capa do *Público* trouxe como principal conteúdo o intitulado “A ‘Eleição da Mudança’ deu afinal a reeleição a Dilma Rousseff”, e que viria a ocupar logo as páginas 2 e 3 do jornal.

O primeiro parágrafo da reportagem segue a linha perceptivelmente irônica da formulação do título: diz-se que os brasileiros decidiram por garantir a mudança ao escolher o partido de maior tempo no poder desde o regresso da democracia. Apresenta-se os números gerais da votação e o comportamento de Aécio após a divulgação dos resultados, mas, apesar de criar-se expectativa, a reportagem não se dedica à construir uma boa imagem de Aécio. Ao contrário, dá-se ênfase ao fato de que ele havia perdido em seu próprio estado, Minas Gerais, e inclusive nos que outrora apoiaram Marina Silva. Além disso, chama a atenção para a provável quebra de aliança entre as duas “facções” do PSDB, de Minas e São Paulo - já fragilizada. A reportagem aproveita, ainda, para arriscar um palpite sobre qual seria o principal desafio do novo governo: “colocar-se acima das picardias e ataques pessoais, fazer as pazes e estender a mão à metade do país que votou no seu concorrente e afirmar-se como a Presidente de todos os brasileiros”.

A respeito das campanhas, um inter-título explicativo introduz alguns parágrafos a discorrer sobre os marcos da campanha, e reafirma a tendência de eleições anteriores: o favoritismo do ocupante do cargo. No ano anterior às eleições, os protestos teriam acabado por criar um grito conjunto de insatisfação com a política institucional - o que novamente aconteceria no momento da Copa do Mundo de futebol. A reportagem ainda relembra o aparecimento de Marina

²² Anexo 5

Silva, após a morte trágica do presidente Eduardo Campos, que obrigou Dilma e Aécio a tomarem medidas para combater a “nova política”.

A reportagem volta a fazer uma crítica direta aos brasileiros que tomaram as ruas em 2013, mas cujo desejo de mudança não teve “força ou a organização suficientes contra os mecanismos da política convencional”. Não sendo o bastante apontar que a militância, o respaldo dos governos dos estados não foram suficientes, cita-se também a colunista Julia Duailibi do *Estadão* ao dizer que não teria sobrado nada das manifestações de 2013. Os protestos que deveriam ser protagonistas teriam acabado como figurantes. O *blogger* do portal UOL, Leonardo Sakamoto, é a fonte brasileira do *Público* a reafirmar a “fraqueza” dos protestos que, a seu ver, teve o papel de trazer os cidadãos para o debate político mas não teve forças para manter o discurso de mudança.

A primeira reportagem do especial *Presidenciais* finaliza calculando os aspectos mais importantes daquele momento do país: a economia com desempenho medíocre e a fragmentação de partidos políticos no Congresso. Isso quem diz é Fernando Rodrigues, da *Folha de São Paulo*, já que o *Público*, apesar de indicar suas opiniões, não o faz sem um respaldo de uma ou mais fontes brasileiras. O último parágrafo termina por reafirmar o sentimento de caos dentro do Congresso com a complexa situação de governabilidade que, na opinião do especialista eleitoral d’*O Estado de São Paulo*, José Roberto de Toledo, é “fruto de um sistema partidário suicida, com uma maior pulverização de cadeiras nas bancadas”.

Em seu comentário, Manuel Carvalho, ex-diretor adjunto do *Público*, apresenta uma introdução otimista, afirmando que a maturidade da sociedade terá capacidade de superar as “feridas” abertas por uma campanha feroz, e seguir em frente. Em seguida, numa quebra de expectativa ou ainda numa “brincadeira” irônica, são estabelecidas as condições para tanto. Uma delas, seria a necessidade do novo governo perceber que não será possível, no segundo mandato, continuar à procura do tempo de Lula da Silva - momento em que o país lançou políticas sociais de grande impacto. O que contribuiria para o sucesso do próximo governo seria a suposição de que a população reclama por mudanças e a consciência de se tratar de um tempo novo.

Dos palpites sobre os novos desafios governamentais, Carvalho aponta que seria necessário admitir o que nem Dilma nem Aécio admitiram: a necessidade de abrandar os salários, que a falta de investimento e a crise iriam alastrar o desemprego e que seria preciso tempo para retomar o modelo dos anos Lula. O comentário prossegue colocando as condições para o sucesso do governo. Caso contrário, o Brasil provavelmente voltaria aos protestos como os de Junho de 2013, correria o risco de entrar nos devaneios do golpismo e do populismo. Dilma precisaria, então, dar início a um novo tempo para não ficar como a presidente que, como diz o comentarista, enterrou as duas décadas de progresso que mudaram o país.

Novamente o jornalista Manuel Carvalho assina um artigo de opinião - o segundo da edição - que se prolonga por duas páginas. O artigo é aberto afirmando a necessidade da reforma do sistema político brasileiro. Trata-se de uma continuação do comentário do mesmo autor, ao colocar as condições para o melhor funcionamento do país, sendo a principal delas a reorganização do sistema político, que atualmente facilitaria a corrupção. O jornalista vai buscar no golpe de 1964 o argumento para a superação da oposição de classes e das ideologias políticas.

Passa-se, então, para a listagem em tópicos dos desafios a serem vencidos pelo Brasil, sendo o primeiro deles o “Crescimento Económico”. Faz-se um rememorando do período Lula, em que o jornalista afirma que o país cresceu 2,3% ao ano e superou consideravelmente bem o drama da crise mundial. Mas, a partir de então, já no governo Dilma, o Brasil teria recuado economicamente para um cenário preocupante, sendo um exemplo disso a desvalorização do real e a dependência dos minerais e produtos agrícolas. O artigo de Carvalho diz que o país perdeu a velocidade. Ele arrisca dizer que o Governo iria precisar gastar mais em infraestrutura e congelar a carga fiscal.

O segundo tópico é o “Sistema Político”, onde discorre-se logo de início a respeito dos males da pulverização do sistema partidário e o “milagre” que seria a existência de uma geração de minorias (PT e PSDB). Os 28 partidos e o atual sistema político tornariam os deputados donos de seus mandatos e atuantes em função de interesses pessoais. Conclui-se que a não alteração desse sistema

escancaradamente falho tornaria difícil uma coerência política, tornando a classe política brasileira uma das mais vulneráveis à corrupção em todo o mundo.

Não a toa, a terceira seção é a “Corrupção” - seguindo o gancho do parágrafo anterior - cujo acúmulo de casos tornou o PT vulnerável nas eleições. Faz-se, então, uma retomada dos escândalos de corrupção dando base à afirmação anterior, e se avizinha da necessidade de mudança de relação do Governo com as empresas públicas - que deveria criar uma crise de confiança pior que a causada pelo mensalão.

Finaliza-se com “Reformas do Estado” e “Educação e Saúde”, em uma gradação pessimista que parece querer dar maior autoridade ao discurso de “grandes dificuldades”. No primeiro, fala-se da burocracia fiscal, problema que o presidenciável Aécio Neves teria sido o candidato com mais promessas de solução - uma menção amigável. Em seguida, o caos da educação e da saúde ganham alguns parágrafos expositivos para contextualizar o público estrangeiro, sendo o da saúde o que figuraria como o maior problema do país - e o artigo é fechado dizendo que nem Aécio e nem Dilma citaram como prioridade na campanha

A última reportagem da edição é curta e trata de fazer um breve resumo dos resultados das eleições nas outras regiões e estados do Brasil, em especial os governadores e seus partidos, frisando-se a derrota do PSDB em estados dados como certos, como Minas Gerais.

Depois de feita as exposições de técnicas jornalísticas, do conteúdo jornalístico do jornal português aqui analisado e de lembrar o as Eleições de 2014, o capítulo final deste trabalho buscará tecer uma análise a respeito das tendências noticiosas do conteúdo que foi apresentado na presente seção. As técnicas de pesquisa que foram utilizadas para que tal análise fosse possível encontram-se explicitadas no próximo capítulo.

6. Análise da Cobertura

Depois de lembrar os principais rumos que a eleição presidencial de 2014 tomou e de conhecer basicamente como costuma ser construída a imagem brasileira pela mídia portuguesa, chega-se o momento de se debruçar nas reportagens publicadas pelo periódico *Público*. Como já dito anteriormente, o jornal português se dedicou a cobrir os acontecimentos eleitorais brasileiros especialmente durante o mês de outubro.

O conteúdo publicado pelo *Público* tornou-se extenso e recorrente nos últimos dias que antecederam a ida às urnas, chegando a ocupar até nove páginas de sua editoria de abertura, inúmeras chamadas de capa e uma reportagem principal destacada. Além do texto volumoso, o material recebeu cuidadosa seleção de imagem, infográficos, olhos e títulos provocadores.

Para realizar a análise que se segue neste capítulo, foram selecionadas cinco publicações, dos cinco dias que antecederam o domingo de eleições, com exceção de 21 e 23 de outubro, quando o tema não foi mencionado pelo jornal. A saber, foram escolhido os dias 20, 22, 24, 26 - a data das votações - e 27 de outubro, o dia após o país saber quem seria seu presidente nos próximo quatro anos. A escolha permitiu analisar uma semana completa, a começar pela edição de segunda-feira (dia 20) e finalizando 7 dias depois, quando o jornal cessou suas publicações a respeito da eleição brasileira.

Além de tratarem-se dos últimos dias que antecederam o resultado da eleição, outros motivos que levaram a escolha das edições foram, em primeiro lugar, o caráter variável que as expectativas de vitória tomaram na contagem regressiva para as votações. Como citado no capítulo anterior, as pesquisas de intenção de voto do instituto *Datafolha* e Ibope indicavam que Dilma, na liderança, provavelmente lograria uma reeleição, até a pesquisa final, no dia 24, que apontou um crescimento de Aécio e a chegada equilibrada dos dois candidatos até as urnas. As pequenas margens de distância entre os presidentiáveis, durante toda a campanha do segundo turno - e como se confirmou nos resultados, com uma diferença mínima de votos separando o primeiro do segundo colocado - também fizeram dos últimos dias de campanha momentos de tensão e de prováveis sobressaltos.

Outro fator foi a retomada da postura agressiva que os programas dos candidatos do PT e do PSDB efetuaram na reta final da disputa. Com os ânimos tendo sido apaziguados por decisão do Supremo Tribunal Eleitoral, a corrida pelo voto dos indecisos reviveu os já costumeiros ataques e acusações desferidas durante toda a campanha eleitoral.

Considerando que a publicação portuguesa poderia ter se atentado a cenários politicamente tensos, tanto quanto foi notado em território nacional, a escolha da última semana das campanhas eleitorais pareceu dar conta de abarcar alguma tendências que imprensa de Portugal poderia apresentar. Além disso, sabendo que o *Público* já acompanhava os rumos da corrida eleitoral, a última semana desempenharia até mesmo um papel de conclusão final do jornal.

Para o cumprimento desta pesquisa, selecionou-se, dentre outros, alguns conceitos clássicos. A análise terá como base as teorias do Jornalismo, especialmente tal como foram estabelecidas por Mauro Wolf (1985) e pelo português Nelson Traquina (2008), a partir de sua análise dos trabalhos de McCombs e Shaw (1975). Assim como as teorias de construção da notícia de Nilson Lage (2006), dentre outros pesquisadores.

O conteúdo publicado pelo *Público* pode ser organizado em tópicos de acordo com sua categoria de foco e enfoque do assunto tratado, seguindo um momento fundamental da análise de conteúdo (Wolf, 1987). Serão apresentados a qual categoria cada reportagem, entrevista e artigo se enquadram e as razões que levaram a tal categorização. A saber, as categorias encontradas depois da observação e leitura do conteúdo foram cinco: 1- os eleitores; 2- realidade social, 3- o cenário político-econômico, 4- as campanhas, 5- os resultados.

Inicia-se no próximo tópico uma análise das reportagens dos dias anteriormente indicados. O método de pesquisa da análise de conteúdo, tal como estabelecido por Wolf (1987), é recorrente nas observações de textos com temática do universo político, e trata-se da realização de uma observação analítica feita a partir de uma decomposição da mensagem e utilizada como uma ferramenta de medição para interferir e interpretar sobre os rumos tomados pelo produtor dos textos analisados. A título de melhor visualização, serão feitas observações primeiramente individuais de cada conteúdo e, ao final, uma visão do conteúdo.

Para fins de organização e melhor visualização, o material de todas as edições selecionadas serão desmembrados por gênero jornalístico apresentado na publicação - reportagem, artigo, entrevista. Além disso, serão indicados os respectivos títulos, linhas finas, olho e extensão dos textos para auxiliar na contextualização do conteúdo - ainda que as reportagens na íntegra encontrem-se disponibilizadas no Anexo deste trabalho. Quanto à abordagem, optou-se pelo método indutivo, privilegiando-se a observação - no caso, das reportagens veiculadas do jornal *Público*, no individual e no todo - como meio para atingir o conhecimento e verificar a possível veracidade das premissas. (LAKATOS; MARCONI, 2003).

6.1 Categoria 1: Os eleitores.

Como já dito anteriormente, foram selecionadas seis categorias de temáticas tratadas ao longo de cada reportagem. É importante salientar que mais de uma categoria poderia ser observada em cada edição, podendo reincidir por diversas vezes enquanto que outra raramente.

As constatações procuraram todas convergir para o sucesso da averiguação das hipóteses com as quais este trabalho se orienta, sendo elas: a) O Jornal *Público* demonstra interesse em um determinado posicionamento político, através de sua abordagem e critérios noticiosos, em função da proximidade histórica e econômica dos dois países. b) O *Público* narra os fatos a partir da ótica portuguesa, sem embasamentos em fontes brasileiras. Assim, os questionamentos que se fazem durante a leitura se baseiam no seguinte:

1. A respeito da entonação apresentada pela voz da narrativa noticiosa.
2. Palavra ou expressão empregada que possa implicar juízo de valor.
3. Existência de críticas diretas a algum elemento do momento político brasileiro.
4. Se a reportagem vale-se de personagens.
5. O uso das fontes.

A primeira categoria observada nas publicações é os *eleitores*. Na reportagem do dia 20 de outubro²³, a jornalista correspondente em São Paulo, Rita Siza, amplia as discussões em torno do apoio de Marina Silva a Aécio Neves, depois de ficar fora do segundo turno. A partir do fato noticioso que era a junção das intenções de voto de Marina à Aécio, a repórter elabora uma aproximação “à nível da rua”, por assim dizer, no que parece uma tentativa de confirmar uma possibilidade a partir da boca dos eleitores.

Existem, no meio jornalístico, os chamados “critérios de noticiabilidade”, adotados pelos profissionais de mídia. Nelson Traquina (2005, p.63) define noticiabilidade como “o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia”. Sendo assim, os critérios de noticiabilidade constituem um todo de valores-notícias que visam determinar se um acontecimento é suscetível de se tornar notícia, ou seja, se possui valor notícia.

O acúmulo de valores-notícias de um acontecimento é positivo para que ele seja considerado mais apto a virar uma reportagem. Seguindo a linha de pensamento de Pierre Bourdieu, Traquina demonstra os valores-notícias como sendo “óculos pelos quais os jornalistas vêm certas coisas e não outras” (BOURDIEU, 1997 apud TRAQUINA, 2005). Sobre os valores-notícias, Traquina enumera doze:

A frequência, ou seja, duração do acontecimento; a amplitude do evento; a clareza ou falta de ambiguidade; a significância; a consonância, isto é, a facilidade de inserir o “novo” numa “velha” ideia que corresponda ao que se espera que aconteça; o inesperado; a continuidade, isto é, a continuação como notícia do que já ganhou noticiabilidade; a composição, isto é, a necessidade de manter um equilíbrio nas notícias com uma diversidade de assuntos abordados; a referência a nações de elite; a referência a pessoas de elite, isto é, o valor-notícia da proeminência do ator do acontecimento; a personalização, isto é, a referência às pessoas envolvidas; e a negatividade, ou seja, segundo a máxima “bad news is good news”(TRAQUINA, 2005, p.70).

²³ Anexo 01.

A notícia, segundo Traquina, é o resultado de um processo de percepção, seleção e transformação dos acontecimentos em produto. Os acontecimentos podem ser entendidos como matéria-prima e sua estratificação consiste na “seleção do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública da notícia, numa palavra – ter noticiabilidade”.

Como esclarece Traquina (2008), os valores-notícia distinguem-se pela problemática do estabelecimento entre valor-notícia de seleção e valor-notícia de construção - separação esta estabelecida pelo pesquisador italiano Mario Wolf. Quanto aos valores-notícia de construção, Traquina diz que “são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, omitido e prioritário na construção da notícia” (2008, p.78).

Assim, entendem-se valores-notícia de construção os critérios utilizados na seleção dos elementos passíveis de inclusão na elaboração do acontecimento como notícia. De acordo como foi identificado por Galtung e Ruge (1965, apud Traquina, 2008), um dos valores de construção é a amplificação.

Uma das formas de identificar a amplificação como um critério de noticiabilidade utilizado em determinada publicação é pelo título (Traquina, 2008) que, no caso da reportagem do dia 20, era “Evangélicos que apoiaram Marina transferem voto para Aécio.” Aparentemente, o texto que corre nas próximas duas páginas possuiria um caráter meramente informativo, não fosse linha fina que trazia a seguinte constatação “No Bairro do Brás, em São Paulo, os eleitores que se entusiasmaram com a candidatura presidencial de Marina Silva vão migrar para o PSDB: uns acham que a mudança é boa, outros só querem tirar o PT, que governa há 12 anos, do poder”.

Como apontado por Traquina (2008), a amplificação do fato baseia-se na lógica de que, quanto mais amplificado o acontecimento, maiores são as possibilidades de a notícia ser notada, sendo uma das conduções as supostas consequências do ato em pauta. O título da reportagem dos votos de Marina Silva esclarece bem qual era o acontecimento noticioso a que o texto construído se margeia, no caso, o apoio da candidata do PSB a Aécio Neves. E o subtítulo vem sugerir o caráter de averiguação das possíveis consequências e discussões em torno do ato.

A reportagem, de forte tom literário, é estruturada partir de um cenário físico: o bairro do Brás, em São Paulo. A partir daí, as descrições a respeito das instituições religiosas e, em especial o Templo de Salomão, situadas em tal cenário, vão sugerindo o enfoque na discussão da religião na política brasileira. Até o primeiro intertítulo, não há resquícios claros da política eleitoral brasileira; ao contrário, segue-se uma contextualização da história das ramificações evangélicas do bairro.

Esta escolha de fontes, centrada nos eleitores evangélicos, parece corresponder bem ao valor-notícia da personalização, como definido por Traquina, que diz: “Por personalizar, entendemos valorizar as pessoas envolvidas no acontecimento: acentuar o fator pessoa” (2008, p. 92). Mais do que a candidata Marina Silva, a reportagem parece tentar tornar o eleitor evangélico a “pessoa envolvida”.

A repórter parece deixar, como se diz costumeiramente, “na boca da fonte” a resposta sobre quem são os eleitores de Marina - daí a categorização em *eleitores* - e o que o “voto evangélico” representa para uma corrida eleitoral acirrada, dependente do voto dos indecisos - deixados por Marina.

6.2 Categoria 2: Os candidatos.

O dia 22 de outubro traz uma única página²⁴ da editoria Mundo dedicada ao Brasil. A reportagem, de autoria da mesma jornalista do dia anterior, se intitula “Ligeiro avanço dá uma nova dinâmica à campanha de Dilma Rousseff”.

O primeiro ponto que se nota numa leitura da reportagem é a escolha da fonte. Para Wolf (1987), uma primeira definição deste elemento pode ser relacionada à afirmação de que fontes são “todas as pessoas que o jornalista observa ou entrevista [...] e às que fornecem apenas informações enquanto membros ou representantes de grupos de utilidade pública ou de outros setores da sociedade” (GANS, 1979 apud WOLF, 1987, p. 197).

²⁴ Anexo 02.

A reportagem tem como fonte o colunista do jornal *Estadão*, José Roberto Toledo, para avaliar a imprevisibilidade da eleição de 2014. À semelhança da edição do dia anterior, a fonte da repórter é brasileira, mas, nesse caso, corresponde aos “requisitos organizativos”, como definidos por Wolf. A escolha do colunista de um jornal de grande circulação nacional parece assegurar declarações noticiáveis e o fornecimento de informações sem “custos” ao jornalista (Wolf, 1985, p.199).

Nesse caso, o fator da credibilidade está presente pelo fato de o colunista do *Estadão* corresponder a uma fonte credível, que não necessita que sua fala seja confirmada por uma segunda ou terceira pessoa (Wolf, p.200) - como realmente não acontece.

Todo o texto e as informações estatísticas sobre a campanha de Dilma e Aécio são tecidos com base em informações de pesquisas do Datafolha - aqui, novamente, embasamento em fonte brasileira.

A repórter parece tentar um equilíbrio ao dedicar espaços para falar das propostas e desempenho de ambos os candidatos. Esse equilíbrio, contudo, não significa um discurso igualitário. A reportagem traz uma fotografia da candidata Dilma Rousseff carregando uma criança no colo, ao lado de um texto que trata de apontar em porcentagens os avanços na campanha da candidata, em detrimento do desempenho de Aécio Neves. Em um momento anterior, contudo, a jornalista reafirma o caráter inconstante das eleições. “Arriscar um prognóstico nesta altura seria um atentado ao mais elementar bom senso” (PÚBLICO, p. 24. Quarta-feira, 22 de outubro de 2014).

O respiro na diferença de intenção de votos entre os candidatos, informado ao lado do recuo e problemas da campanha de Neves pode dar a sensação de causar uma influência. Sobre influência e persuasão, Wolf diz:

A influência e a persuasão não são indiferenciadas e constatantes nem se justificam apenas pelo facto de ter havido transmissão de uma mensagem; exigem que se esteja atento ao próprio público e às suas características psicológicas, impõem que se estructurem as campanhas tendo esse fator em conta mas, uma vez satisfeita essas condições, os *mass media* podem produzir efeitos notáveis (WOLF, 1985, p.39).

Como já apontava Lang-Lang (1962), o conhecimento que a população recebe da vida política é apreendido através dos *mass media*, que “estruturam um contexto político muito real, mas que nós podemos conhecer apenas de longe” (Lang-Lang, 1962, p.694 apud Wolf, 1985, p.126). Além disso, os *mass media* exercem influência através de determinados filtros:

Não só durante a campanha mas também nos períodos intermédios os *mass media* fornecem perspectivas, modelam as imagens dos candidatos e dos partidos, ajudam a promover os temas sobre os quais versará a campanha e definem a atmosfera específica e a área de relevância e de reatividade que assinala cada competição eleitoral. (Lang-Lang, 1962, p.694 apud Wolf, 1985, p.126).

Pensando em valor-notícia, a notoriedade das partes envolvidas é o que mais é fortemente reconhecido, considerando a relevância das personalidades listadas, especialmente Luiz Inácio Lula da Silva, citado por sua relação com Dilma - e inclusive divide a fotografia com ela. Segundo Traquina (2008), o critério da notoriedade baseia-se inicialmente nos atores envolvidos e suas importâncias hierárquicas.

6.3 Categoria 3: Realidade Social

A menos de dois dias da ida às urnas, a editoria Mundo dedicou quatro páginas²⁵ ao Brasil, duas para reportagem e duas para uma entrevista. Durante quase todo o texto, não há referência às disputas eleitorais, excetuando-se os últimos dois parágrafos. A reportagem talvez tivesse passado despercebida nessa análise, por parecer se tratar apenas do problema brasileiro com as drogas. Apesar dessa ausência, a temática política e a ligação às eleições ficam esclarecidas pelo título, pela linha fina e por um olho na primeira página, respectivamente sendo:

“*A luta contro o crack faz-se nas ruas, Dilma e Aécio evitam o flagelo*”.

²⁵ Anexo 03

“O Brasil ignora a discussão do uso de drogas:’ As pessoas acha que você está assim por que você quer’, diz Diego, que frequenta o espaço de apoio aos toxicodependentes do projecto É de Lei. O psicólogo Thiago Calil é um dos que ajudam.”

“As questões que estão directamente relacionadas com o consumo de drogas, e outras do mesmo universo temático, pautam-se pela ausência do debate da campanha política para a presidência do país”. (PÚBLICO, p.30. Sexta-feira, 24 de outubro de 2014).

De início, o que se observa como critério de noticiabilidade é o conflito ou a controvérsia. Traquina define esta categoria como violência física ou simbólica, “como uma disputa verbal entre líderes políticos”(2008, p. 84). Além disso, o critério dialoga com o critério infração, se atentarmos para a tentativa da reportagem em condenar o descumprimento governamental de oferecer segurança e saúde aos cidadãos. Esta afirmação justifica-se, primeiramente, pelos dois últimos parágrafos do texto, onde a repórter correspondente em São Paulo, após expor toda a problemática dos usuários de *crack* da capital, finaliza com o seguinte trecho - que vale ser redigido aqui:

“As questões que estão directamente relacionadas com o consumo de drogas e outras do mesmo universo - tráfico e crime organizado, políticas e sociais e de saúde, segurança pública, justiça e sistema prisional, requalificação urbana - pautam-se pela ausência do debate da campanha política para a Presidência.” (PÚBLICO, p. 31. Sexta-feira, 24 de outubro de 2014).

A narrativa noticiosa é construída a partir das falas das fontes - novamente brasileiras, entre pacientes da instituição e profissionais da saúde, transformadas em personagens - que em alguns momentos funcionam como algo próximo à definição de Lage (2006) de fonte primária. Além dessa semelhança, as fontes podem ser identificadas como independentes. Conforme definido por Nilson Lage (2006), as independentes são aquelas normalmente ligadas a organizações não governamentais. Sobre sua credibilidade, Lage chama a atenção para a dificuldade de o repórter obter êxito:

Funcionários de organizações não-governamentais são militantes treinados para ostentar fé cega naquilo que defendem [...] Tal disposição coloca sobre suspeição os dados que fornecem, já que a nobreza do fim pode justificar, na representação da realidade deles, a falsidade dos dados. (LAGE, 2006, p.65).

A maneira de a fonte independente “convencer” de sua credibilidade, ainda segundo Lage, é serem consideradas o que ele chama de “agentes espontâneos”, que não possuem nenhum interesse por trás das informações que divulgam. No caso da reportagem do *Público*, a credibilidade parece ter ficado por conta da crítica inflamada, feita pela própria repórter, condizente com uma realidade social já averiguada.

Quanto à entrevista, o tema continua fazendo crítica à realidade social brasileira - aproveitando o gancho do final da reportagem. A seção faz parte de uma série intitulada “Brasil no divã”, que viria a se repetir no dia seguinte e é conduzida por uma repórter em São Paulo. O entrevistado é novamente natural do Brasil e relacionado a algum veículo da imprensa: o cronista da *Folha de São Paulo* e roteirista da TV Globo, Antonio Prata. Pelo título, parece que o leitor é avisado da entonação: “O Brasil é corrupto do dedão do pé ao último fio de cabelo”. A entrevista segue apontando problemáticas, como uma conexão à reportagem, mas sempre mantendo o conteúdo informado por conta da fonte brasileira. As perguntas são elaboradas a partir da resposta anterior do entrevistado, que parece conduzir a entrevista, ficando com a “responsabilidade” do enfoque negativo.

6.4 Categoria 4: Cenário Político

Chegado o dia das votações do segundo turno das eleições presidenciais brasileiras, o *Público* produziu um conteúdo de 9 páginas²⁶ na seção Destaque do jornal, que corresponde às suas primeiras páginas (de 4 a 13, com exceção de uma propaganda na página 7).

²⁶ Anexo 04.

A começar pelo título e linha fina, abaixo redigidos, a repórter parece finalmente concluir toda a coleta de material a respeito da política brasileira, que fizera até então nas outras edições, e comprovar o que já se suspeitava: um impasse político.

Isso pode ser notado a partir da linha fina, cuja escolha de palavras não parece se preocupar com a isenção opinativa; vai além, expõe o prognóstico final da cobertura. Se faz necessário redigir abaixo as quatro linhas que formam o título e a linha-fina:

“Ninguém ganha sem o voto dos pobres, mas é a classe média que vai decidir a eleição”.

“A campanha presidencial brasileira revelou um país fragmentado, pessimista e indeciso sobre a forma de prolongar as conquistas do passado. A escolha é entre a manutenção do status quo e o risco da mudança - e o desfecho é imprevisível.”
(PÚBLICO, p.04. Domingo, 26 de outubro de 2014).

Como as reportagens das edições anteriores, esta também parece seguir uma lógica de construção: a repórter seleciona um acontecimento noticioso para em seguida amplificar as discussões que se ramificam em torno do fato; escolhe fontes primárias e secundárias brasileiras e opina baseando-se no discurso delas. Essa crítica recebe respaldo das informações das fontes informativas:

As fontes que aparecem nos discursos informativos são importantes já que são elas as que se institucionalizam socialmente. Inclusive, poderíamos dizer que elas são elementos essenciais para o estatuto da prevalência da verdade desses discursos. Além disso, esse efeito de “dizer a verdade” é reforçado, justamente, porque a mídia costuma recolher o mesmo tipo de notícia. (ALSINA, 2009, p.174).

Novamente, o primeiro fator que chama a atenção no texto de Siza é a fonte. Em uma reportagem que busca fazer uma revisão da campanha eleitoral e arriscar prever as consequência para ambos os resultados, a repórter utiliza por três vezes de fontes em *off* - apesar do texto também apresentar Rubens Figueiredo, cientista político brasileiro, Pablo Ortellado, professor de Gestão de Políticas Públicas da USP e Cristiano Romero, editor-executivo do *Valor Econômico*.

O trabalho da repórter parece ter certa liberdade de criação. Em todas as suas reportagens, após um apanhado de dados sobre a política e a economia brasileira, ela solta considerações que esbarram no juízo de valor, sempre esforçando-se para lançar uma ótica à realidade do Brasil - como quem vê de fora e não tem relação direta nenhuma. Esse tipo de construção pode ser encontrada em trechos como:

“Nesta eleição, a debilidade da economia, a sucessão de escândalos políticos e o efeito dos protestos de rua vieram baralhar o quadro, que é de impasse - não existe uma tendência clara a favor da situação ou da mudança, ambas acarretam riscos.” (PÚBLICO, p. 05. Domingo, 26 de outubro de 2014).

Ou ainda no olho da página cinco:

“73% dos eleitores brasileiros dizem não ter preferência por nenhum partido, a taxa mais baixa da história. Esse indicador aumentou mais de 20 pontos desde o início da campanha eleitoral.” (PÚBLICO, p. 05. Domingo, 26 de outubro de 2014)

O tipo de “comportamento” apresentado na reportagem de Siza acaba por esbarrar nas *teorias de ação política*, conforme apontadas por Traquina (2008). Sobre essas teorias, o pesquisador diz:

Assim, nas teorias de ação política os media noticiosos são vistos de uma forma instrumentalistas, isto é, servem objetivamente certos interesses políticos: na versão de esquerda, os media noticiosos são vistos como instrumentos que ajudam a manter o sistema capitalista; na versão de direita, servem como instrumentos que põem em causa o capitalismo. (TRAQUINA, 2008, p.163).

Ainda nas teorias de ação política, Herman e Chomsky (1985) desenvolvem o conceito de *propaganda framework* (“modelo de propaganda”). Para eles, “toda vastidão da cobertura dum acontecimento particular nos vários momentos da comunicação social é tratada como uma campanha de publicidade

maciça” (TRAQUINA, 2008, p.166). Nessa teoria da *framework*, quando alguns acontecimentos sugerem uma degradação da imagem de países inimigos, os *media* frequentemente farão campanhas publicitárias em torno do fato com grande intensidade. Quando tais acontecimentos ocorrem em nações amigas, contudo, os *media* mostrarão interesse por “circunstâncias especiais envolvidas e prosseguirão uma política de negligência benigna” (Traquina, 2008, p.167).

A edição do dia 26 não foi negligente, mas parece manter um tom de benevolência ao oferecer um contexto completo, com pontos positivos e pontos negativos, desde os candidatos à presidência até as condições atuais da política brasileira. Essa característica é mais forte nos artigos de opinião e na entrevista com Contardo Calligaris, que foram cuidadosamente analíticos em relação aos impasses do momento eleitoral brasileiro, deixando poucas ou quase nenhuma aresta que possa sugerir um comportamento de tendência que não o da crítica crua de analista político, desinteressada.

A respeito dos critérios de noticiabilidade, como afirmado por John Hartley (1982, p. 80), os valores-notícia não são ferramentas neutras nem naturais do jornalismo: “eles formam um código que vê o mundo de forma muito peculiar. Eles são, de fato um código ideológico.” Traquina explica, ainda, a teoria do britânico Stuart Hall sobre os valores-notícia:

São [os valores-notícia] como um “mapa cultural” do mundo social. Se os jornalistas não o tiverem, não podem tornar perceptíveis às suas audiências os acontecimentos invulgares, insperados e imprevisíveis que ajudam a formar o conteúdo básico do que é noticiável. (TRAQUINA, 2008, p.86)

O valor-notícia *dia noticioso*, como definido por Traquina (2008), pode ser encontrado no todo da edição do dia 26 por, obviamente, se tratar da data das eleições.

.5 Categoria 5: Os Resultados.

A edição do dia 27 de outubro traz logo na capa os resultados da eleição presidencial brasileira. O material ocupa cinco páginas da seção Destaque (de 02 a 06) e chamou a atenção pelo título: “A ‘eleição da mudança’ deu afinal a

reeleição a Dilma Rousseff”. A reportagem começa dura e faz valer a transcrição da primeira sentença:

“Os brasileiros decidiram que a melhor forma de garantir a mudança era manter o rumo político do país e reelegeram a Presidente Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), que se tornou assim a formação política com mais tempo consecutivo no poder desde o regresso da democracia”. (PÚBLICO, p. 02. Segunda-feira, 27 de outubro de 2014).

Engana-se quem esperava uma crítica a Dilma ou elogios ao candidato tucano. A reportagem cita a perda de Aécio em seu próprio estado, Minas Gerais, e se concentra em servir de termômetro aos próximos momentos políticos. Como no trecho:

“E à margem dos partidos, o fim do processo eleitoral forçará ainda o país à reflexão, para ultrapassar a tensão e a agressividade - e por fim às divisões - que foram alimentadas durante a campanha. Será esse, aliás, o desafio mais imediato de Dilma: colocar-se acima das picardias e ataques pessoais, fazer as pazes e estender a mão à metade do país que votou no seu concorrente firmar-se como a Presidente de todos os brasileiros”. (PÚBLICO, p. 02. Segunda-feira, 27 de outubro de 2014).

Além de uma reportagem dedicada a traçar a derrota do PSDB também nos governos estaduais, os comentários do jornalista Manuel Carvalho e a reportagem especial de Siza seguem a linha do “prognóstico” e da tentativa de averiguar as consequências próximas dos resultados.

Como critério de noticiabilidade, pode-se dizer que foi tanto dia noticioso como o de controvérsia, ambos de acordo com as definições de Traquina (2008). Este último a julgar pelo título da reportagem e a primeira sentença, acima transcrita. As fontes continuam brasileiras e especializadas, sempre trazendo respaldo às considerações feitas pelos jornalistas.

O conteúdo produzido pelo *Público*, em todas as edições, mas em especial na do dia 27, parece causar no leitor consentimentos. Ao debruçarem-se nos principais e mais graves problemas sociais brasileiros, conhecidos a nível mundial - tal como o de usuários de drogas - assim como nos impasses políticos, as reportagens parecem ter se utilizado de uma técnica de compreensão ou do “dizer

o que se quer escutar”. Essa construção encontra semelhança nos *efeitos de assimilação ou contraste*, conforme definidos por Wolf:

Existe um efeito de assimilação quando o destinatário considera as opiniões expressas na mensagem como mais análoga às suas do que o são na realidade. Essa percepção acontece se, paralelamente, existem outras condições, a saber: a) uma diferenciação não excessiva entre as opiniões do indivíduo e do emissor; b) um escasso envolvimento e uma fraca adesão do destinatário ao assunto da mensagem e às suas ideias a respeito desse assunto; c) uma atitude positiva para com o comunicador. Esses requisitos definem o chamado “campo de aceitação” que delimita o âmbito dentro do qual as opiniões expressas na mensagem são captadas pelo destinatário como objetivas e aceitáveis. (WOLF, 1985, p.34)

Assim, as reportagens do dia 27 não apontam qual deveria ser o resultado mas se mantém na “dúvida”, sem debruçar-se mais na preferência de um ou outro candidato, mas parecendo se preocupar mais com as consequências e, como em todas as edições, em opinar sobre os problemas políticos, econômicos e sociais brasileiros.

Considerações finais

Se observarmos todo o conteúdo dedicado ao Brasil na cobertura do *Público*, podemos notar um esforço maciço - tanto nas reportagens quanto nos artigos de opinião - em explicar o país. O conteúdo não seguiu exatamente uma “negligência benigna”, mas, ao expor os impasses políticos e as problemáticas sociais brasileiras, o fez em textos extensos de pesado material informativo e com embasamento forte de fontes credíveis.

O que mais surpreendeu no material produzido pelo jornal português, ao longo da última semana das eleições, foi a extensão. Por duas vezes o *Público* dedicou por inteiro as primeiras páginas de sua seção Destaque e, em todos os dias, trouxe chamadas na capa. Além da característica física da quantidade de páginas, as reportagens, entrevistas e artigos de opinião desenvolvidos apresentaram uma profundidade de conceitos que extrapolaram a mera informação de um fato relevante. O conteúdo não só expôs o que se passava na nação amiga - e até irmã - como também se debruçou num trabalho notadamente complexo de desfiar alguns dos mais sérios problemas sociais brasileiros e um passado, presente e futuro político do país. Não é arriscado dizer que, para um material disponibilizado apenas no território português, poderia muito bem ser publicado em imprensa brasileira.

A respeito disso, aliás, é interessante lembrar que Portugal abriga grande número de brasileiros, como citado na introdução desse trabalho, e de turistas, o que contribuiria para um número relevante de eleitores que fariam parte do “voto no exterior”. Mas, apesar disso, nota-se que toda a produção do *Público* é feita pensando em seu leitor português - notadamente dos mais exigentes e com grande capacidade de absorção - ou, no máximo, no brasileiro há tempos distante da terra natal.

Depois de analisar as reportagens, as entrevistas e artigos da última semana de eleições, conclui-se que nenhuma das hipóteses desenvolvidas previamente neste trabalho se confirmam. Como demonstrado, em todas as reportagens publicadas as fontes primárias e secundárias são brasileiras, especialmente vinculadas a veículos de comunicação midiática ou a órgãos públicos e organizações não governamentais. As fontes também

desempenhavam papel de informativo e asseguram o respaldo das críticas e constatações feitas pela repórter e pelos comentaristas do *Público*.

Um dos fatores que pode ser considerado decisivo para a escolha destas fontes é a proximidade ou disponibilidade (Traquina 2008). Este último, aliás, deve ser apontado como o fator que possibilitou uma cobertura demasiado extensa como a realizada pelo jornal português. Como dito antes, com exceção dos comentários e artigos de opinião, todos os textos foram apurados e redigidos no Brasil, mais precisamente na cidade de São Paulo - localização, inclusive, de todas as fontes. O *Público* teve o privilégio de trabalhar com uma correspondente no país, o que possibilitou a realização de reportagens de maior dramatização e reflexão, diferente do que teria acontecido com enviados especiais ou com informações de agências de notícia.

Mesmo com a presença da repórter, que mais de uma vez se vale da técnica de reportagens especiais de narrativas na construção de cenários, a problemática do tema político sempre fica sob a responsabilidade da fonte. É a fonte, brasileira, que dita as regras do percurso do texto, através de um discurso mais ou menos negativo, inflamado ou analítico. Contudo, sabe-se bem que, como demonstrado por Wolf (1985), há um jogo entre fonte e jornalista. A fonte especializada, como é sempre o caso da cobertura do *Público*, normalmente se relaciona a posicionamentos de instituições e é normalmente procurada pelo jornalista, e não o contrário. Sendo assim, é de se compreender que a fonte guiou o texto da repórter de acordo com um protótipo que a jornalista, com base em sua política editorial e nos limites de sua liberdade criativa, já concebera.

A leitura de todas as publicações acerca das eleições presidenciais feita pelo *Público* não aponta para nenhum lado partidário. Como afirmado anteriormente pelos conceitos da *teoria política*, o acontecimento brasileiro repercute na nação amiga de maneira passiva. O interesse português na eleição do presidente do Brasil não deve estar alicerçado na legenda partidária mais do que na situação econômica.

A vitória de outro partido político brasileiro obviamente que traria diferentes reflexos na economia do país. Contudo, naquela eleição instável e fragmentada, que já trazia desenvolvimentos antes mesmo do início da campanha, os reflexos econômicos e políticos não pareciam, aos olhos do *Público*, serem favoráveis

nem em uma e nem em outra situação. A preocupação do jornal vinha da insatisfação do povo: a sensação nacional de desagrado e cansaço, combinada com um colapso ideológico refletido nos discursos dos presidenciáveis, quaisquer que fossem os resultados, serviria mais de fio condutor dos próximos momentos econômicos do país do que a legenda partidária.

Pode-se concluir que a tendência do *Público* existe, mas não da maneira tradicional esperada. A sua tendência é a de apresentar o Brasil em uma maior profundidade econômica, política e social, para que seja possível o estabelecimento de um discurso crítico, porém não condenatório, ao “fazer político” brasileiro. Todo esse estudo aprofundado deve contribuir, e muito, para o entendimento estratégico dos portugueses que têm interesses efetivos no Brasil.

Assim, diz-se que o jornal português *Público* fez jus à sua referência de periódico complexo, ou seja, à sua credibilidade de comunicador tal como a definida por Wolf (1985), ao arriscar uma cobertura que não se contentou em reproduzir o fato noticioso mas também a admitir um caráter analítico. Para isso, o jornal teve duas ajudas fundamentais, responsável por conceber a credibilidade do material: a repórter em campo e a fonte especializada brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livros, artigos e publicações científicas.

BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagem competitiva** (2002). São Paulo. Ed. Aleph. 139p

CÁDIMA, Francisco Rui. **A União Européia e os média em Portugal: os casos do Diário de Notícias e do Público**. Categoria: 2a Série. cad2 4. No 4.

CRUVINEL, Tereza. Jornalismo Político. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de. **Jornalismo Político: Teoria, História e Técnicas**. São Paulo: Rcb, 2006. p. 01-310. (2006).

FAUSTINO, Paulo. **A Imprensa de Portugal: transformações e tendências**. Media XXI: Lisboa, 2004.

FIDALGO, Joaquim. **Novos desafios para a imprensa escrita e para o jornalismo. Braga**. Instituto de Ciências Sociais/Universidade do Minho, 2000, p.53-75.

FREIXO, Adriano de. As relações luso-brasileiras e a CPLP: Algumas reflexões em torno da ideia da lusofonia. In: SOUSA, Fernando de. **As relações Portugal - Brasil no século XIX**. Porto: Fronteira do Caos, 2010. p. 59-64. (Portugueses no Mundo). Disponível em: <[http://www.lepeb.uff.br/files/As relações luso-brasileiras e a CPLP.pdf](http://www.lepeb.uff.br/files/As%20rela%C3%A7%C3%B5es%20luso-brasileiras%20e%20a%20CPLP.pdf)>. Acesso em: 25 jan. 2016.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2006.p. 63-70.

LAGO, Rudolfo. Jornalismo Político. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de. **Jornalismo Político: Teoria, História e Técnicas**. São Paulo: Rcb, 2006. p. 01-310.

MARTINS, Luiz. Jornalismo Político. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de. **Jornalismo Político: Teoria, História e Técnicas**. São Paulo: Rcb, 2006. p. 01-310.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. São. Paulo: Atlas, 2011. 225 p

McQUAIL, Denis (2003). **Teoria da Comunicação de Massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

MENEZES, Pedro Ribeiro de. **As relações entre Portugal e Brasil: - uma perspectiva pessoal**. Via Atlântica: Revistas USP, São Paulo, v. 01, n.1, p.01-12, mar. 1997. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/viaatlantica/article/viewFile/48668/52739>>. Acesso em: 25 jan. 2016.

MESQUITA, Cristina. **Cobertura Internacional é para gente grande.** Observatório da Imprensa. São Paulo. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/mo170420021.htm>. Acesso em: 18 jan. 2016.

MÜLLER, Angelo Carnieletto; WAINBERG, Jacques Alkalay. **A Ruptura Entre PT e PSDB: uma análise da evolução dos discursos no horário eleitoral entre 1994 e 2014.** In: XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro.

NATALI, João Batista. **Jornalismo Internacional.** São Paulo: Contexto, 2011.

SEABRA, R.; SOUSA, V. (Org.). **Jornalismo político: teoria, história e técnica.** Rio de Janeiro: Record, 2006.

SOARES, Maíra Ferreira Valadares. **Jornalismo Internacional em debate: Agências x Correspondentes.** Bauru: [s.n], 2007.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo.** Lisboa: Argos, 2002.

_____. **As notícias e seus efeitos.** As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos medias jornalísticos. Coimbra: Minerva, 2000.

SOUZA, Fernando de. **As relações Portugal-Brasil no século XX.** Porto, Portugal: Fronteira do Caos, 2010.

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna.** Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1990.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo.** Por que as notícias são como são. v.I. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo.** Por que as notícias são como são. v.II. Florianópolis: Insular, 2005.

VIANA, Bruno César Brito. **A imagem do Brasil na mídia impressa portuguesa: um estudo do caso diário de notícias e público.** 2014. Dissertação (Mestrado) - Pós-graduação em Estudos da Mídia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014. Disponível em: http://repositorio.ufrn.br:8080/jspui/bitstream/123456789/16424/1/BrunoCBV_DISERT.pdf. Acesso em: 20 jan. 2016.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** 2a ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

Publicações de jornais e revistas na web

BRAMATTIE, Daniel; TOLEDO, José Roberto de. Ibope: na reta final, Aécio ultrapassa Marina, mas ainda há empate técnico. **O Estado de São Paulo.** Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,ibope-na-reta-final->

aeicio-ultrapassa-marina-mas-ainda-ha-empate-tecnico,1570877>. Acesso em: 19 jan. 2016.

BRÍGIDO, Carolina. **Dilma virou o jogo com quase 90% dos votos apurados:** O Globo. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/dilma-virou-jogo-com-quase-90-dos-votos-apurados-14376946>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

TORRES, Izabelle. Um país eleitoralmente dividido. **Revista IstoÉ.** São Paulo, dez. 2014, ed. 2353. Disponível em <http://www.istoe.com.br/reportagens/398117_UM+PAIS+ELEITORALMENTE+DIVIDIDO>. Acesso em: 18 jan. 2016.

RIBEIRO, Marina; CALIXTO, Bruno. Dilma prepara "pacote anti-Marina" com lei para igrejas evangélicas. **Revista Época.** 2014. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/o-filtro/noticia/2014/09/principais-noticias-eleitorais-do-dia-2-de-setembro-de-2014.html>>. Acesso em: 19 set. 2014.

_____. **Aécio começa a disputa pelo segundo turno na frente.** Revista Época. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/o-filtro/noticia/2014/10/principais-noticias-eleitorais-do-dia-8-de-outubro-de-2014.html>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

_____. **Justiça corta tempo de propaganda de Dilma e Aécio.** Revista Época. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/o-filtro/noticia/2014/10/principais-noticias-eleitorais-do-dia-20-de-outubro-de-2014.html>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

_____. **Aécio e Dilma traçam estratégias para primeiro debate do segundo turno.** Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/o-filtro/noticia/2014/10/principais-noticias-eleitorais-do-dia-13-de-outubro-de-2014.html>>. Acesso em: 19 jan. 2014.

_____. **Crise da água movimenta reta final pelo segundo turno.** Revista Época. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/o-filtro/noticia/2014/10/principais-noticias-eleitorais-do-dia-22-de-outubro-de-2014.html>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

UOL ELEIÇÕES. **Fla-Flu político entre PT e PSDB vai à 6ª 'final' seguida.** 2014. Disponível em: <<http://eleicoes.uol.com.br/2014/raio-x/1-turno/presidente/#outros-resultados/3>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

CALIXTO, Bruno; RIBEIRO, Marina. **As estratégias dos candidatos para o último debate antes das eleições.** Revista Época. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/o-filtro/noticia/2014/10/principais-noticias-eleitorais-do-dia-2-de-outubro-de-2014.html>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

_____. **Após ataques, Marina para de crescer e Dilma empata no segundo turno.** Revista Época. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/o-filtro/noticia/2014/09/principais-noticias-eleitorais-do-dia-9-de-setembro-de-2014.html>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

_____. **Após enterro, cronômetros voltam a zerar na disputa para presidente.** Revista Época. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/o-filtro/noticia/2014/08/principais-noticias-eleitorais-do-dia-18-de-agosto-de-2014.html>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

IGLESIAS, Simone. **Dilma diz que ‘Veja e seus cúmplices’ terão de responder na Justiça por reportagem.** O Globo. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/dilma-diz-que-veja-seus-cumplices-terao-de-responder-na-justica-por-reportagem-14347283>>. Acesso em: 18 jan. 2016.

VEJA, Revista. Marina muda capítulo sobre casamento gay de programa. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/marina-tira-capitulo-sobre-casamento-gay-do-programa-de-governo/>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

PINHO, Liliana. **Media: Jornalistas do “Público” em greve, num momento conturbado para a imprensa.** UC Porto. Disponível em: <<http://jpn.up.pt/2012/10/19/media-jornalistas-do-publico-em-greve-num-momento-conturbado-para-a-imprensa/>>. Acesso em: 21 jan. 2016.

PÚBLICO, Jornal. **Estatuto Editorial.** 1998. Disponível em: <<http://blogues.publico.pt/provedordoleitor/2010/03/01/estatuto-editorial-do-publico/>>. Acesso em: 25 jan. 2016.

PUBLICO, Jornal. **Livro de Estilo: Código Deontológico do Jornalista.** 1993. Disponível em: <http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/29-codigo-d.html>. Acesso em: 25 jan. 2016.



Governo tem de alterar lei para alargar efeito de vales de educação no IRS

Regime actual impede que os vales sociais, isentos de IRS, substituam parte da remuneração em vigor. Mesmo com os *tickets* de educação, ainda não é certo que todos os contribuintes tenham alívio fiscal em 2015 **Economia, 16**



FILIPPO MONTEFORTE/AFP

**VATICANO
PAPA PEDE
À IGREJA QUE
"VENÇA OS
MEDOS DIANTE
DAS SURPRESAS
DE DEUS"**

Mundo, 22 e Editorial

Países da UE querem pôr fora imigrantes desempregados

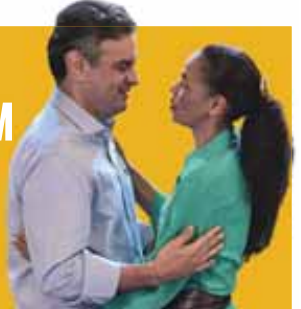
No Reino Unido, na Suíça e na Alemanha discutem-se restrições à livre circulação. Suíços já preparam novo referendo para reduzir a entrada de estrangeiros **p2 a4**

Especialistas vão propor aos partidos o voto preferencial

Modelo, defendido num estudo recente, tem por objectivo personalizar o voto e aproximar eleitos de eleitores. Será apresentado aos partidos em breve **p6**

PRESIDENCIAIS NO BRASIL EVANGÉLICOS QUE APOIARAM MARINA TRANSFEREM VOTO PARA AÉCIO NEVES

Rita Siza, em São Paulo, p20/21



Ainda "inexplicável" o acidente que fez três mortes em Espanha

Dono da empresa de autocarros que chocaram em Espanha, matando três portugueses, continuava em "estado de choque". Acidente continua "inexplicável" **p10**

Editores perdem o medo de apostar em literatura de peso

Disputam algumas das obras mais badaladas na Feira de Frankfurt: romances, alguns com quase mil páginas, e livros "fora da caixa" **Isabel Coutinho, em Frankfurt, p27**

PUBLICIDADE

CAMBRIDGE SCHOOL
PORTUGAL

Ano letivo inscrições abertas

Educação: o seu melhor investimento.

www.cambridge.pt INGLÊS | FRANCÊS | ALEMÃO | PORTUGUÊS PARA ESTRANGEIROS

Evangélicos que apoiaram Marina transferem o voto para Aécio

No Bairro do Brás, em São Paulo, os eleitores que se entusiasmaram com a candidatura presidencial de Marina Silva vão migrar para o PSDB: uns acham que a mudança é boa, outros só querem tirar o PT, que governa há 12 anos, do poder

Reportagem
Rita Siza, São Paulo

É sábado de manhã e na Avenida Celso Garcia, na região central de São Paulo, a “muvuca” é grande. Essa agitação – de fregueses das feiras, clientes das lojas, fiéis das igrejas – é exactamente a razão pela qual Jacilene Castro diz ser “apaixonada” pelo Bairro do Brás: a advogada, que nasceu em São Luís do Maranhão e veio para São Paulo há 12 anos, anda às voltas a ver as placas de imobiliárias, à procura de uma casa que a possa acomodar e aos seus dois cachorros. Segundo ela, chegou a altura de se mudar de um apartamento no centro, perto da Avenida Paulista, onde o espaço é reduzido e o condomínio é caro.

A nordestina conhece há muito e frequenta bastante o Brás, onde fica a Igreja Apostólica Plenitude do Trono de Deus, uma denominação pentecostal fundada em 2006 e da qual Jacilene é devota. A sede nacional, “com capacidade para dez mil pessoas”, informa, fica numa pequena rua perpendicular à movimentada Avenida Celso Garcia – a três minutos do imenso Templo de Salomão que a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) inaugurou em Julho e entretanto se transformou num ponto de atracção turística da cidade.

“Sai andando por aí fora e vai ver, isso está lotado de igrejas”, informa Jacilene, o braço direito a traçar um arco num movimento demorado. Ao lado do seu imponente templo novo – construído “com base em orientações bíblicas”, com materiais e oliveiras transplantadas de Israel – a IURD tem um outro espaço, igualmente grande, mais antigo. O entra e sai para os dois é constante, e pressupõe, para o visitante, uma revista aos pertences e depósito de equipamentos electrónicos. Os dois lugares estão sob vigilância apertada, com seguranças em todas as portas.

Do outro lado do passeio

convivem lado a lado a Igreja Evangélica da Assembleia de Deus do Brás, Ramo Madureira, num edifício coberto de vidros foscos espelhados, e a histórica – embora dinâmica – Igreja católica de S. João Batista, com 105 anos. Nas traseiras do Templo de Salomão fica a Igreja Evangélica Brasileira.

Não é preciso caminhar muito para encontrar outro enorme edifício, pertencente ao Ministério Mudança de Vida, da bispa Cléo Ribeiro Rossafa. Não muito distantes, as igrejas Metodista do Brás e Presbiteriana do Brás representam a tradição cristã protestante. No bairro existe também uma casa da caridade espírita e uma união espírita cristã.

Na Rua Bresser, que atravessa a Avenida Celso Garcia, encontra-se a Sinagoga israelita do Brás, e a uma dezena de quarteirões a Mesquita Mohammad Mensageiro de Deus. De volta à Bresser, passa-se pela Catedral Ortodoxa Grega S. Pedro. Perto da estação de comboios do Brás está a Igreja do Bom Jesus, construída em 1903 para substituir a Capela dedicada ao Senhor Bom Jesus de Matosinhos, erguida em 1769 pelo português José Brás, que, segundo a história paulistana, foi o principal responsável pelo desenvolvimento do pequeno povoado que depois se transformou no bairro hoje com o seu apelido.

“Já chega dessa quadrilha”

A saída da estação de metro do Bresser/Mooça apresenta uma espécie de “panorâmica” do quotidiano do Bairro do Brás: no primeiro piso, o Templo de Salomão, com a uma altura correspondente a um prédio de 20 andares destaca-se no horizonte, maior do que tudo à volta; descendo para a rua, sacoleiros e vendedores ambulantes interpelem os transeuntes logo no passeio, com ofertas de comidas e bebidas, brinquedos e bugigangas plásticas, *chips*, carregadores, capas de telemóvel e uma variedade de artigos têxteis – tudo isto ao som do gospel brasileiro,

a música cristã evangélica que tomou conta dos *tops* de vendas.

Nesta babilónia de religiões encontram-se vários dos eleitores de Marina Silva, a candidata presidencial lançada pelo Partido Socialista Brasileiro depois da morte do seu líder, Eduardo Campos, e derrotada na primeira volta da votação, no dia 5 de Outubro. Jacilene é uma: “Fiquei surpreendida e decepcionada por ter tido essa virada e ela não ter chegado à segunda volta, mas ao mesmo tempo fiquei feliz, porque ela firmou e fortaleceu uma posição política que é feita de ideias e propostas novas e boas para o Brasil.”

No próximo domingo, Jacilene vai votar no candidato à presidência pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Aécio Neves, que conta com o apoio de Marina. A advogada assegura, porém, que não é essa a razão da sua escolha. “Os eleitores da Marina não são de cabresto; não são manipulados nem coagidos como os do PT [o Partido dos Trabalhadores da Presidente e candidata a um segundo mandato, Dilma Rousseff.] Eu voto no Aécio porque sou anti-PT”, resume. “Já suportámos o Lula oito anos, depois a Dilma quatro anos e agora mais quatro? Isso é um massacre, já chega dessa quadrilha: o PT tem de perceber que o Brasil não é deles”, diz.

Marcílio Pedro, um motorista de 40 anos que saiu “maravilhado” da visita guiada ao Templo de Salomão e que também votou em Marina Silva na primeira volta, diz que agora “vai” pelo Aécio. “Conversei com algumas pessoas, todas que votaram na Marina, e concordo que é bom mudar”, esclarece. “A gente sabe que não vai ser de uma hora para a outra que vai ficar como o povo quer, mas a Presidenta já lá esteve quatro anos e só agora é que vem à televisão dizer como vai consertar as coisas. Durante este tempo que esteve lá podia ter feito muita coisa, mas a gente só ouviu falar do negócio da corrupção na Petrobras”, prossegue.



NELSON ALMEIDA/AFP





→ Série especial do Público. Ver mais em www.publico.pt/ano-grande-do-brasil

NACHO DOCE / REUTERS



“Onde gira o dinheiro, a gente sabe que tem corrupção. Mas ela [Dilma Rousseff] estava lá e deixou acontecer”, conclui.

Para Sônia, uma mulher de 46 anos da região do ABC paulista (as localidades de Santo André, São Bernardo e São Caetano, na periferia de São Paulo), “os políticos não prestam. Só pensam no bolso deles”. Ela é “totalmente contra dar oito anos a um candidato”. “Nos primeiros quatro anos até pode ser que façam alguma coisa, mas nos outros quatro é só bolso: vão fazer é para a vigésima geração deles”, critica. “E os evangélicos é o mesmo”,

atira, olhando de soslaio para o gradeamento do Templo de Salomão. “Falam que vão para lá para lutar pelos ideais evangélicos, o povo vota, e em quatro anos estão ricos e cheios de bens. Quem fica rico com o trabalho em quatro anos?”, questiona. Sônia é evangélica, mas não alinha com o neopentecostalismo do bispo Edir Macedo, da IURD, nem concorda com a sua teologia da prosperidade. “Tem demasiada idolatria, virou igual aos católicos com os santos e os terços, ou aos terreiros de macumba.”

Além disso, acha “errado” e é “totalmente contra os pastores

Os dois antigos rivais surgiram pela primeira vez juntos sexta-feira, em São Paulo. No bairro do Brás, o Templo de Salomão destaca-se no horizonte

candidatos”. “Estar lá dentro e não se corromper não existe, então eles têm de ficar fora. O lugar para a palavra de Deus é a igreja, não é o Congresso”, sublinha.

“Muita baixaria”

Marina Silva, que é missionária da Assembleia de Deus e defende o fim da reeleição, ganhou o voto de Sônia na primeira volta, mas agora esta funcionária de supermercado está a considerar “anular” o voto. A escolha entre a Presidente, Dilma Rousseff, e o senador Aécio Neves não a motiva. “Não sei qual dos dois o melhor, a mim parecem-me os dois corruptos”, diz. Além disso, prossegue, os dois têm mantido um comportamento censurável na recta final da campanha. “Nos debates na televisão, o que se vê é muita baixaria, os dois ficam-se alfinetando o tempo todo. Deviam ter mais compostura e pensar que nesse momento eles estão dentro das casas dos brasileiros, que merecem respeito.”

Jacilene também não esconde o desagrado com a campanha eleitoral. “Ninguém tem paciência mais para assistir ao horário eleitoral, e os debates são uma lavagem de roupa suja.” As duas mulheres reconhecem, no entanto, que, apesar do teor negativo e de troca de acusações entre os dois candidatos – que as campanhas já admitiram ser para continuar –, os confrontos na televisão são fundamentais. “É a decisão final: quem for melhor é quem ganha”, garante Sônia.

Os números recolhidos pelo instituto Ibope na semana passada revelavam que 64% dos brasileiros que votaram em Marina Silva tencionam escolher Aécio Neves na segunda volta, contra 18% que vão mudar o voto para Dilma Rousseff. Uma parte significativa destes novos aderentes à campanha tucana (o animal que simboliza o PSDB) são evangélicos – o candidato conta com voto declarado de vários líderes religiosos e poderá, em breve, receber o apoio da Confederação Nacional de Bispos.

Ajuda ou atrapalha?

Mas ao mesmo tempo, uma pesquisa do instituto Datafolha sugeria que o apoio de Marina ao homem do PSDB poderia estar a atrapalhar mais do que a ajudar

no momento de convencer os eleitores ainda indecisos: 23% disseram que a indicação do voto da candidata ambientalista teria como efeito que não votassem nesse candidato.

Os dois antigos rivais surgiram pela primeira vez juntos na campanha na sexta-feira, em São Paulo: o encontro, que serviu para registar imagens a utilizar no tempo de antena da candidatura de Aécio, teve direito a uma conferência de imprensa de 15 minutos em que Marina Silva surpreendeu ao aparecer com os longos cabelos presos num rabo-de-cavalo, e não no puxo que costuma usar. “É cabelo de crente”, comenta Sônia. De acordo com os assessores da ambientalista, não está prevista a gravação de vídeos promocionais por Marina, nem a sua aparição nos “palanques” da campanha.

Em São Paulo, Aécio destacou-se da oposição na primeira volta, conquistando 44% dos votos (os tucanos dominaram por completo a votação, tendo reeleito o governador Geraldo Alckmin e conquistado a vaga do Senado por maioria). A votação na Presidente, Dilma Rousseff, caiu 12 pontos face a 2010 e não foi além dos 25,8%, umas décimas acima de Marina Silva, que teve 25%.

O PT diz que está consciente da desvantagem e das dificuldades em São Paulo, mas garante que não desistiu de lutar para captar alguns dos votos de Marina. A campanha de Dilma iniciou uma “ofensiva” nas periferias sul e leste de São Paulo, onde se concentram muitos migrantes de outras regiões do Brasil, e também nas áreas tradicionalmente petistas da região metropolitana, que favoreceram Marina na primeira volta.

A campanha sabe que é impossível reverter o resultado da primeira volta, mas espera diminuir a margem da derrota da Presidente. Com a eleição tecnicamente empatada, todos os votos são preciosos.

“A segunda volta é outra eleição. Acreditamos que vamos ganhar uma boa parte dos votos que na primeira volta foram para a Marina. Um avanço nosso aqui contribui fortemente para a eleição nacional”, observou Alexandre Padilha, o candidato derrotado do PT ao governo de São Paulo.



Ministério do Emprego não encontra processos da ONG de Passos Coelho

Projecto para Angola que nunca saiu do papel está desaparecido. Fisco analisou, em 2004, pedido de isenção de IRC relativo ao financiamento do CPPC. Autor terá sido a Tecnoforma que Passos administrava **Portugal, 6**



DESPEDIDA EUROPEIA
DURÃO BARROSO INVOCA
"BOA FOLHA DE SERVIÇO"
NUMA DÉCADA
QUE FORTALECEU A UE
 Mundo, 22/23

CHRISTIAN HARTMANN/REUTERS

HOJE DVD
Que Mal Fiz Eu a Deus Inédito
 Por + 11,00€

DOCLISBOA
CAMPOS DE MORTE
COMO NUNCA
OS VIMOS,
DA ALEMANHA
NAZI À CHINA
 Destaque,
 2 a 5

Governo promete cláusula no IRS para quem não tem filhos
 Passos anuncia cláusula de salvaguarda para impedir que famílias sem filhos saiam prejudicados com a reforma do IRS. Mas não explica qual é a solução, que fiscalistas consideram ser complexa **p17**

Pequena vantagem dá nova dinâmica à campanha de Dilma
 A quatro dias das eleições brasileiras, a luta pelo voto foca-se nos "remediados", mulheres e mais velhos. Nas sondagens, não é claro quem ganhará. **Da nossa enviada Rita Siza, em São Paulo p24**

Segurança Social assume 45 milhões de salários em atraso
 Mais de 7644 trabalhadores serão pagos segundo as novas regras do Fundo de Garantia Salarial. Mas continuam de fora mais de 30 mil pessoas de empresas em recuperação **p16**

CAMBRIDGE SCHOOL
 PORTUGAL

Ano letivo inscrições abertas

Educação: o seu melhor investimento.

www.cambridge.pt INGLÉS | FRANCÉS | ALEMÃO | PORTUGUÊS PARA ESTRANGEIROS

Ligeiro avanço dá uma nova dinâmica à campanha de Dilma Rousseff

A quatro dias da eleição, candidatos digladiam-se pelo voto dos “remediados”, mulheres e maiores de 45 anos. Empate técnico mantém-se nas sondagens por isso ninguém arrisca fazer apostas

Brasil
Rita Siza, em São Paulo

A campanha da Presidente do Brasil, Dilma Rousseff, candidata a um segundo mandato, animou com a divulgação das últimas sondagens, que a colocam pela primeira vez à frente nas intenções de voto do próximo domingo, ainda que em empate técnico com o seu adversário do Partido da Social-Democracia Brasileira (PSDB), Aécio Neves.

De acordo com o instituto Datafolha, a Presidente está na liderança da corrida com 52%, contra 48% de Aécio Neves, considerando apenas os votos válidos (que excluem os brancos, nulos e indecisos), ou então em 46% contra 43%, atendendo ao universo total de votos. A vantagem da representante do Partido dos Trabalhadores (PT), no poder há 12 anos,

está no limite da margem de erro da pesquisa, que é de dois pontos percentuais.

Numa campanha fértil em surpresas, oscilações e reviravoltas, os números vieram inverter a ordem das preferências do eleitorado e alterar mais uma vez a dinâmica da corrida. As pesquisas anteriores tinham Aécio Neves na frente, com uma margem de distância semelhante à que agora beneficia Dilma. Historicamente, os vencedores da primeira volta têm vantagem na ronda derradeira. A poucos dias da eleição, a imprevisibilidade continua, porém, a ser a nota dominante: arriscar um prognóstico nesta altura seria um atentado ao mais elementar bom senso.

Segundo o colunista do *Estadão*, José Roberto Toledo, nesta fase final da campanha, o movimento do eleitorado acaba por ser mais significativo do que os números. Nesse sentido,

a tendência que as pesquisas desta semana revelam – de um crescimento “lento mas consistente” do apoio à Presidente Dilma Rousseff – pode acabar por ajudar a transportá-la para a vitória. No entanto, ressalva Toledo, “a diferença entre os dois é tão pequena que a decisão pode ser decidida por factores como o erro, a abstenção ou até o voto no exterior”, que não estão medidos nas sondagens.

Atentas às indicações das pesquisas, as campanhas procuram afinar as mensagens dos candidatos nesta recta final. O principal alvo dos dois é a faixa de “remediados”, que alberga a maioria dos 6% de brasileiros que ainda se confessam indecisos (cerca de 6,8 milhões de pessoas, de um total de 114 milhões de votantes da primeira volta). Tal como no universo total de eleitores, onde perfazem 52%, as mulheres representam mais

a maioria dos indecisos, com 67%. Em termos de faixa etária, são os maiores de 45 anos que estão menos seguros sobre o seu voto: Aécio Neves domina entre aqueles que têm mais de 60 anos, enquanto Dilma Rousseff captura mais votos na faixa intermédia.

Insuflada por um novo alento, a candidatura da Presidente aposta nas camadas populares que estão mais dependentes de acções do Estado: os últimos vídeos de propaganda lembram todas as estradas, hospitais e escolas construídos pelo Governo Dilma, e insistem no principal argumento do PT, que é o da continuidade da acção redistributiva que permitiu tirar milhões de pessoas da pobreza. A linha da campanha é de que uma segunda etapa consiste em melhorar a vida das pessoas “da porta de casa para fora” – uma vez que “lá dentro” já dispõem de frigo-

rífico, televisão e acesso à Internet.

Do lado contrário, Aécio Neves procura desfazer o retrato de facilidades e esvaziar as promessas governativas, sublinhando que “as pessoas não compram essa ideia de que a vida está às mil maravilhas como prega a campanha de Dilma”, nota um dos coordenadores da campanha do PSDB, Duarte Nogueira. O social-democrata procura reavivar o grito de insatisfação dos brasileiros no ano passado, repetindo que só a sua proposta encarna a mudança que o país deseja.

Os dados da Datafolha vindicaram a acção da campanha do PT, sugerindo que a ligeira subida de Dilma nas sondagens se deve a uma melhoria na apreciação geral do desempenho do Governo, que subiu três pontos face à última pesquisa (e com 43% está agora no patamar máximo depois das grandes manifestações de 2013), e a um aumento do grau de rejeição do eleitorado à candidatura do PSDB, de 38% para 40% – a estratégia de “desconstrução” de Aécio Neves seguida pelo poderoso marqueteiro do PT João Santana, e tão criticada na semana passada, parece ter produzido o efeito desejado.

A taxa de rejeição de Aécio é agora ligeiramente superior à de Dilma – 40% dos eleitores inquiridos pelo Datafolha disseram que não votariam nele “de jeito nenhum”, com 39% a responderem o mesmo em relação à Presidente. E a percentagem de brasileiros que consideram a actuação do Governo “ruim ou péssima” diminuiu para 20%, o valor mais baixo desde Novembro de 2013.

Outras más notícias para a campanha do PSDB na sondagem do Datafolha: o crescimento de Dilma na região sudeste, que engloba São Paulo, o principal colégio eleitoral do país, e o seu avanço entre o eleitorado feminino, ou a convicção de 56% dos eleitores de que Aécio Neves é o candidato que “defenderá os ricos”.

Um novo retrato do estado da corrida deve ser divulgado já hoje.



Dilma e Lula da Silva em campanha apostam nas camadas populares que estão mais dependentes de acções do Estado

ELEIÇÕES  NO BRASIL

www.publico.pt/ano-grande-do-brasil



HOJE DVD *A Culpa É das Estrelas* Inédito, baseado no best-seller de John Green Por + 14,90€



Governo recua e permite que gastos com educação contem para o IRS

As despesas de educação afinal vão poder ser descontadas no IRS, mas com novas regras. Na reforma fiscal, o Governo deixa cair a proposta que aumentava o controlo sobre os sinais exteriores de riqueza **Economia, 18/19**

ESPECIAL ELEIÇÕES A LUTA CONTRA O CRACK E A CORRUPÇÃO NO BRASIL

Rita Siza e Simone Duarte, em São Paulo
Mundo, 30 a 33



A "Cracolândia" é um labirinto de barracas improvisadas e de consumo a céu aberto que ocupa cerca de 15 ruas no Bairro da Luz



ípsilon
O RETRATO SENTIMENTAL DE UM CANTOR EM FADO CAMANÉ DOCUMENTÁRIO

Primárias vão ser consagradas nos estatutos do PS

No congresso de Novembro, estatutos serão revistos de forma a anular as alterações feitas por Seguro p6

LUÍS MONTENEGRO
"HÁ UM SÓ GOVERNO. A SOLUÇÃO DA SOBRETAXA É ENGENHOSA, MAS É MUITO POSITIVA" Entrevista, 8/9



Greve na TAP afecta 55 mil passageiros nos primeiros dias

Serviços mínimos vão assegurar parte das ligações às ilhas e a três destinos internacionais p20

PUBLICIDADE

Soluções que são a sua cara

é para si

A luta contra o *crack* faz-se nas ruas, Dilma e Aécio evitam o flagelo

O Brasil ignora a discussão do uso de drogas: “As pessoas acham que você está assim porque você quer”, diz Diego, que frequenta o espaço de apoio aos toxicodependentes do projecto É de Lei. O psicólogo Thiago Calil é um dos que o ajudam

Reportagem
Rita Siza, em São Paulo

A primeira vez que Rogério viu Thiago aproximar-se, com uma oferta de “camisinhas” e um cachimbo de madeira para usar em vez da lata em que queimava o *crack*, começou a “gritar e a xingar para ele ir embora e nunca mais aparecer ali”. Foi há mais de cinco anos, num viaduto dos Baixos do Glicério, uma zona degradada no Bairro da Liberdade, no centro de São Paulo, onde se instalou ao lado de muitos outros dependentes daquela droga. “Eles apareciam para falar com a gente e eu desconfiava de tudo, era contra. Então eles estavam a dar coisa para drogar mais a gente?”, lembra.

Hoje, Rogério e Thiago são amigos, ambos “conviventes” no espaço do projecto É de Lei, uma organização não-governamental que se dedica à redução de danos sociais e à saúde associados ao uso de drogas e que actua junto de consumidores, ou “usuários”, como são designados no Brasil.

Tal como Rogério, muitos outros dependentes de drogas e de álcool, mas também portadores do vírus da sida, infectados de hepatite ou analfabetos e outras pessoas que se encontram numa “situação de rua”, frequentam o exíguo espaço do É de Lei no último andar de depauperado mas movimentado centro comercial chamado Galerias Presidente, cuja varanda abre para a Rua 24 de Maio, no centro de São Paulo. Ali, “usuários” ou não são sempre bem recebidos – podem frequentar uma ou várias das actividades oferecidas, incluindo oficinas de informática, fotografia e vídeo ou aulas de rap e hip-hop – ou simplesmente ficar a ver um filme, conversar ou sentir a companhia de outras pessoas.

“O espaço é aberto a toda a gente”, explica Thiago Calil, um psicólogo que trabalha no É de Lei há dez anos. A organização foi fundada em 1998 com o objectivo de promover acções na área da saúde pública, sobretudo pelo crescimento da infecção com

HIV em consumidores de cocaína injectável, desenvolvendo acções terapêuticas para a prevenção e redução de riscos em situações de uso de drogas. A ideia do centro de acolhimento e convívio apareceu quando o trabalho de campo demonstrou a importância de existir um espaço de interacção social e desenvolvimento de várias actividades – a oferta foi-se alargando às vertentes culturais e educativas, tanto com os “usuários” como na sociedade, para diminuir o estigma e preconceito de uns em relação a outros.

O que o centro faz, resume Thiago, é “estabelecer pontes” e oferecer respostas às necessidades dos “usuários”. “É um serviço muito próximo das pessoas e sem exigências [por exemplo, de se cadastrarem como dependentes em listas oficiais]”, define. O espaço é livre: não é um local de tratamento, mas de acolhimento. “Não temos uma relação de equipa e doente. Somos um grupo de pessoas que troca experiências, alguns com conhecimentos técnicos e académicos e outros com conhecimentos de vida”, explica. Os primeiros atendem as necessidades dos segundos: se a preocupação deles é com saúde, encaminham para as unidades; se têm problemas legais, prestam auxílio jurídico; se procuram reatar o convívio com a família,

As questões que estão directamente relacionadas com o consumo de drogas, e outras do mesmo universo temático, pautam-se pela ausência do debate da campanha política para a presidência do país

é o pessoal do É de Lei que tenta intermediar o contacto.

“Cracolândia”

Rogério, que ainda não largou a baixada do Glicério, onde entretanto construiu o seu “mocó” (uma espécie de um abrigo de rua), já não rejeita e até recomenda o trabalho de campo do É de Lei de que inicialmente desconfiava. “Desconfiava não, que eu ainda desconfio. Não acabou ainda esse drama”, brinca, numa provocação a Thiago. Agora, a organização tem focado o seu trabalho de contacto directo com consumidores na chamada região da “Cracolândia”, um labirinto de barracas improvisadas e consumo a céu aberto que ocupa umas 15 ruas no Bairro da Luz – e que é o objecto da tese que Calil está a desenvolver no âmbito do seu mestrado em Saúde Pública.

A Luz até começou por ser uma zona nobre da cidade. Com a construção do caminho-de-ferro, os barões e negociantes do café instalaram-se à volta da monumental estação ferroviária – no final do século XIX, a região dos Campos Elíseos era repleta de mansões. Com a crise mundial de 1929, a economia do café entrou em colapso e os ocupantes mais ricos começaram a abandonar o bairro. O crescimento da cidade, com as famílias mais abastadas a trocarem a zona mais suja pelos novos bairros mais cuidados (que receberam o nome de Higienópolis) acelerou o processo de esvaziamento. Nos anos 50, verificou-se uma transferência do negócio da prostituição do bairro do Bom Retiro para a Luz – esse foi o momento em que o bairro passou a ter associada uma certa imagem de degradação moral.

Uma década mais tarde, a construção da Rodoviária de São Paulo no local promoveu uma nova ocupação, com a instalação de pequenos comércios, hotéis e albergues, para migrantes e prostitutas. Quando a estrutura se transfere, nos anos 80, o bairro está desqualificado; resta o chamado comércio ocioso.



“Quando começa a onda do *crack*, a Luz era o local perfeito para as coisas acontecerem: um ponto escondido dos moradores da cidade, que não tinham nenhum motivo para passar por ali, e que se encontrava em profunda degradação urbana e social”, explica Calil.

O trabalho da É de Lei na “Cracolândia” tem características bem diferentes do que é desenvolvido no centro de convívio da Rua 24 de Maio. A população que Thiago encontra aí “está num momento anterior” àquele de quem vem até ao centro. Ali, “o movimento é fumar pedra [de *crack*] sem nenhuma perspectiva”,

refere – os profissionais do É de Lei procuram reduzir danos disponibilizando piteiras de silicone e distribuindo manteiga de cacau para os consumidores protegerem a boca, minimizando assim o risco de infecções. Depois de criarem um vínculo pessoal, procuram abordar alguns temas mais prementes para os indivíduos na rua, nomeadamente a necessidade de “cuidar de si”, de se alimentar, enumera. “Há uma coisa que é facto e não dá para iludir: as drogas estão aí e não vão desaparecer. Sempre tem e vai ter gente que vai usar. Nós não vamos ali para julgar, mas para ajudar.”

Ao longo dos últimos anos, a

Na
“Cracolândia”,
“o movimento
é fumar pedra
[de crack]
sem nenhuma
perspectiva”



→ Série especial do PÚBLICO. Ver mais em www.publico.pt/ano-grande-do-brasil



“Cracolândia” foi alvo de várias acções – algumas bem repressivas – para desalojar os consumidores que ocuparam o local. No início deste ano, as autoridades municipais inauguraram um novo programa, chamado *De Braços Abertos*, que promove a inserção dos consumidores na sociedade, sem que estes sejam obrigados a iniciar um tratamento ou desintoxicação. A autarquia disponibiliza alojamento em oito hotéis do bairro, oferece três refeições diárias e disponibiliza um trabalho de baixo salário (15 reais por dia), por exemplo, na limpeza das ruas. Até Agosto, o programa reuniu 422 inscritos,

“O Brasil é uma sociedade moralista e conservadora em relação às drogas. A maioria das pessoas vivem na ilusão de que é possível acabar com isso”, diz Thiago Calil, do centro É de Lei

que, segundo os dados oficiais, diminuíram o seu consumo diário de crack em 50 a 70%.

Para Thiago Calil, apesar de ter algumas falhas e funcionar ainda de forma precária, o programa lançado pelo presidente da Câmara de São Paulo, Fernando Haddad, é a “proposta mais interessante e inovadora” que já viu na cidade e bastante “positiva para pensar o cuidado baseado na redução de danos”. Ao nível estadual, distingue, a abordagem pública é totalmente diferente: o programa *Recomeço* implica o internamento obrigatório dos consumidores em unidades de tratamento, muitas das

quais são geridas por igrejas ou organizações religiosas.

Pelo centro de acolhimento do É de Lei passam uma média de 15 indivíduos por dia: são na maioria homens, adultos, de vários pontos do país e também estrangeiros, com os laços sociais totalmente rompidos e em situação de vulnerabilidade. “São pessoas que buscam uma mudança, tentando criar uma perspectiva”, descreve Thiago Calil. Alguns trabalham de forma informal; alguns hospedam-se em albergues.

Diego e Giovani

Num dia em que os participantes na oficina de vídeo foram registar imagens para a rua, o PÚBLICO encontrou Diego e Giovani na sala de informática, embrenhados em conversas no computador. Giovani, de 25 anos, chegou do estado do Paraná há seis meses em busca de trabalho em São Paulo: conta-nos que no dia seguinte ia assinar o primeiro contrato da sua vida, como “pintor numa obra lá na Lapa”, e como imagina que deixará de ter tempo para frequentar o espaço do É de Lei, queria certificar-se de que a sua conta de Facebook ficava actualizada e não deixava pendente nenhum dos assuntos que podem ser resolvidos pela Internet.

Giovani, que dorme num centro de acolhimento no centro da cidade, tem o sonho de ir trabalhar e morar para os Estados Unidos da América. “Nos ‘States’ podia aprender a falar inglês com o sotaque de lá, para poder cantar melhor os raps que aprendo aqui com o professor Willys”, aponta. “Estudar inglês aqui fica caro e não vale a pena; se eu viver lá, vou aprender bem e nunca mais esquecer”, informa. Outro sonho é “ficar rico para viajar de avião e conhecer muitas coisas. E ir para a praia no Havai”, acrescenta.

No Paraná, lamenta Giovani, “não fui esperto, queria só curtir e vadiar. E no fim curti menos do que os que deram valor à caneta e papel, e que agora têm uma boa vida, têm carro, podem viajar. Mas vou dar a volta por cima”, assegura, animado com a perspectiva do novo contrato. “Quero ver se eu consigo ficar nessa empresa aí uns cinco anos, para comprar um carro”.

Em 2005, quando veio de Poços de Caldas, Minas Gerais, para estudar e trabalhar em São Paulo,

Diego, hoje com 29 anos, era consumidor de maconha, haxixe e cocaína. Instalou-se no albergue Arsenal de Esperança, mas depois acabou “despregando das demandas desse trajecto. Cortei caminho e depois de um tempo encontrei e fiquei a conhecer essa droga”, conta, recordando o seu envolvimento com o crack. “Na rua, que era onde eu estava, era muito fácil, todo o mundo tinha crack para partilhar, ou então tinha um dinheiro para comprar...”, lembra.

As questões que estão directamente relacionadas com o consumo de drogas e outras do mesmo universo – tráfico e crime organizado, políticas sociais e de saúde, segurança pública, justiça e sistema prisional, requalificação urbana – pautam-se pela ausência do debate da campanha política para a Presidência. Thiago reconhece que o interesse da sociedade nesse debate é relativamente limitado. “O Brasil é uma sociedade moralista e conservadora em relação às drogas. A maioria das pessoas vivem na ilusão de que é possível acabar com isso”, nota. Além disso, prossegue, os dependentes e consumidores são “automaticamente classificados de vagabundo, quando não é pior”. “Para quem não mora na rua, você é um bandido ou um doente. As pessoas acham que você está assim porque você quer”, confirma Diego. “Não me incomodava tanto”, lembra, “mas a sociedade sempre quer que alguém sirva de exemplo para os demais. Sempre será assim, são os termos da lei da selva, só sobrevivem os mais fortes”.

Calil reconhece, porém, que nos últimos tempos houve um despertar para a discussão do assunto, por pressão das organizações que trabalham na área mas também por algumas iniciativas políticas. Os jornais também começaram a abordar o tema das drogas como um problema social e um desafio para a cidade; e o facto de várias celebridades terem sido apanhadas a usar crack mostrou que esse não era um consumo só relacionado com a pobreza e marginalidade. Ainda assim, lamenta, “o debate continua muito pautado pela questão eleitoralista”, o que na sua opinião retira alguma legitimidade às posições assumidas.

Brasil no divã

Entrevista a
Antonio Prata



“O Brasil é corrupto do dedão do pé ao último fio de cabelo”

Dias antes da primeira volta das presidenciais, pedimos a três escritores brasileiros que colocassem o Brasil no divã. Começamos com Antonio Prata, que considera que “falta coragem para fazer mudanças”. *Por Simone Duarte, em São Paulo*

Antonio Prata, de 37 anos, cronista da *Folha de São Paulo*, roteirista da TV Globo, onde colaborou com a novela *Avenida Brasil*, dez livros publicados, entre eles, *Meio Intelectual*, *Meio de Esquerda*. Sentado na cadeira de baloiço, no jardim de casa, ao som dos passarinhos, ele dissecou o país: “Eu estou no divã do lado do Brasil, não estou olhando do lado de fora. Eu faço parte disto”.

Você poderia escolher e descrever um episódio desta campanha eleitoral fazendo a analogia à psicanálise como um sintoma que descreve o conflito?

Eu não saberia abordar pelo lado do sintoma e do conflito, pelos termos psicanalíticos, porque não sou um psicanalista, sou um neurótico (risos), estou do outro lado do divã. Mas um episódio da campanha que foi muito gritante foi o do Levy Fidelix, o homem da homofobia. É um candidato que tem menos de um por cento

das intenções de voto [teve 0,43% dos votos na primeira volta], de um partido nanico que não elege ninguém mas que vive um pouco do fundo partidário. O Governo paga um dinheiro por ano para todos os partidos, é uma quantia boa se você não faz mais nada da vida. Nas campanhas, estes partidos fazem coligações com partidos maiores e também recebem contribuições destes partidos; ou seja, é uma força que não representa nada na sociedade este Levy Fidelix, mas estes caras vão aos debates junto com os candidatos grandes. E, nos debates, eles têm a mesma oportunidade de falar que os caras que estão na frente. E perguntaram a ele algo sobre a união civil entre homossexuais e ele desandou a falar um discurso que eu achei que não era mais possível nos últimos 30 anos de avanços. Começou a falar que “esta minoria tem que saber o seu lugar, tem que ser colocada no seu lugar, nós, a maioria, temos que saber colocar estes caras no seu lugar”. Que “aparelho excretor não é aparelho reprodutor”, falou coisas horróricas e as pessoas riram na

plateia e os outros candidatos não se manifestaram. Acho que isso foi um sintoma, usando o termo psicanalítico, de como o Brasil é arcaico, como é uma sociedade injusta em que os direitos das minorias ainda estão muito longe de serem assegurados. Se este cara fizesse um discurso racista, faria um barulho muito maior, o racismo – embora ainda exista – já não é mais considerado tolerável em público. Quando, há meses, um goleiro [guarda-redes] foi chamado de “macaco” pela torcida do Grêmio, foi um escândalo e o Grêmio foi tirado do campeonato. Mas os torcedores continuam gritando “bicha, bicha, bicha” e não acontece nada. No Brasil, há muitos espancamentos de gays, assassinatos de gays. O Fidelix não está falando no terreno do abstracto. Está assinando em baixo de assassinatos e espancamentos. **Temas como aborto, homossexualidade, parecem ser tabus, a Marina teve que voltar atrás sobre o casamento gay; há quatro anos, foi a Dilma, na questão do aborto. É algo conflituoso na sociedade, hoje?** A grande questão do Brasil ainda

é a desigualdade. É que os pobres não têm voz e não fazem barulho, tanto barulho. Por que ninguém reagiu a esta história do Fidelix ou à questão da Dilma? Os candidatos precisam do voto conservador, os evangélicos são muito fortes e ninguém tem muita coragem de falar o que pensa neste terreno. As pessoas mentem. A Dilma é claramente favorável ao aborto e, na eleição passada, fez um malabarismo para ficar em cima do muro. É triste ver os debates, porque você não tem o candidato que é a favor destas pautas e o conservador dizendo que é contra. Todo mundo cozinha um discurso, e, depois que ganha, é a mesma coisa. A Dilma certamente é favorável ao casamento gay e ao aborto, mas não consegue aprovar estas pautas, porque senão ela perde o apoio que tem. **São sempre estes os temas em que os candidatos voltam atrás...**

Ao longo da campanha, os candidatos vão sempre ficando mais à direita, para conseguir estes votos. Nenhum destes candidatos é salvador da pátria nem uma tragédia. Se fosse o Levy Fidelix



ou o Pastor Everaldo, eu estaria um pouco desesperado. Quando o Lula ganhou a primeira vez, tinha uma ideia de que ele ia mudar tudo. Mudou bastante, mas mudou o PT também, ficou tudo entrevado nestas coligações e estas coligações são idênticas no PT, PSDB ou Marina. Todo mundo que for governar é isso: não tocar no aborto, não tocar na legalização das drogas e aparelhar o Estado inteiro com cargos de indicação. Isto não é um privilégio do PT nem do PSDB. Esta é maneira que funciona a política no Brasil. A Marina veio com este papo da nova política e imediatamente fez as alianças, aliou-se ao Alckmin [governador de São Paulo], com quem ela disse que não se aliaria jamais duas semanas antes. Então este papo de governar com os bons é ridículo e também acho ridículo os outros candidatos acusarem a Marina de ser idealista, como se o facto de governar com o Renan Calheiros (presidente do Senado) e com o José Sarney (aliado do PT) fosse uma vantagem. Nós conseguimos as alianças mas não conseguimos fazer as coisas que precisam ser feitas porque

temos estas alianças, não vamos conseguir fazer nada do que precisa ser feito porque não temos as alianças, afinal ninguém consegue fazer as coisas que precisam ser feitas. Mesmo assim, o Brasil avançou muito nos últimos 20 anos nos governos do Fernando Henrique, do Lula e da Dilma, mas falta muito.

Isso faz lembrar a frase do psicoterapeuta alemão “é mais fácil ficar com um problema do que buscar a solução”. Será que o Brasil consegue sair deste círculo vicioso?

Precisava não ter medo da mudança, precisava que as pessoas assumissem suas posturas. Fazer rupturas. No final, o que a Marina propõe é muito parecido com o que aconteceu com o Lula: “Eu vou governar com a extrema-esquerda e com a extrema-direita”. É um pouco este ajuste que o PT fez ao aliar-se a todos os lados, e fica neste muro aí.

E dá para pensar em sair deste conflito?

Não sei a solução, não. Não é um conflito, o problema é que não há conflito, precisava de mais conflito. Precisava ter coragem

“

O político é só alguém que tem mais acesso à roubalheira ou tem como roubar mais, está no pote de mel

para fazer mudanças.

Mas quem vota em quem está lá é a sociedade.

Não acho que os políticos brasileiros sejam diferentes dos brasileiros. Os políticos brasileiros são legítimos representantes da sociedade brasileira. O problema não são os políticos. Você vai tirar a carta de condução ou você vai chamar um canalizador, a corrupção está instalada em tudo. Eu tive a minha carta cassada por excesso de multas e fui a cinco despachantes para tentar que levassem meus documentos para tirar uma nova carta no Detran

(Departamento de Trânsito), faz uns quatro anos. Todos queriam que eu subornasse, que eu pagasse mil reais “de taxa” ao Detran, e eu dizia que não queria pagar, eles diziam que só faziam se tivesse o esquema. Tudo é assim, da reunião de condomínio a... Não é que nós votamos errado. O Brasil inteiro é assim: fisiologismo, nepotismo, umas pessoas que indicam as outras que são parentes. Todo mundo é “do jeitinho”, todo mundo é da corrupção. Sou muito pessimista em relação a isto. O Brasil é corrupto do dedão do pé ao último fio de cabelo. O político é só alguém que tem mais acesso à roubalheira ou tem como roubar mais, está no pote de mel. Eu vou muito ao Rio de Janeiro em trabalho e apanho táxi do aeroporto Santos Dumont para o hotel, aí eu peço uma nota [factura] para o taxista e ele me pergunta: qual valor? Significa que se o táxi for 30 reais eu posso colocar 55 reais, você embolsa 25. Se você entrar nessa, você pode até falar “então faz aí 80 e eu te dou 10 a mais”. Mas não são os pobres, não. Um cara me chama para uma reunião numa grande editora. Para começo de conversa, o trabalho que ele me propõe não é daquela editora, é um projecto dele com uma outra editora. Já começa corrupto aí, está usando o espaço da editora para fazer um trabalho dele. Ele perguntou quanto eu cobrava por cinco roteiros de animação. Quando eu mandei o orçamento, ele disse que ia acrescentar 15 mil reais para mandar para a editora, porque era a comissão dele. E eu perguntei se a editora sabia. A resposta foi: “Não, isso é algo entre nós, porque eu estou cobrando uma taxa” de sei lá o quê, deu um nome técnico para a corrupção. O que aquele cara estava me propondo era “tungar” 15 mil reais porque achou que eu ia topar isto. Não são os petistas, não são os “tucanos” (PSDB), não é o Maluf, é todo mundo.

Então não há solução?

Também não sou um apocalíptico que acha que o Brasil é uma merda. Eu conheço muita gente que pega a factura no valor correcto, é um país que produziu Machado de Assis, que acaba de ganhar uma medalha Fields de Matemática. Eu escrevi uma crónica quando perdemos de 7 a 1 para Alemanha, quando se falou que a gente é incapaz de montar uma selecção. Isto não é o Brasil, isso é uma parte do Brasil, isso é a CBF (Confederação Brasileira de Futebol), é o taxista, o cara da editora, mas isso não é todo o Brasil. O Brasil tem o Impa, que é o Instituto de Matemática Aplicada do Rio, tem o Grupo

Corpo (dança), tem a Orquestra Sinfónica do Estado de São Paulo, tem o Carnaval, tem a bossa nova, o Instituto Butatã, que faz vacina e investigação de ponta para o mundo inteiro. Não é que tudo é uma droga... Isso é um discurso muito simplista e reducionista, da direita, este papo de que a gente tem que apagar tudo e mandar o país inteiro fazer um MBA em Chicago e fazer o Brasil virar uma *franchising* da Gessy-Lever. Não. **Já que nos propusemos colocar o Brasil no divã, vamos falar da contra-transferência em psicanálise. O que, de si próprio, está aí em tudo o que está analisando?**

Tem tudo. Eu faço parte deste povo. Os preconceitos estão todos em mim também. Eu sou de uma geração que já escutou que racismo e homofobia eram errados. Mas não vivi exactamente isso. Nunca tive um colega negro em toda a minha vida escolar, dos dois aos 17 anos, em classes de 30 a 40 alunos que mudavam quase todo o ano. A gente está falando de quatro escolas de 300 pessoas em que não havia nenhum negro, nenhum. Em escolas em que eu estudei, de 1000 alunos, havia um ou dois negros na escola inteira. É óbvio que, se você cresce num ambiente destes, você cresce com preconceitos. *Gay*, até à minha adolescência, não era uma coisa que você falasse assim, naturalmente. Era muito natural você falar “sua bicha, seu veado”.

Eu vivo na parte privada do Brasil, do seguro saúde, da escola particular, eu faço parte destes três por cento do Brasil, então tento fazer a minha parte, escrever sobre estas coisas. Não só tento, mas consigo não aceitar as notas corruptas, e luto muito contra o nepotismo de dar cargos, indicar coisas de amigos que você não gosta. Decidi que não ia mais escrever apresentação ou frase de livro de amigos, porque tenho muitos que escrevem e não gosto de tudo o que todos escrevem. Não posso escrever a orelha de um livro que eu não gosto de um amigo falando que é bom. É igualzinho a empregar a sogra na Secretaria de Desenvolvimento Agrário. Isso também é corrupção.

Ano grande do Brasil

Ver mais em www.publico.pt/ano-grande-do-brasil



Gestores da PT iam a despacho ao BES para receber instruções

Análise aos últimos meses de vida do Grupo Espírito Santo revela que na prática banco geria a tesouraria da PT
Segunda parte da história do fim de um império, Revista 2



Os CEO são muito mais ricos do que pensamos

Cidadãos querem menor diferença entre os salários dos gestores e os dos outros trabalhadores **p26/27**



"Não tinha, e não tenho, respeito pelas hierarquias"

Jornalista Maria Antónia Palla fala da liberdade e do filho, António Costa **p14 a16**

Portas também está contra eleições antecipadas

Há acordo contra antecipar as legislativas, mas não para decisão sobre coligação pré-eleitoral **p22/23 e Editorial**

Juízes exigem investigação a 'sabotagem' do Citius

Ministra da Justiça enviou relatório à PGR sugerindo que seja ponderado inquérito a suspeitas **p18**



2

PERFIL DE NUNO CRATO O MINISTRO QUE QUERIA IMPLODIR O MINISTÉRIO

ESPECIAL BRASIL

NINGUÉM GANHA SEM O VOTO DOS POBRES, MAS É A CLASSE MÉDIA QUE DECIDE ELEIÇÃO

DUAS MÁQUINAS ELEGEM PRESIDENTES NA BALBÚRDIA DE 28 PARTIDOS

O EFEITO LULA AINDA FUNCIONA?

BRASIL NO DIVÃ: "O BRASILEIRO TEM COM A SUA PRÓPRIA TERRA E COM A SUA PRÓPRIA VIDA UMA RELAÇÃO DE SAQUE"

Destaque, 4 a 13



PRESIDENCIAIS

Ninguém ganha sem o voto dos pobres, mas é a classe média que vai decidir a eleição

A campanha presidencial brasileira revelou um país fragmentado, pessimista e indeciso sobre a forma de prolongar as conquistas do passado. A escolha é entre a manutenção do *statu quo* e o risco da mudança – e o desfecho é imprevisível

Rita Siza em São Paulo

Sem a certeza do resultado, os brasileiros vão hoje às urnas para escolher, como sempre acontece em qualquer votação, entre a continuidade e a mudança. Confrontados com dois projectos políticos diferentes – embora não necessariamente antagonistas –, e dois candidatos com ideias e visões muito distintas sobre a gestão presente e o futuro do país, os eleitores estão divididos entre a Presidente Dilma Rousseff, candidata a um segundo mandato pelo Partido dos Trabalhadores (PT), e Aécio Neves, o concorrente do Partido da Social-Democracia Brasileira (PSDB) – representantes das duas forças políticas que se digladiaram nas eleições dos últimos 25 anos.

A votação de hoje tem como pano de fundo uma economia estagnada, com a inflação a bater no tecto da meta de 6% e o crescimento a registar uns anémicos 0,3%, em contracção com os países da região; uma insatisfação generalizada com a qualidade dos serviços públicos, dos transportes à educação e à saúde que, segundo as sondagens, é a maior preocupação dos eleitores; e as manchetes dos jornais ocupadas

diariamente com títulos sobre corrupção, desvios de dinheiros públicos, troca de favores e nepotismo.

Não é um país optimista que vai às urnas: mais do que tudo, o Brasil, que conquistou um lugar cimeiro no mundo pelos seus avanços económicos e impressionantes desenvolvimentos sociais, vota para não perder as conquistas das últimas décadas e manter-se na rota do sucesso.

As receitas para garantir esse caminho são, naturalmente, diferentes para cada um dos candidatos. A Presidente Dilma Rousseff promete prolongar o projecto desenvolvimentista iniciado pelo seu antecessor Luiz Inácio Lula da Silva, e concentrar todas as energias e recursos do Governo federal na redução das assimetrias e desigualdades que ainda são gritantes no Brasil. O seu adversário Aécio Neves garante ter a solução para recuperar as contas públicas e impulsionar o país com um novo dinamismo, sem deixar de atender às necessidades dos mais desfavorecidos, mas libertando-os progressivamente da dependência do Estado.

Durante a campanha – que foi tensa e agressiva –, compôs-se um retrato de divisão do Brasil, onde cabem vários países distintos, caracterizados por uma série de dicotomias e confrontos: de ricos *versus* pobres; do Norte/Nordeste *versus* o Sul/Su-

deste; ou populistas *versus* elitistas. A habitual arrumação do eleitorado em direita e esquerda, que fruto da complexidade do sistema político do Brasil é um exercício inconsequente e até fútil, não explica o braço-de-ferro prolongado nas sondagens entre os dois candidatos.

O voto é pragmático

Em vez disso, é o factor “renda” (como no Brasil se designa o escalão de rendimentos) que melhor explica a polarização eleitoral manifesta em todas as pesquisas de intenção de voto. A Presidente Dilma Rousseff domina em absoluto entre aqueles que estão na faixa do salário mínimo, e por isso estão mais dependentes do Estado. No outro extremo da escala, aqueles com rendimentos superiores a dez salários mínimos estão esmagadoramente ao lado de Aécio Neves. No Brasil, é um facto que ninguém vence sem o voto dos pobres, mas neste domingo a disputa (e a chave da eleição) está entre a classe média – os que têm entre dois a cinco salários mínimos, e compõem a classe C, que cresceu exponencialmente com os governos do PT. “A polarização estrutura-se em relação à questão da igualdade”, diz o cientista político da Fundação Getúlio Vargas, Cláudio Couto.

Existe um elemento de luta de



classes no combate eleitoral que, por força das circunstâncias, se converteu também numa oportunidade para os eleitores acertarem contas com o PT, no poder há 12 anos. Segundo o “blogueiro” Leonardo Sakamoto, “há uma camada significativa da população que vê nas chamadas classes ascendentes – ou gente diferenciada – uma ameaça aos seus privilégios”. Mas analistas e comentadores ouvidos pelo PÚBLICO descartam a ideia de uma polarização irremediável, ou de que o vencedor será aquele que ficar de pé no suposto duelo PT/anti-PT que fracciona o país. “Isso são tudo elementos, mas não são decisivos. O voto é pragmático: o eleitor decide com qual dos candidatos ganha mais e com quem perde menos”, sublinha José Roberto Toledo, o analista que é a “autoridade” eleitoral do jornal *O Estado de São Paulo*.

Atendendo ao facto de 70% dos brasileiros insistirem nas sondagens no seu desejo de mudança, a questão deste domingo acabará por ser uma definição dos termos em que ela ocorrerá. “Será uma mudança feita preferencialmente por dentro, através da reeleição da Presidente na esperança de que consiga num segundo mandato; ou será uma mudança literal de troca de cadeiras, com novos governantes e um novo

rumo?”, distingue Toledo.

Nesse sentido, a votação acaba por ser um plesbício ao Governo de Dilma e aos 12 anos de poder do PT que, para o analista, “é o normal, está dentro da regra em qualquer país do mundo”. “A decisão dos brasileiros será escolher entre manter o modelo que conseguiu fazer emergir uma classe média numa escala que nunca houve no Brasil, mas que revela sinais de esgotamento e necessidade de revisão, ou voltar ao modelo de há 12 anos”, acrescenta.

Os blocos de apoio indefectível dos dois candidatos organizaram-se em função dos respectivos padrões ideológicos e também de estereótipos e preconceitos colectivos. De certa maneira, a mensagem eleitoral das duas candidaturas reproduziu e alimentou essa divisão, perpetuando a caricatura: boa parte do tempo, Dilma e Aécio falaram para esses dois Brasis diferentes, que se caracterizam pela mera rejeição e oposição sistemática de um ao outro. Na sua definição, existe o Brasil do medo, que está disposto a tudo tolerar em nome das importantes melhorias do passado, e por isso continuará a votar no PT; e o Brasil do risco, que pensa na mudança e “destruição criativa” como a solução mágica para todos os (complexos) problemas que o país enfrenta –



RICARDO MORAES/REUTERS

Aécio Neves e Dilma Rousseff no último debate televisivo, na Globo. Sondagens davam ligeira vantagem a Dilma

existe uma tendência clara a favor da situação ou da mudança, ambas acarretam riscos.

Mas, pela primeira vez, as sondagens detectaram a existência de um outro grande grupo de eleitores, que não se enquadra nas categorizações do passado. As manifestações que explodiram nas grandes cidades brasileiras em Junho de 2013 expuseram um outro Brasil: um país que já não está necessariamente em vias de desenvolvimento e continua a modernizar-se, que colhe os primeiros frutos da democratização do acesso ao ensino e às tecnologias, onde a subida nos rendimentos fomentou o contacto com novas realidades (nacionais e estrangeiras) e que descobriu na rua um novo espaço de diálogo e construção política, em vez de meramente um local de passagem.

Como nota o professor de Gestão de Políticas Públicas da Universidade de São Paulo (USP) Pablo Ortellado, apesar das elevadas expectativas criadas, as pautas (temas) dos protestos de 2013 não só não vingaram na campanha como não tiveram impacto no processo eleitoral (pelo menos na primeira volta). “O tema dos transportes públicos esteve ausente da campanha, as questões de reforma política ou violência policial tão-pouco foram aprofundados”, observa, considerando que os candidatos correram um risco ao ignorar essas matérias da vida quotidiana dos brasileiros. “Um terramoto social como o de 2013 não acontece por acaso”, frisa.

Pelo seu lado, o especialista em questões eleitorais da *Folha de São Paulo* Fernando Rodrigues faz uma separação entre as expectativas relativamente ao impacto real dos

protestos do ano passado, “em que talvez as pessoas pensassem numa revolução” (que na sua opinião nunca esteve para acontecer, uma vez que os protestos foram conduzidos por “movimentos inorgânicos, sem líderes e sem partidos, e que têm tendência a diluir-se”), e a votação de 2014. “O que aconteceu pode ser lido da seguinte forma: as bancadas governistas [no Congresso nacional] diminuíram, então o protesto teve efeito”. E o facto de ter sido a agen-

73%

dos eleitores brasileiros dizem não ter preferência por nenhum partido, a taxa mais baixa da história. Este indicador aumentou mais de 20 pontos desde o início da campanha eleitoral

da de costumes – aborto, casamento gay, liberalização das drogas leves – o factor mobilizador da deriva conservadora no legislativo “não é necessariamente contraditório com o movimento nas ruas a favor de melhores transportes ou escolas”, nota.

José Roberto Toledo encontra apenas uma consequência das manifestações de 2013 na actual campanha política: o facto de, segundo os dados das sondagens, 73% dos eleitores brasileiros confessarem não ter preferência por nenhum partido, a taxa mais baixa da história. Esse indicador, que já era elevado em Junho, aumentou mais de 20 pontos

desde o início da campanha presidencial, revelando que “o jeito de fazer política está afastando o eleitor dos partidos”. “Infelizmente, a única consequência de 2013 foi despolitizar a política, afastar os eleitores do debate e tirar credibilidade”.

Esse estado de espírito foi ainda mais fomentado pela concentração (excessiva) do debate eleitoral em torno da questão da corrupção. “Esse tema foi fundamental para afastar ainda mais as pessoas dos partidos”, diz Toledo, acrescentando que, à excepção de um grupo muito restrito de apoiantes de Aécio Neves, “todo o resto [dos brasileiros] acredita que político é todo igual”, independentemente do partido. A perspectiva da política como “uma coisa baixa, corrupta, nojenta” – que permeou a campanha – reforçou a tendência de despolitização do eleitorado e “radicalizou a crise de representação” no Brasil, considera o analista. “O Brasil chegou num paroxismo.”

O editor-executivo do *Valor Econômico*, Cristiano Romero, escreveu que “o que está em jogo na eleição presidencial não é a manutenção do pacto social adoptado pelo país desde a Constituição de 1988, mas o consenso, formado há quase três décadas, sobre como a economia deve ser gerida”. Nesse ponto, estima, continuará de pé o chamado “consenso de Brasília”, caracterizado pela disciplina fiscal e reforma tributária, pela orientação dos gastos públicos para a saúde, educação e infra-estruturas, pela liberalização do comércio e abertura ao investimento estrangeiro, pelas privatizações e desregulamentação.

Isso é patente no programa dos candidatos. Dilma não se propõe →

que consequentemente se agrega em torno dos tucanos (a ave que é o símbolo do PSDB).

O cientista político e autor do livro *Marketing político e persuasão eleitoral*, Rubens Figueiredo, lembra que desde 1989 o confronto eleitoral brasileiro tem sido uma escolha entre a continuidade ou a ruptura com o *statu quo*. Em 1994, com o Plano Real, e em 1998, por causa da crise internacional, o eleitorado optou pelo que já conhecia, que no caso era o PSDB. Em 2002, prevaleceu

a mudança, personificada por Lula da Silva. Por causa da estabilidade do país, “já dava para arriscar, sem chance de errar”, recorda. No fim dos governos de Lula, em 2010, a sua taxa de popularidade era de 80%, e “nesse patamar a situação não perde de jeito nenhum. A tônica da eleição, automaticamente, é a continuidade”. Nesta eleição, a debilidade da economia, a sucessão de escândalos políticos e o efeito dos protestos de rua vieram baralhar o quadro, que é de impasse – não



→ **Série especial do Público. Ver mais em** www.publico.pt/ano-grande-do-brasil

PUBLICIDADE



CAMBRIDGE SCHOOL
PORTUGAL

Ano letivo inscrições abertas

Educação: o seu melhor investimento.

Investir em educação é a melhor forma de atingir objetivos pessoais e profissionais, alargar oportunidades e construir um futuro melhor.

info@cambridge.pt - www.cambridge.pt

INGLÊS | FRANCÊS | ALEMÃO | PORTUGUÊS PARA ESTRANGEIROS

PRESIDENCIAIS

→ **inflexir** a agenda de privatizações, concessões e parcerias público-privadas que seguiu no seu mandato; aliás, promete aprofundar essa linha, tradicionalmente defendida por governos mais liberais. E Aécio garante a manutenção e “aprimoramento” dos programas sociais e de redistribuição, com destaque para o Bolsa Família, que é a grande bandeira do PT (e apesar da oposição feroz dos sectores mais conservadores da sua base). Como notava ontem Cláudio Couto, no “Estadão”, “há um efeito ‘catraca’ de certas políticas públicas que, uma vez implementadas, não têm como ser revertidas totalmente. Assim, diferentes partidos, alternando-se no governo, implantam agendas que se complementam ao longo do tempo”.

A corrida de 2014, marcada por várias reviravoltas, transformou-se na disputa mais acirrada dos últimos 20 anos, e o resultado final permece totalmente imprevisível. As últimas sondagens dos institutos Datafolha e Ibope colocam Dilma Rousseff na frente e favorecem o cenário da reeleição, mas o mais elementar bom senso recomenda que os números sejam encarados com relativo cepticismo: na primeira volta, o concorrente do PSDB furo completamente as previsões feitas na véspera do escrutínio, conquistando 33% dos votos das urnas, muito mais do que os 24% que as pesquisas lhe atribuíam.

A subida de Dilma Rousseff nas sondagens da última semana é vista pelos comentadores como a prova do sucesso da desconstrução do adversário feita pela sua campanha – a estratégia já tinha sido utilizada na primeira volta contra Marina Silva. Uma fonte ligada ao marketing da candidatura “petista”, com quem o PÚBLICO falou, explicou que esse trabalho assentou basicamente no “rebate de mitos que foram sendo veiculados pela imprensa” e, ao mesmo tempo, na apresentação do chamado lado B da campanha adversária, com a exposição de factos menos abonatórios para o candidato “tucano”. As redes sociais – e particularmente o Facebook, onde se multiplicaram páginas associadas à candidatura – foram a chave da campanha de desconstrução.

Rejeitando as críticas de uma estratégia suja e baixa, aquele profissional garantiu que não foi divulgado “nada que não tivesse já sido publicado e pudesse ser provado”. “Nós só identificámos a rachadura no mito e, a partir daí, expusemos



o lado obscuro, tirando os demónios [do armário]”. No caso de Aécio Neves, tratou-se de refutar a sua narrativa de gestão exemplar, contrapondo dados do seu governo em Minas Gerais, de denunciar a sua alegada “dificuldade de separar público e privado” com casos como

o da construção de um aeroporto público em terrenos da sua família e de alimentar a dúvida e o receio da política económica de Armínio Fraga, o presumível indicado do PSDB para a pasta das Finanças. A mesma fonte apontou ainda um factor favorável para que a desconstrução

Os protestos contra o Mundial de 2014 foram conduzidos por movimentos inorgânicos, sem líderes nem partidos, e diluíram-se

resultasse: o facto de a campanha do PSDB ter enveredado por uma linha contrária às comparações. “Ao pedirem ao eleitor para não olhar para o retrovisor, eles estão a falhar na defesa do seu legado. Aí a mensagem fica baseada no mito, que nós procuramos desconstruir”, referiu.

Denúncias da *Veja* agitam o fim da campanha

Numa eleição imprevisível, em que nenhum dos candidatos descola nas sondagens, não é de excluir que a reportagem publicada na última edição da revista *Veja* funcione como aquilo a que os americanos chamam bala de prata [*silver bullet*] que, mesmo sem acertar em cheio no alvo, é mortífera: dentro de algumas horas será possível perceber se a revista que fez capa com uma fotografia de Dilma Rousseff e Lula da Silva e o título “Eles sabiam de tudo”, sobre o já chamado “Petrolão”, foi fatal para a Presidente.

A notícia cita o suposto depoimento de Alberto Yousseff, um dos envolvidos no escândalo de corrupção da Petrobras, no âmbito do acordo de delação premiada que assinou com a justiça. O Petrolão é uma trama que inclui a sobre facturação de obras e pagamentos ilícitos a

políticos, quase todos da base aliada do PT. Questionado sobre quem sabia das movimentações financeiras ilícitas da petrolífera estatal, a testemunha terá respondido “o Planalto”. E quem no Planalto? “Dilma e Lula”, prosseguiu, segundo a revista, que reconhece não haver provas disto. Essa versão foi desmentida pelo advogado de Yousseff. “Nunca ouvi nada que confirmasse isso [cumplicidade de Dilma e Lula] nem conheço esse depoimento.” A campanha de Dilma Rousseff reagiu com dureza e agressividade. O comportamento da *Veja* corresponde a “terrorismo eleitoral” com o objectivo de “interferir de forma desonesta e desleal” no processo eleitoral, denunciou Dilma, que classificou o artigo como “uma barbaridade e uma infâmia”. “Darei resposta na justiça”, prometeu.

O efeito da notícia da *Veja* na votação da Presidente é difícil de prever. No dia da publicação, havia quem distribuisse cópias do artigo à entrada das estações de metro em São Paulo — uma cidade maioritariamente ao lado de Aécio Neves. O candidato do PSDB deu a Dilma uma “oportunidade para se defender” das denúncias da *Veja* no último debate na rede Globo, desafiando-a a explicar ao povo qual era a sua posição em relação à corrupção. “Não compactuo nem com corruptos nem com corruptores”, respondeu a Presidente.

A reportagem indignou dez apoiantes de Dilma, que vandalizaram a sede da editora da revista em São Paulo, com pichagens e lixo. Entretanto, o Tribunal Superior Eleitoral proibiu a *Veja* de publicitar esta edição, na rádio, na TV ou em *outdoors*.

Para outro “marqueteiro” ouvido pelo PÚBLICO, que esteve directamente envolvido na campanha da primeira volta e pediu para não ser identificado, a fragilidade da campanha “tucano” foi ter investido todas as fichas na mensagem anti-PT. “A comunicação das campanhas é uma batalha de valores e representações e a candidatura do PSDB não soube tão bem expressar quais eram os valores de Aécio Neves, para além de ser contra o PT”. A mensagem da Presidente, considera “foi mais objectiva e concreta”. Acossada pelo desgaste político, e debaixo de fogo intenso por causa do escândalo de corrupção na Petrobras, Dilma lembrou constantemente aos brasileiros que foi ela que “enfrentou a crise e impediu que ela entrasse na sua casa, protegendo você e o seu emprego”, acrescenta.

Ainda que vários comentadores tenham censurado a dura campanha que agora termina como uma constatação da debilidade da democracia brasileira, Fernando Rodrigues contesta essa visão e salienta o facto de o Brasil estar a realizar a sétima eleição presidencial directa consecutiva em total liberdade. “O país está a viver o período verdadeiramente democrático mais longo da sua história, e isso é muito relevante.” No dia 1 de Janeiro de 2015, quando o vencedor da disputa de hoje for formalmente empossado em Brasília, “será o sétimo Presidente que foi eleito por voto directo a tomar posse. Sabe quando isso aconteceu antes no Brasil? Nunca! Vai ser a primeira vez desde 1500”, assinala, reforçando a importância dessa nota histórica.

Rodrigues também não alinha com a leitura pessimista que vê no ambiente crispado da campanha e no clima de beligerância muito forte entre o PT e o PSDB a génese de uma crise institucional ou o risco de o país entrar num colapso político. “Ninguém tem uma bola de cristal para prever”, ressalva, mas, na sua opinião, o potencial de uma crise pós-eleitoral vem do lado da economia e não do campo político. A fragmentação vai continuar, mas, comparando com o que aconteceu nas anteriores eleições de 2002, 2006 e 2010, que resultaram em governos do PT, o analista refere que “os partidos políticos de oposição [ao PT] nunca estiveram tão fortes quanto hoje”. “Se a oposição perder, será uma derrota da qual sai mais robusta do que entrou: ela está maior agora do que no princípio do processo”.

O MELHOR DO MUNDO FAZ 4 GOLOS EM 90 MIN.

**IMAGINE O QUE PODE ACONTECER
EM 8 SEMANAS.**

**ASSINE O PÚBLICO ONLINE POR APENAS 0,99€* E ACEDA A TODOS
OS CONTEÚDOS NO SEU COMPUTADOR, TABLET E SMARTPHONE.**

8 SEMANAS
— APENAS —
0,99€*
PARA NOVOS ASSINANTES



PRESIDENCIAIS

Duas máquinas elegem presidentes na balbúrdia de 28 partidos

Após Collor de Mello, só o PT e o PSDB disputaram a nomeação dos presidentes, resistindo a ameaças como Marina Silva ou o PMDB, o maior partido do país

Manuel Carvalho

No Brasil há partidos para todos os gostos e feitios, mas das 28 siglas capazes de eleger deputados para a Câmara de Representantes só duas têm conseguido disputar as eleições para a Presidência da República. Desde que a democracia regressou em pleno ao país após a longa noite de ditadura militar (1964-1985) só por uma vez a escolha do presidente brasileiro não opôs os candidatos do Partido dos Trabalhadores (PT) aos do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB): foi em 1989, quando a primeira eleição directa pôs frente a frente Lula da Silva e Fernando Collor de Mello, do Partido de Reconstrução Nacional, numa campanha dramática que Collor acabaria por ganhar na segunda volta. Desde então, com Lula e com Dilma Rousseff pelo lado do PT, e com Fernando Henrique Cardoso (FHC), José Serra, Geraldo Alkmin e, agora, Aécio Neves pelo do PSDB, os dois partidos garantido a rotatividade do poder no palácio do Planalto.

Marina Silva, apoiada pelo Partido Socialista Brasileiro, chegou a ameaçar quebrar o duopólio, mas, apesar de obter 22 milhões de votos, acabou na posição que ocupara nas eleições de 2010: no terceiro lugar, fora da segunda volta. Depois, o

maior partido brasileiro, o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), continua remetido ao seu habitual papel de muleta de um dos principais contendores (integra a coligação que apoia Dilma Rousseff e indicou o vice-presidente da lista, o paulista Michel Temer). Porquê? “Para um partido ter um candidato a presidente precisa de reunir três condições: dispor de um mínimo de unidade interna para se unificar em torno de um nome; ter um programa político que o diferencia dos outros; e ter reconhecimento político por parte dos eleitores”, recorda Paulo Victor Melo, cientista político da Universidade Federal de Minas Gerais, em Belo Horizonte.

Ora, no Brasil só o PSDB e o PT reúnem estas três condições. Têm um partido estruturado e implantado em todos os estados do Brasil, dispõem de um conteúdo programático que os eleitores conseguem perceber através das heranças dos governos de Fernando Henrique Cardoso (1994/2002) e de Lula da Silva (2002/2010), e são capazes de esgrimir bandeiras capazes de mobilizar o eleitorado, seja a estabilização das finanças públicas operada pelo Plano Real, seja a correção das desigualdades operada pelas políticas sociais acentuadas no primeiro governo do PT.

Por oposição, o PMDB está fora destes critérios. É hoje uma “fede-



ração partidária de caciques locais com uma articulação mínima para manter a unidade”, na leitura de Paulo Victor Melo. O seu programa é por isso vago, as suas lideranças confusas e as suas opções são muitas vezes determinadas mais pelos interesses dos seus membros do que pelas necessidades do partido. É o chamado “fisiologismo”, que muitos consideram ser uma herança do regime oligár-

quico do colonialismo português.

Na origem, quer o PT quer o PSDB tem as suas origens no coração do poder do Brasil, o estado de São Paulo. O PT nasceu primeiro, em 1980, um ano depois de a ditadura abrir o sistema partidário, e reunia um amplo espectro de correntes de esquerda, de trostkistas a católicos progressistas ou a intelectuais como Sérgio Buarque de Holanda (pai de Chico Buarque), embora o núcleo

duro que promoveu a sua criação tenha sido liderado pelos sindicalistas da indústria automóvel. Lula da Silva tornou-se o seu líder carismático. Ainda hoje, 35 anos depois, o é.

O PSDB procurava representar uma outra faceta política de São Paulo. Reunia figuras históricas da oposição, como Mário Covas, intelectuais como o sociólogo Fernando Henrique Cardoso, jovens ligados a uma nova geração como Aécio

Lula da Silva, no PT, e Fernando Henrique Cardoso, no PSDB, deixaram máquinas bem oleadas num espectro partidário confuso e pulverizado por 28 siglas

Neves, quadros do activismo estudantil que haviam conhecido o exílio como José Serra (FHC também teve de abandonar o país nos anos de chumbo dos militares) ou figuras com experiência política e apoio popular, como o ex-governador de São Paulo Franco Montoro. A sua proposta política tinha um cunho modernizante, mas era antes de mais o resultado de uma dissidência do bloco político que na época ocupava o poder. Não era uma criação de base como o PT.

Nos primeiros anos da democratização, o PSDB advogava no seu programa a abolição do “carácter nacionalista e estatizante que caracterizava a feição do Estado brasileiro desde o governo Vargas na década de 1930”, de acordo com o cientista político Celso Roma, autor do estudo *A institucionalização do PSDB entre 1988 e 1999*. Propunha “a prevalência do trabalho sobre o capital” e defendia “a construção de uma ordem social justa e garantida pela igualdade de oportunidades”. O PT ia mais longe e recusava o reformismo. No seu programa original afirmava que “as correntes social-democratas não apresentam, hoje, nenhuma perspectiva real de superação histórica do capitalismo imperialista”.

A experiência do poder mudou a natureza dos dois partidos. “A necessidade de conquistar o poder aproximou-os do centro”, explica Paulo Victor Melo. Ao ponto de hoje ser difícil posicioná-los na dicotomia estrita da direita e da esquerda. “Os eleitores não ligam a isso”, diz Adriano Oliveira, professor de Ciência Política da Universidade Federal de Pernambuco, no Recife. Os eleitores anti-PSDB acusam o partido de Aécio Neves de “ser a favor do baixo crescimento e do desemprego”, enquanto os adeptos do PSDB tentam colar ao partido de Dilma os anátemas “da corrupção ou o de trabalhar apenas para os pobres”, diz, recorrendo a uma imagem simplificadoras, Adriano Oliveira.

Chegado primeiro ao poder do que o seu rival histórico, o PSDB cumpriu nos mandados de FHC a condição prévia que tinham considerado prioritária: o combate à inflação. O Plano Real fez recuar a inflação de uns estratosféricos 916% ao ano para a casa dos 12,53%. Mas, num período de baixo crescimento económico e desemprego alto, as suas promessas de transferência de rendimento ficaram aquém do prometido. Depois, o Governo de FHC desregulamentou a economia e

emagreceu o estado com a privatização de companhias como a Embraer ou a Vale do Rio Doce (um processo que ficaria conhecido como a “privataria tucana”). Quando perdeu o poder em 2002, o PSDB tinha colado o rótulo de partido de direita ao serviço dos interesses do capital.

Lula disse-o e repetiu-o na campanha que disputou com José Serra, em 2002. Para ele, a prioridade era reparar a herança histórica da pobreza e da exclusão social. Três refeições por dia para todos. Mas perante o avolumar das ameaças de organismos internacionais que degradaram o “risco Brasil” à medida que subia nas sondagens, o candidato

O PMDB não elege presidentes, porque é uma “federação partidária de caciques locais com uma articulação mínima para manter a unidade”, analisa o investigador Paulo Victor Melo

do PT viu-se forçado a um compromisso com o mercado. Numa “Carta Aberta aos Brasileiros”, de Junho de 2002, Lula prometia cumprir os contratos internacionais e “ordenar as contas públicas e mantê-las sob controle”.

A migração dos dois partidos para posições mais ao centro, percurso que as últimas eleições acentuaram, nota-se no posicionamento político dos seus líderes principais. Dilma, que passa pela luta armada e pela militância no PDT de Brizola é hoje mais centrista que uma boa parte dos quadros do PT. O seu ideário baseia-se muito “no trabalhismo e na aposta nas empresas nacionais”

que fazem parte desse legado, explica Paulo Victor Melo. Já Aécio é para este investigador um representante da ala mais à direita do PSDB. “Ele está na mesma posição de Geraldo Alkmin (reeleito governador de São Paulo), mas à direita de José Serra e de FHC”, acrescenta o investigador. Nas grandes questões políticas, porém, “os dois partidos têm a mesma agenda”, diz Adriano Oliveira: não põem em causa os programas sociais, defendem a estabilidade macroeconómica e são favoráveis, em doses diversas, de concessões a privados em áreas como as infra-estruturas de transporte ou da energia.



→ Série especial do Público. Ver mais em www.publico.pt/ano-grande-do-brasil

PUBLICIDADE

* PREPARE-SE PARA A VIAGEM.

INTERSTELLAR

6 DE NOVEMBRO NOS CINEMAS

PREPARE FOR THE JOURNEY*
Para qualquer aventura que a vida lhe proporcione, esteja preparado. Descubra o mundo *Interstellar* com um Hamilton.



KHAKI PILOT DAY DATE
MOVIMENTO AUTOMÁTICO SUÍÇO

ESTÁ PREPARADO?
Interstellar.hamiltonwatch.com

HAMILTON
AMERICAN SPIRIT ■ SWISS PRECISION

PRESIDENCIAIS

O efeito Lula
ainda funciona?

Ganhe Dilma ou Aécio esta eleição renhida, as respostas às dificuldades económicas não serão diametralmente diferentes. Essa é a boa herança de Lula. E Dilma não pode fazer milagres



Análise
Teresa de Sousa

Em 2010, Lula da Silva terminava o seu segundo mandato com uma aprovação próxima de 80%. Obama confessava publicamente a sua inveja. O Presidente operário que dera um novo brilho ao Brasil e tirara 25 milhões de pessoas da pobreza mais extrema reinava ainda sobre o seu país e sobre o mundo. Foi relativamente fácil dizer aos brasileiros que a sua sucessora designada seria a chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff. O grande protagonista das eleições desse ano não foi Dilma, a candidata, mas Lula, o seu criador. A escolha de Lula nunca foi bem entendida nem sequer na liderança do Partido dos Trabalhadores, que tinha as suas próprias ambições mas que estava marcada de forma indelével pelo escândalo do Mensalão (2004).

Lula apresentou-a como a sua pupila bem-comportada. Muita gente admitiu na altura que ele próprio queria voltar ao Planalto daí a quatro anos. Ainda hoje uma maioria ampla de brasileiros preferia que tivesse sido ele o candidato em 2014. Mas isso não seria possível numa democracia consolidada como é hoje o Brasil. Repetir a estratégia de Putin, que escolheu um

figurante para governar a Rússia por um breve interregno, para regressar depois, não seria nada abonatório para a democracia brasileira. Dilma deixou de ser a sua pupila, mesmo que ele ainda hoje goste de a considerar assim. Mas, quando ele aparece, é ele que faz a festa.

Foi assim nesta recta final da campanha, quando Dilma se viu num aperto com que não contava, chegando a estar ligeiramente atrás de Aécio Neves nas sondagens para a segunda volta. Por coincidência, ou não, a reentrada em cena do anterior Presidente marcou a recuperação da candidata. Só que, desta vez, Lula pôs as suas próprias condições. Escreve a *Folha de S. Paulo* que criticou a frieza burocrática dos tempos de antena, dizendo que faltava gente e calor, mas havia Dilma a mais. Quis ainda o afastamento do ministro Aloizio Mercadante, o apoio político de Dilma na campanha, e a entrada em cena do ministro Miguel Rossetti. João Santana, o muito eficiente e poderoso chefe dos “marqueteiros” da Presidente, cedeu a tudo. “Santana e Mercadante eram adeptos da ideia de que Dilma devia construir a sua identidade própria”, escreve a *Folha*.

Se há ainda um efeito Lula, porque milhões de brasileiros sentem por ele uma profunda gratidão, não é fácil a um líder que se transformou num símbolo encontrar o seu espaço político, que já não pode ser o de actor principal. A participação intermitente do anterior



Lula tratou da “destruição” de Marina, na primeira volta, e de Aécio, na segunda. Aqui com uma agressividade pouco consonante com o estatuto de estadista que conquistou

Presidente teve, por isso, a sua dose de ambiguidade. Não se eximiu de criticar Dilma poucos meses antes da primeira volta, quando a campanha já estava em andamento. Numa entrevista colectiva, declarou que o país poderia estar melhor. “Dilma vai ter de dizer isso na campanha claramente: como é que a gente vai melhorar a economia.” Recomendou “mudanças na condução do Governo”. Como contrariar os dados negativos da economia brasileira foi um tema essencial na campanha e seria sempre uma dificuldade para Dilma. As últimas sondagens, no entanto, revelaram que os brasileiros mudaram de atitude na recta final, mostrando-se mais optimistas quanto ao futuro. Os números e as percepções, dizem os analistas, podem andar desfasados.

Quanto a Lula, ele seguiu a sua própria agenda. Dilma cobrou-lhe a inesperada entrada em cena de Marina Silva na corrida

eleitoral, pedindo-lhe uma mão na estratégia de destruição da candidata. Na segunda volta, Lula assumiu para si a tarefa da “destruição” do candidato do PSDB. Fê-lo utilizando argumentos que deixam muito a desejar num líder da sua envergadura que nunca foi radical nos oito anos que esteve no Planalto. Querendo apresentar o PSDB como intolerante, comparou-o a um partido nazi. “De vez em quando parece que estão agredindo a gente como os nazis agrediam no tempo da II Guerra.” Acusou Aécio de má educação e grosseria, por ter chamado leviana à Presidente num debate televisivo. “Se fosse um homem, não teria usado essa palavra.” Caracterizou o opositor de Dilma como um “filho de papai” que nunca teve dificuldades na vida em contraste com a “guerrilheira” que combateu a ditadura e sofreu na prisão as consequências. Digamos que nessa altura o candidato

do PSDB tinha sete anos e que pertence a uma família política que lutou pela democracia. O seu avô foi Tancredo Neves, o primeiro Presidente eleito depois da redemocratização, que acabaria por morrer antes de tomar posse. Dilma, como muitos outros estudantes que combateram a ditadura, vinha de uma família abastada.

No calor da campanha e com a magia de Lula, os pormenores são desnecessários. Dilma acusou a imprensa (a revista *Veja* em primeiro lugar) de jogar contra o PT ao revelar os escândalos relacionados com a Petrobras. Lula preferiu a *The Economist*, “que teve a pachorra e a insensatez de dizer que o povo brasileiro deveria votar no Aécio”. “Fiquei pensando: será que esta revista é imbecil?” Ele, como ninguém, mantém a capacidade para mobilizar os mais pobres, diabolizando uma elite que não quer partilhar a sua riqueza.

As palavras de Lula, seja lá o



➔ Série especial do Público. Ver mais em www.publico.pt/ano-grande-do-brasil

Dilma mais perto da meta, mas com Aécio a aproximar-se

Hugo Daniel Sousa

As sondagens valem o que valem e na primeira volta das eleições brasileiras não acertaram completamente. Mas a verdade é que Dilma Rousseff chega ao dia da segunda volta das presidenciais com uma ligeira vantagem sobre Aécio Neves, embora o candidato social-democrata tenha conseguido evitar

que a Presidente se distanciasse.

As últimas sondagens antes das eleições, reveladas ontem à noite, colocam a actual Presidente à frente da corrida eleitoral. O Ibope atribui 49% das intenções de voto à candidata do Partido dos Trabalhadores contra 43% do candidato do Partido da Social Democracia Brasileira. Em relação à sondagem de quinta-feira, Dilma mantém os mesmos valores e Aécio Neves sobe dois pontos percentuais, contribuindo para que a

imprensa brasileira veja esta recuperação como um sinal de que está tudo em aberto quanto ao vencedor.

A Datafolha também coloca Dilma à frente (52% contra 48% numa análise dos votos válidos, 47% contra 43% nos votos totais). Esta diferença de quatro pontos percentuais está ainda dentro do limite da margem de erro (dois pontos percentuais para cima ou para baixo), embora o próprio *Folha de São Paulo* sublinhe que a maior probabilidade é que a “petista” esteja

à frente, já que a única hipótese de empate é verificar-se o erro máximo (em sentidos opostos) no resultado dos dois candidatos.

Estas são as últimas sondagens antes das eleições deste domingo e surgiram já depois do último debate televisivo entre os dois candidatos e após a polémica capa da revista *Veja* (ver notícia da pág. 6), que acusava Dilma Rousseff e Lula da Silva de terem tido conhecimento das práticas de corrupção na Petrobras.



que ele diga, ainda contam. Nos últimos dias, Dilma reforçou a sua votação, sobretudo no eleitorado feminino e nos mais pobres, o que lhe garantiu descolar de Aécio e, muito provavelmente, ganhar hoje a eleição para um segundo mandato. A questão que falta resolver é o que fazer com um líder da sua dimensão que ainda não está pronto para abandonar a política, embora a política não tenha nada de particular para lhe dar neste momento. Há analistas que dizem que Lula se adaptaria muito bem a uma vitória do candidato do PSDB, que lhe garantiria o regresso como o salvador da pátria. Parece demasiado maquiavélico para poder ter sequer um fundo de verdade.

Depois desta eleição renhida mas tranquila, ganhe Dilma ou Aécio, as respostas às dificuldades económicas não serão diametralmente diferentes. Essa foi a boa herança de Lula. E Dilma não pode fazer milagres.

PUBLICIDADE

OYSTER PERPETUAL SKY-DWELLER
EM OURO BRANCO 18 QUILATES

AQUAVERDI

Rua de Santa Catarina, 137 – PORTO
Tel. 222 037 525

Palácio das Cardosas
Praça da Liberdade, 25 – PORTO
Tel. 220 146 320

ROLEX

Brasil no divã

Entrevista a
Contardo
Calligaris



“O brasileiro tem com a sua própria terra e com a sua própria vida uma relação de saque”

Dias antes das eleições, pedimos a três escritores brasileiros que colocassem o Brasil no divã. Neste dia da ida às urnas, a conversa é com o psicanalista italiano Contardo Calligaris, que adoptou São Paulo como a sua casa. *Por Simone Duarte, em São Paulo*

Com um humor sempre na ponta da língua, o discípulo e amigo de Jacques Lacan e Roland Barthes, Contardo Calligaris, viu, este ano, o personagem dos seus livros de ficção, o psicanalista Carlo Antonini, ir para o ecrã da televisão na série *Psi* da HBO. Sentado ao lado do divã de seu consultório, faz o primeiro diagnóstico: “A primeira grande neurose do Brasil é derivada da colonização. O Brasil não foi colonizado, foi saqueado.”

Que episódio desta campanha eleitoral escolheria e descreveria, numa analogia com a psicanálise, como um sintoma que demonstra o conflito?

É a publicação do programa da Marina e logo depois a correcção no que concerne especificamente à união estável e o casamento *gay*. Você se lembra de que o programa original parecia indicar que a Marina seria favorável ao casamento *gay* e parece que não era bem isso o que ela queria dizer. Ela fez uma besteira do ponto de vista político; a besteira é publicar uma coisa que você não quer, mas a besteira maior

ainda é voltar atrás, uma besteira do ponto de vista eleitoral. Este episódio chamou a atenção para uma realidade que todo o mundo sabia: a relação de Marina com as religiões evangélicas, que não significa necessariamente uma dependência política. É interessante notar, e surpreendente, que no Brasil de hoje afinal existe uma classe média laica que provavelmente tem um peso na opinião pública maior do que ela mesmo suspeita. Em grande parte, a queda da Marina nas pesquisas foi devido a isto. Eu conheço um monte de pessoas que são absolutamente anti-PT, embora tenham votado no Lula no passado, que iam votar nela e, de repente, isso tornou-se um problema: entregar o país a alguém que tem um aparato de conselheiros de boa qualidade mas que não tem um partido realmente dela e que ela mesma é uma pessoa evangélica. Aí entrou uma série de pequenas histórias, de que ela abria uma passagem da Bíblia ao acaso.

Isso não é um preconceito?
Para mim não é um preconceito. É um conceito. Não gosto de alguém, não que seja evangélico, mas que tenha a menor chance em qualquer campo que seja, de

ser um fundamentalista, de tomar decisões políticas sobre a vida dos outros a partir da sua fé religiosa. Esta pessoa é o meu inimigo (risos). Não tem nenhum candidato que seja um representante desta classe média laica. Nem a Dilma nem o Aécio, porque tanto um como outro são capazes de aparecer em qualquer função religiosa e fazer uma cara de bonzinho. Aécio nestas situações é mais consciente da sua própria hipocrisia. Ninguém nos trata como gente grande neste país. Só tem discurso para criança. Somos todos tratados como crianças.

E na hora do voto, as decisões são infantis?

Isso eu não sei. E não é só no caso brasileiro mas em geral. Há factores completamente infantis. A candidatura da Marina entrou em crise porque no Brasil as pessoas gostam de votar em quem ganha. Não é só no Brasil. As pessoas gostam de votar em quem ganha porque assim você acaba a eleição e diz “Ganhei”. Não é só no Brasil. O Brasil tem um eleitorado em grande parte pobre, digo no sentido propriamente financeiro, que vota a partir de interesses imediatos. Esta também não é uma realidade única nem especial. Acho que vai levar três, quatro, cinco

gerações para haver uma cultura política neste país. Não há partidos políticos. Nem o PT se pode dizer que seja um partido político. Talvez o PSOL ou os partidos de extrema-esquerda.

Porque o PT não é um partido político?

Porque não tem base. Só tem alguns militantes profissionais que cuidam de uma organização cuja principal vocação é manter-se viva e no poder, que catalisa dinheiro e financiamento para poder se eternizar no poder. Isso não é a realidade do que era o Partido Socialista português ou o Partido Comunista Português ou o Partido Comunista Italiano que são partidos – o último pelo menos, que eu conheci muito de perto. Eram partidos que tinham uma visão do futuro e que tinham uma base, tinham células. Você ia para uma célula do partido comunista do seu bairro, tinha pessoas que eram pais de família, mães de família, estudantes, caramba, que discutiam sobre o que seria o nosso futuro, como a gente chegaria lá. O PT não tem absolutamente nada disto. Os pequenos partidos de esquerda ainda têm este nível de entusiasmo, debate, discussão, do futuro possível, mas são totalmente inexpressivos.





NELSON GARRIDO

Costuma dizer que aprendeu com Lacan que não existe normalidade. Todo mundo tem uma neurose. Quais são as grandes neuroses do Brasil? (Risos) Cheguei ao Brasil na segunda metade dos anos de 1980. O Brasil era profundamente exótico. Eu sou europeu e norte-americano, morava em Paris há quase 20 anos e sou italiano de origem, embora seja de língua materna inglesa. O Brasil era exótico do ponto de vista cultural. Um país com um conflito muito bizarro entre uma espécie de ufanismo ridículo do tipo cantando “eu sou brasileiro, ô-ô-ô”, a presença de um sentimento de um destino comum era praticamente nula; era um país profundamente corrupto, muito mais do que agora. Extremamente fechado com um provincianismo cultural tremendo, era um país isolado do resto do mundo. Na época até escrevi um livro chamado *Hello Brasil, notas de um psicanalista europeu chegando ao Brasil*. Era um livro de impressões e por causa dele acabei sendo convidado para ir para Nova Iorque. Por exemplo, o facto de que o roubo no Brasil é a maneira normal de furtar, quer dizer, roubar é normal, furtar é bizarro. Ninguém espera que

“
Os brasileiros são horrorosamente caretas, com uma capacidade de fantasia sexual muito modesta

você abandone o seu carro para o roubar, é muito mais prático enfiar um revólver na sua cara e pedir a chave, porque um dos prazeres é a violência física e pessoal de enfiar um revólver na sua cara.
Isso continua?
Continua, o que mudou completamente é que eu não acho mais estranho, eu acostumei-me. Não me surpreendo mais. Em Paris, duas vezes o meu apartamento foi invadido enquanto eu estava fora de férias. Tanto faz, o seguro pagou. Mas no Brasil não é assim. O cara toca a campainha, entra com um revólver, tranca você no banheiro, ameaça a sua mulher, os seus filhos, porque esta violência física e pessoal é

culturalmente mais interessante do que a ideia de entrar quando não tem ninguém roubar e ir embora. Isto eu estranhava e estava na posição de poder estranhar. Não mudou. Eu mudei. Hoje não seria capaz de escrever aquele livro porque não sou capaz do mesmo tipo de olhar, do cara que acaba de descer do avião.
Mas e as neuroses, quais são?
As grandes neuroses do Brasil são as mais antigas, são filhas da sua História. O Brasil é um país que foi colonizado de uma maneira tremendamente selvagem, eu lamento dizer isso para os portugueses, mas a primeira grande neurose do Brasil é derivada da forma de colonização do Brasil. O Brasil não foi colonizado, foi saqueado. A colonização espanhola do outro lado do Tratado de Tordesilhas, por exemplo, estabeleceu capitais no interior do país; o Brasil só teve capitais na costa: Salvador e companhia. São capitais para saquear, se apoderar e depois se mandar. Que o Brasil se chame Brasil é divertido, porque é o nome de um produto de exploração que não existe mais que é o pau-brasil. O Brasil não existe mais. Não tem mais Brasil no Brasil. Foi levado embora. Na América espanhola

fundaram uma universidade muito mais cedo. No Brasil era proibido, a resistência a permitir que se constituísse uma classe intelectual foi enorme. O brasileiro tem uma relação com a sua própria terra e com a sua própria vida, uma relação de saque que vem desta História. Um dos resultados desta herança do sistema de colonização é a incapacidade de pensar uma dimensão de coisa pública. Claro que a gente fala das coisas mais óbvias como jogar o papel no meio da rua. É a ponta do icebergue. Um dos aspectos da absoluta feiura do Brasil é o emaranhado de fios elétricos e de cabos nas ruas que é uma coisa monstruosa para um europeu ou para um americano. As pessoas nem se dão conta, mas é um substrato estético da violência no espaço público. É muito mais difícil assaltar numa esquina bonita do que numa esquina deteriorada. Aliás, não é uma invenção minha, a teoria das janelas quebradas é uma teoria estabelecida em matéria de segurança pública.

E há outras neuroses?

Os brasileiros têm uma visão de si mesmos completamente alterada e encorajada grandemente por algumas campanhas políticas, por exemplo, eles têm uma visão de si mesmos como um povo extremamente sensual e sexual. Os brasileiros são horrorosamente caretas, com uma capacidade de fantasia sexual muito modesta, muito modesta.

Mas a visão que se tem de fora é oposta.

De que seria um povo liberado? Não, não, muito careta, com fantasias sexuais extremamente limitadas. Uma sexualidade muito limitada. Uma parte do ufanismo nacional diz que somos liberados e corporalmente soltos e com uma sexualidade fantástica e tropical, sei lá. Para se soltar ainda é muito melhor passar uma temporada em Paris do que no Rio de Janeiro (risos).

Na psicanálise, a cura é a transformação. Por que transformação o Brasil precisa passar?

Ah, o Brasil está-se a transformar. Sou especialmente sensível ao ritmo de mudança no Brasil. O país onde eu cheguei e me instalei, graças a Deus, é muito diferente do país de hoje, radicalmente diferente do ponto de vista do conforto de vida. Os livros na segunda metade da década de 80 eram uma coisa horrorosa, fisicamente intolerável ler aquilo, pareciam todos livros pagos por um poeta pobre e desconhecido do meio do mato que decidiu imprimir os seus poemas. Realmente mudou. O Brasil era um país onde se comia horrorosamente mal. Hoje dá para ter uma experiência gastronômica. O gosto melhorou, o brasileiro

descobriu que a gastronomia é um dos prazeres da vida e que não é só para sobreviver e engordar. São transformações importantes porque são do lado do hedonismo. Hoje você pode sentar-se sem camiseta [camisola] numa cama de hotel. O brasileiro tornou-se capaz de reconhecer que o número de fios num algodão egípcio pode ser significativo na sua vida.

Mas estamos a falar de uma elite.

Claro que tem a ver com uma elite, mas, quando cheguei, a elite tinha dinheiro mas achava que um frango frito num hotel-fazenda, com um lençol que quando você acordava de manhã estava arranhado, era muito legal para o fim-de-semana. Não é mais assim. Presume-se que isso chegue a outras camadas, aos poucos, que descubram o que significa, o que é o prazer. Não é muito diferente da história do sexo. Um pouco a mesma coisa que descobrir que o sexo seja uma coisa um pouquinho mais interessante do que “eu f... ontem à noite” (risos). Algo mudou também do ponto de vista político. Acredito que algo esteja mudando. Se isso vai aparecer já nestas eleições, não sei, vamos ver.

E o que é preciso para o Brasil sair do conflito?

Eu não quero que saia do conflito. O conflito psíquico é o que define a vida. Não quero que saia do conflito, quero que seja um conflito mais interessante, complexo e diversificado.

Vamos falar da contra-transferência no seu caso. O que de si mesmo está em tudo o que você analisou?

(Risos) Em outras palavras, a pergunta seria: “O que é que estou fazendo aqui?” A qualidade das amizades pessoais que eu fiz no Brasil foi extraordinária, o Brasil foi o lugar onde eu fiz mais amigos e amizade, para mim é muito importante. Amigo é aquele para quem você liga, quando você está em Kuala Lumpur e é assaltado, lhe roubam o passaporte, cartão de crédito, todo o dinheiro, os documentos, fica pelado de cuecas e tem um telefonema para dar. Isso é amigo. Você está absolutamente convencido e tranquilo de que esta pessoa vai fazer o que for preciso, vai vender o carro, para te ajudar.



Ver mais em www.publico.pt/ano-grande-do-brasil



publico.pt

nh
PRÉMIO
JORNAL MAIS BEM DESENHADO
ESPANHA&PORTUGAL 2014

BRASIL
A “ELEIÇÃO DA MUDANÇA”
DEU AFINAL A REELEIÇÃO
A DILMA ROUSSEFF

Reportagem de Rita Siza,
em São Paulo
Destaque, 2 a 6 e Editorial

Governantes tinham um milhão no GES quando decidiram o seu futuro

Tribunal Constitucional Em 2011, 16 membros do Governo de Passos Coelho declararam ter acções e títulos no BES | **Decisão** Em plena crise, Governo protegeu todos os depositantes | **Mais de um milhão** Aguiar-Branco é um dos ministros mais expostos ao BES, tendo 370 mil euros investidos no banco **Portugal, 8/9 e Editorial**

Especialistas dizem ser impossível tecto para apoios em 2015

Poupar 100 milhões com um tecto para as prestações sociais não contributivas é possível? **p12/13**

BCP falha teste do BCE mas diz não precisar de reforço

Rácios de solidez do BCP não resistem a cenário de crise. BPI e CGD passam testes de stress europeus **p16/17**

TERRORISMO NA DINAMARCA, OS JIHADISTAS QUE REGRESSAM ENCONTRAM UMA MÃO AMIGA

Mundo, 26/27



Novo Parlamento da Ucrânia deverá ser pró-europeu

Projeções ucranianas à boca das urnas confirmam a maioria atribuída pelas sondagens **p22/23**

PRESIDENCIAIS

A “eleição da mudança” deu afinal a reeleição a Dilma Rousseff

A mais imprevisível e emocionante corrida presidencial do Brasil terminou com a vitória da candidata do Partido dos Trabalhadores, que terá 16 anos consecutivos de governo. Há diagnósticos pouco otimistas: “O governante é ele e as suas circunstâncias e no Brasil elas não estão boas”

Rita Siza em São Paulo

Os brasileiros decidiram que a melhor forma de garantir a mudança era manter o rumo político do país e reelegeram a Presidente Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), que se tornou assim a formação política com mais tempo consecutivo de poder desde o regresso da democracia.

Na eleição mais disputada desde 1989, a Presidente conquistou 51,6% dos votos e o seu adversário do Partido da Social-Democracia Brasileira (PSDB), Aécio Neves, obteve 48,4%. Depois de cumprimentar a sua adversária pelo telefone, Aécio fez uma breve declaração, debaixo de gritos de “orgulho brasileiro” dos apoiantes. “Mais vivo do que nunca, mais sonhador do que nunca, deixo esta campanha com o sentimento de que cumpro o papel da mudança”, afirmou, desejando sucesso à Presidente, “cuja maior tarefa é reunir o país num projecto de crescimento”.

O senador e ex-governador de Minas Gerais conseguiu a maior votação de sempre do partido, mas perdeu a eleição no seu próprio estado, o segundo maior colégio eleitoral e que já na primeira volta tinha favorecido o PT: os 52% que Dilma alcançou no território do adversário podem ter sido os votos decisivos que a impulsionaram para a vitória.

A Presidente dominou também no Rio de Janeiro (55%) e em Pernambuco (70%), dois estados que a 5 de Outubro tinham votado na candidata do Partido Socialista Brasileiro (PSB), Marina Silva, apoiante de Aécio Neves na segunda volta.

Em São Paulo, o maior estado do país com 44 milhões de habitantes, a votação no candidato tucano (o animal que simboliza o PSDB) foi avassaladora: 64%. Aécio Neves venceu nos estados do Centro, Sul e Sudeste, e com 63% “levou” também o Acre, o pequeno estado na fronteira que por causa da diferença do fuso horário para Brasília manteve o país em suspenso do resultado duas horas depois do fim da votação.

O resultado levará, inevitavelmente, a um processo de reconstrução no PSDB, que para a eleição de 2014 conseguiu uma unidade interna histórica entre as duas facções paulista e mineira, que vivem em concorrência desde a fundação do partido, em Junho de 1988. A derrota de Aécio na corrida põe essa unidade à prova: o risco da aliança estratégica entre os dois blocos começar a rachar não pode ser excluído. No entanto, o partido saiu fortalecido no Congresso após a votação de 2014 – e com Aécio de regresso ao seu lugar no Senado, terá um grupo de elite na oposição na câmara alta.

De forma menos violenta, o PT deverá também aproveitar o momento para uma reestruturação. Dilma precisa de resgatar o seu relacionamento com o partido, com quem manteve uma guerra surda durante a campanha. A pressão será para uma reforma da estrutura, com uma maior abertura e nova ênfase nas correntes minoritárias como as novas formas de organização política – redes e colectivos –, os movimentos juve-

nis e os intelectuais. E à margem dos partidos, o fim do processo eleitoral forçará ainda o país à reflexão, para ultrapassar a tensão e a agressividade – e pôr fim às divisões – que foram alimentadas durante a campanha. Será esse, aliás, o desafio mais imediato de Dilma: colocar-se acima das picardias e ataques pessoais, fazer as pazes e estender a mão à metade do país que votou no seu concorrente e afirmar-se como a Presidente de todos os brasileiros.

Campanha histórica

A corrida foi a mais inesperada e a mais disputada desde a redemocratização do Brasil, no fim da década de 80. Mas apesar das surpresas e reviravoltas, a votação final acabou por confirmar as tendências das eleições anteriores: o favoritismo do ocupante do cargo (antes de Dilma, também os Presidentes Fernando Henrique Cardoso e Lula da Silva foram reeleitos) e a dependência dos votos dos eleitores mais pobres.

Um ano antes da eleição, o país explodiu em protestos e manifesta-

ções de rua, que de uma reivindicação contra o aumento das tarifas dos transportes públicos evoluíram para um desabafo colectivo contra a política institucional. Nesse momento, a popularidade de Dilma, que parecia bem encaminhada para a reeleição, tombou de forma abrupta – e criou as condições simbólicas, e políticas, para que a eleição fosse vista como o início de um novo capítulo.

O regresso dos brasileiros à rua, dias antes da abertura do Campeonato do Mundo de futebol, pareciam o prenúncio da mudança inevitável. A poucos dias do arranque do tempo de antena obrigatório na televisão, o candidato do PSB, que se afirmava como a terceira via, Eduardo Campos, morre num desastre – e a tragédia revolucionou a campanha.

A ambientalista Marina Silva, que se coligara a Campos depois de falhar o registo do seu próprio movimento político Rede Sustentabilidade, assumiu a candidatura do PSB e, por um momento, conseguiu pôr em causa a histórica polaridade política brasileira entre o PT e o PSDB. As





PILAR OLIVARES/REUTERS

**Dilma Rousseff
foi reeleita
com 51,6%
dos votos,
praticamente
metade dos
eleitores**



→ **Série especial do Público. Ver mais em**
www.publico.pt/ano-grande-do-brasil

A verdadeira prova de Dilma



Comentário
Manuel Carvalho

O Brasil que sai das mais tensas eleições desde 1989 é um país mais ansioso, dividido e inseguro. A campanha foi feroz e incerta, mas a maturidade da sociedade conseguirá superar com facilidade as feridas abertas e olhar para a frente.

Desde que as fragilidades das elites políticas expostas com crueza pela contenda sejam superadas. E desde que o Governo de Dilma seja capaz de perceber que o seu segundo mandato não pode continuar à procura do tempo saudoso e irrepetível de Lula da Silva. O momento em que o Brasil pôde lançar uma geração de políticas sociais e de redistribuição de rendimento que alteraram a face do país acabou de vez. Depois de andar dois anos a tentar iludir a realidade, Dilma vai ter de olhar o problema de frente e tomar opções difíceis.

O que esta eleição mostrou é que os brasileiros perceberam que há à sua frente um tempo novo, mais exigente. Quase três quartos dos eleitores, muitos dos quais votaram em Dilma, reclamam mudanças. Depois de se tornar num país muito mais próspero e decente, sem a oposição escandalosa entre uma minoria de ricos e uma massa gigantesca de miseráveis, o Brasil pode encarar os desafios com outros argumentos.

Tudo será mais fácil se o PT e o PSDB jogarem no Congresso da República argumentos que façam esquecer os ataques soezes e as falsas acusações que se ouviram na campanha. A história política do Brasil é demasiado perigosa para se voltar a cair num cenário de crispação como o que levou à ditadura em 1964. Infelizmente, não será fácil conservar o confronto governo/oposição em terreno isento de demagogia e ataques fulanizados, quando em causa está uma agenda com pontos

quentes como a corrupção ou a necessidade de introduzir reformas que ameaçam as políticas de redistribuição.

O que aconteceu na Petrobras vai exigir a Dilma uma prova de resistência a estilhaços políticos com efeitos que poderão ser mais penosos que os do escândalo do Mensalão. E o reconhecimento de que o Brasil já não consegue repetir as médias de crescimento do passado, que se encontra numa encruzilhada que não tolera a mera repetição das fórmulas, tornarão a governação mais árdua e imprevisível. Principalmente quando se pressente que um Congresso fragmentado tornará a obtenção de maiorias de apoio parlamentar mais difícil de conseguir.

Para que as mudanças sejam percebidas e aceites vai ser necessário um governo e um sistema político responsáveis. Vai ser preciso dizer-lhe aquilo que nem Aécio nem Dilma tiveram coragem de dizer: que a economia deixou de ter condições para produzir excedentes para a redistribuição; que o crescimento salarial vai ter de abrandar; que a falta de investimento e a crise na outrora mais poderosa indústria da América do Sul vão fazer alastrar o desemprego; que é preciso tempo e paciência para retomar ao modelo dos anos Lula.

Se a corrupção não ferir de morte a credibilidade dos eleitos, se a classe política tiver a coragem de reformar um sistema que privilegia a corrupção e o tráfico do poder, se Dilma conseguir uma base de apoio para acertar um novo rumo, se for possível esbater o anátema de uma eleição que dividiu o país, tudo será mais fácil. Se os devaneios de uma elite política, muito pior do que o país que representa, claudicar nestas exigências, há o risco de o Brasil voltar a ser agitado por uma vaga de protestos como os de Junho de 2013. Ou de entrar nos devaneios do golpismo ou do populismo como o de Collor de Mello. Dilma está condenada a ficar na história. Neste momento crucial, ou abre um tempo novo ou ficará como a presidente que enterrou as duas décadas de progresso que mudaram o país.

“Não mudou em São Paulo e não mudou no Rio, os dois grandes focos das manifestações. E não mudou nada no país, que votou na continuidade de Dilma”

campanhas de Dilma e Aécio foram obrigadas a adaptar as suas estratégias perante a ameaça da “nova política”. Mas a dureza da campanha revelou as fragilidades da nova via, que colapsou depois de um mês de escrutínio intenso. A votação da primeira volta demonstrou que o desejo de mudança dos brasileiros não teve a força ou a organização suficientes contra os mecanismos da “política convencional”: com mais militância,

com o respaldo dos governos dos estados, e com campanhas milionárias geridas por “marqueteiros” experientes, foram as candidaturas do PT e PSDB que passaram à segunda volta – e extremaram a polarização para níveis nunca vistos no Brasil. “Não sobrou nada das manifestações de 2013”, escreveu Julia Duailibi no *Estadão*: no filme da eleição, os protestos que ameaçaram ser protagonistas terminaram como figurantes.

Segundo disse ao PÚBLICO o *blogger* e comentador do portal UOL, Leonardo Sakamoto, a promessa de mudança dos protestos do Verão resultou em nada. “Não mudou em São Paulo e não mudou no Rio de Janeiro, que foram os dois grandes focos das manifestações e acabaram por reeleger os respectivos governos. E não mudou nada no país, que votou na continuidade de Dilma.” As manifestações serviram para “trazer as pessoas para a participação política, mas o discurso da mudança não colou”, concluiu.

O novo Governo Dilma deve iniciar o trabalho imediatamente, ainda

que, oficialmente, o segundo mandato só comece após a tomada de posse a 1 de Janeiro de 2015. “Neste momento do país, há dois aspectos importantes: a economia, que tem apresentado um desempenho mediano ou medíocre; e o gerenciamento político do Governo, com a gigantesca fragmentação de partidos políticos no Congresso, que vai tornar muito difícil administrar a base de apoio do Governo”, sublinhou o colunista da *Folha de São Paulo*, Fernando Rodrigues.

O especialista eleitoral do *Estadão* José Roberto Toledo faz o mesmo diagnóstico: “O governante é ele e as suas circunstâncias e no Brasil elas não estão boas”. Nem do ponto de vista económico, nem em termos da configuração política em Brasília. A conjuntura económica vai forçar a Presidente a “algum tipo de ajuste fiscal”. Mais complexa é a situação da governabilidade, que na opinião de Toledo será a condicionante mais forte, “fruto de um sistema partidário suicida, com uma maior pulverização de cadeiras nas bancadas”.

PRESIDENCIAIS

Após o tempo das vacas gordas, o Brasil enfrenta escolhas difíceis

A era dourada dos governos de Lula acabou de vez e o país tem a dura tarefa de tentar regressar ao crescimento sem comprometer os programas sociais. O caos do sistema político e o cancro da corrupção continuam a preocupar

Manuel Carvalho

O futuro próximo do Brasil vai ser diferente do passado recente. Com governos mais à esquerda ou mais à direita, com maior ou menor dose de populismo, o governo que se segue sabe que o tempo da euforia, a era de crescimento acelerado e ininterrupto, os tempos de consumo desenfreado e de forte redução da pobreza vão ter de ser temperados pelo ciclo econômico que se abriu no primeiro mandato de Dilma Rousseff e que promete acentuar-se nos anos que se avizinham.

O final do longo ciclo de expansão econômica e de redução das brutais desigualdades sociais vai, no entanto, exigir muito mais do que novas formas de encarar o crescimento da economia ou o desequilíbrio das contas do Estado; o abrandamento do ritmo do progresso vai impor ao Brasil novos desafios para a reforma do sistema político e do labirinto burocrático que tornou o país um exemplo mundial das entropias legislativas e da irracionalidade fiscal.

Apanhado na “armadilha do rendimento médio”, o Brasil vai ter de mudar para deixar o pelotão das economias emergentes, ainda muito dependentes da exportação de

matérias-primas e produtos agrícolas. Vai ter de reordenar o seu sistema político, que alimenta o espectro da ingovernabilidade e facilita a corrupção. Vai ter de superar as feridas abertas pela campanha, que fizeram regressar os fantasmas de uma sociedade barricada na oposição de classes sociais e de ideologias políticas que faz lembrar o pesadelo do princípio dos anos de 1960 que bloquearam a democracia (oligárquica, mas ainda assim democracia) e levaram ao poder os militares.

Num país onde a melhor ciência, a melhor criatividade e um tecido empresarial de ponta convivem com a pobreza, a exclusão e vestígios das economias do Terceiro Mundo, o que vai acontecer no futuro próximo é uma incógnita. Mas a estabilização e normalidade democráticas dos cinco últimos governos do Brasil mostram que a vaga de fundo abre muito mais as portas ao optimismo do que ao fracasso. O Brasil deixou de ser o país do futuro que Stefan Zweig augurou a meio do século passado: já é um país do presente. Que, como todos os países do presente, tem à sua frente uma série de desafios que terá de vencer. Alguns exemplos:

Crescimento económico

A explosão das economias emergentes registada nos últimos 20

Um retrato do gigante

Território
8.515.767 km²



5.º maior país do mundo

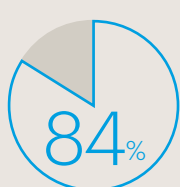
Portugal
92.090 km²

População
196,9 milhões



5.º país mais populoso do mundo

População urbana
Censo 2010



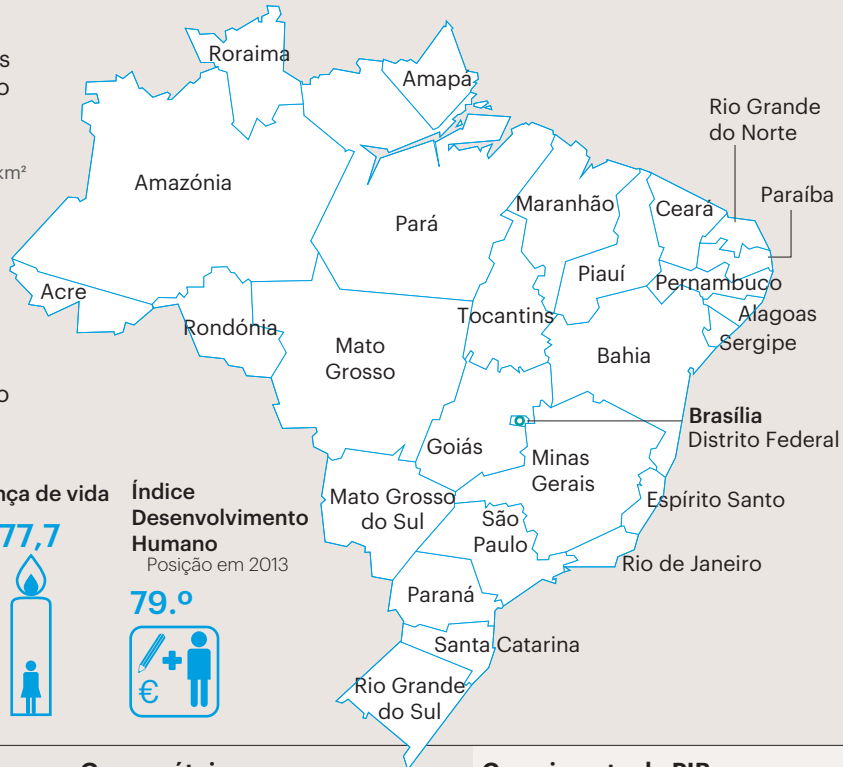
Esperança de vida
Anos



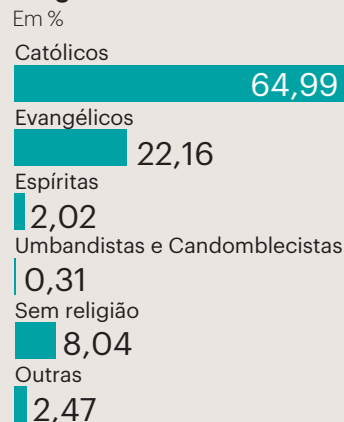
Índice Desenvolvimento Humano
Posição em 2013



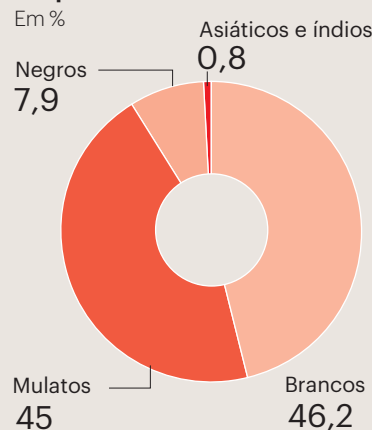
Divisão administrativa
26 estados e 1 Distrito Federal



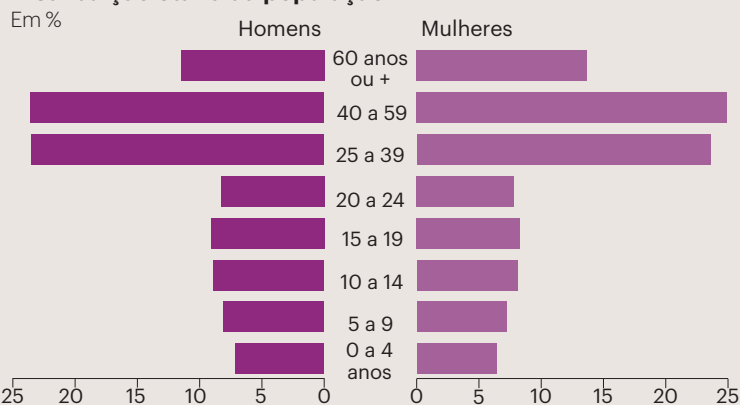
Religiões



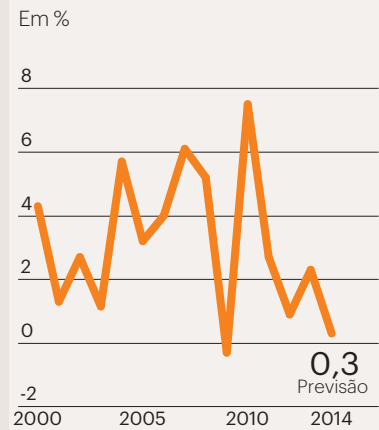
Grupos étnicos



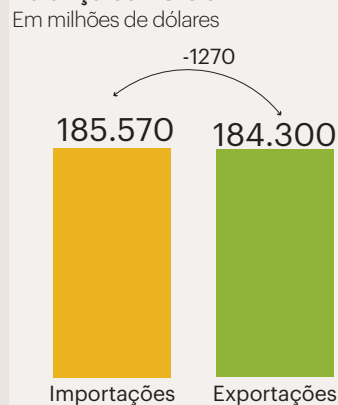
Distribuição etária da população



Crescimento do PIB



Balança comercial





→ **Série especial do Público. Ver mais em**
www.publico.pt/ano-grande-do-brasil

anos foi crucial para a vaga de crescimento do Brasil. Entre 1995 e 2002, quando Lula conquistou o poder, o país cresceu 2,3% ao ano. Desde então até Dilma lhe suceder, o Brasil cresceu em média 4% ao ano. Foi um dos países que melhor superou os dramas da crise financeira mundial, chegando a registar um crescimento do produto de 7,5% em 2010. Mas, desde então, a economia dá sinais de exaustão. O Governo federal tentou contornar a tendência, adotando políticas de estímulo ao investimento e ao consumo e, em 2013, esse esforço conseguiu ainda provocar uma subida do PIB em 2,3%. Mas, como a injeção de recursos patrocinada pelo Estado tem limites, este ano registou-se um abrandamento na política de estímulos e a economia deverá crescer uns magros 0,3%. Dilma Rousseff e o PT culpam a conjuntura internacional pela recessão que chegou ao país no segundo semestre. Mas a generalidade dos economistas olha para a situação com um olhar bem mais preocupante. A subida dos salários minou a competitividade da economia, principalmente a do maior parque industrial da América Latina, que registou uma quebra do seu peso na riqueza nacional de 25 para 12,5%.

O investimento está em níveis muito abaixo dos desejáveis para um país que se quer aproximar da linha da frente. A valorização do real desequilibrou o saldo da balança externa e está a levar as exportações do Brasil a uma cada vez maior dependência dos minerais e dos produtos agrícolas, nos quais o país se tornou uma potência de nível mundial. Felizmente a inversão do ciclo ainda não se reflectiu no desemprego, que permanece abaixo dos 6%. Mas todos os outros indicadores apontam para um país que perdeu velocidade e não sabe bem como acelerar de novo. Certo, certo é que, esgotadas as políticas de estímulo, o país vai ter de gastar mais em infra-estruturas, modernizar o seu complexo sistema fiscal, travar o surto de crescimento dos salários acima da inflação (os salários reais cresceram em média 3,4% nos últimos cinco anos) e congelar a carga fiscal que está muito mais perto dos valores europeus do que dos concorrentes próximos, como o Chile ou o México. Para lá destas exigências, o Governo vai ter de manter, pelo menos, os custos dos programas sociais que, como se percebeu

nesta eleição, os brasileiros apoiam incondicionalmente.

Inflação

Em termos nominais, a inflação que se regista no Brasil está longe de poder ser vista como uma dor de cabeça: ronda os 6,5% ao ano e situa-se no intervalo prescrito pelo Governo. O problema é que, por detrás dos números há uma verdade escamoteada e uma preocupação muito especial dos brasileiros em relação ao controlo dos preços. Como os alemães, os brasileiros sentiram na pele os horrores da inflação, que chegou a bater o pico de 82% ao mês, em Março de 1990. Para eles, uma subida nos preços maior do que o esperado suscita os piores medos. Dilma Rousseff e o seu Governo sabiam que a inflação era uma questão determinante para o seu sucesso nas eleições e, no ano passado, reforçaram o controlo dos preços administrados. A energia ou os combustíveis, por exemplo, não subiram de preço segundo as regras do mercado porque a Petrobras, a petrolífera estatal, absorveu em perdas as diferenças entre o preço mundial do crude e o da venda de gasolina. Na electricidade, os preços foram controlados à custa da renegociação de concessões com as empresas produtoras (entre as quais a EDP). Este ano, com o recuo dos estímulos à economia e o controlo dos empréstimos ao consumo, a inflação abrandou. Mas não deixará de ser uma das questões fundamentais para o próximo mandato.

Sistema político

Há anos que altos responsáveis políticos do Brasil concordam sobre os males que a pulverização do sistema partidário coloca ao país. Nesta eleição, os brasileiros elegeram representantes de 28 partidos para a Câmara de Deputados, o que já de si torna a geração de maiorias um milagre permanente – o PT, com 70 deputados, conseguiu eleger apenas 13,65% dos eleitos e o PSDB, com a terceira maior representação parlamentar, elegeu apenas 54 dos 513 deputados. Mas, mais grave, é que a eleição se faz através de votos nominais – em candidatos associados a um número. O que torna os deputados donos dos seus mandatos e os partidos simples sacos de acolhimento de protagonismos pessoais. Perante



Uma das maiores vulnerabilidades políticas do PT nestas eleições resultou da acumulação de casos de corrupção em que o partido se viu envolvido

esta ténue linha de fidelidade partidária, os deputados agem a seu bel-prazer e em boa parte dos casos em função de interesses pessoais. A possibilidade de aprovarem emendas parlamentares com obras, por exemplo, para os seus colégios eleitorais obrigam-nos a negociações permanentes para conseguirem apoios, o que torna o parlamento numa feira de trocas de apoios, de favores e de corrupção. O escândalo do mensalão e da Petrobras (ver abaixo) tiveram como origem planos de compra de votos em favor do Governo. Enquanto não se alterar este sistema, é voz corrente no Brasil, será difícil ter um sistema político coerente, amigo da governabilidade e imune ao fisiologismo que torna a classe política brasileira uma das mais vulneráveis à corrupção em todo o mundo.

Corrupção

Uma das maiores vulnerabilidades políticas do PT nestas eleições resultou da acumulação de casos de corrupção. Com o Mensalão, que abalou

a aura de Lula da Silva e levou para a prisão altas figuras do seu partido, com destaque para José Genoíno e José Dirceu, quase a diluir-se na memória, um novo escândalo surgiu no seio de uma empresa pública, a Petrobras, que é para os brasileiros o símbolo da soberania nacional sobre os seus enormes recursos naturais. O escândalo começa quando se sabe que, em 2006, quando Dilma presidia ao Conselho de Administração, empresa pagou 360 milhões de dólares por 50% da uma refinaria de Pasadena, nos Estados Unidos. Um valor oito vezes superior aos 43,5 milhões que a belga Astra Oil pagara por 100% um ano antes. Dilma disse ter apoiado a compra com base num parecer “técnica e juridicamente falhado”. Polícia Federal, Tribunal de Contas da União e Congresso estão a investigar. Logo depois, uma investigação a Paulo Roberto Costa, director das áreas de abastecimento e refinação da Petrobras entre 2004 e 2012, abre um processo que ameaça afectar a credibilidade não apenas do Governo e do PT, mas também do Congresso e dos governos estaduais. O administrador submeteu-se a um acordo de delação premiada (que lhe reduz a pena em troca de colaboração nas investigações) e denunciou um ministro, o da Energia, três governadores, entre os quais o do Maranhão, do Rio de Janeiro e Eduardo Campos, seis senadores, incluindo Renan Calheiros, presidente do Senado, e 26 deputados federais. Ainda é cedo para se saber até onde as revelações de Paulo Roberto Costa chegam. Mas adivinha-se uma tempestade que vai mudar a relação do Governo com as empresas públicas, que pode acelerar reformas políticas e criar uma crise de confiança com impactos mais dramáticos do que os do mensalão.

Reformas do Estado

O custo-Brasil é uma das facturas mais pesadas que os empresários e os cidadãos têm de pagar no seu quotidiano. Um estudo da federação das indústrias do Rio de Janeiro diz que a desalfandegação de um contentor num aeroporto brasileiro demora 175 horas nos cinco principais aeroportos. Em Xangai faz-se em quatro e em Londres em cinco horas. De acordo com o Banco Mundial, a importação de um contentor custava, no ano passado, em média, 2275 dólares. Em Portugal o custo ficava pelos 899 dólares. No Brasil são necessários 108 dias para abrir

um negócio, 400 para uma permissão de construção, 731 para resolver uma disputa legal. O Fórum Económico Mundial considera que os obstáculos burocráticos e os labirintos fiscais, com cada estado a usar pautas distintas, são um problema que mina o futuro do país. Aécio Neves foi o candidato que mais promessas de reforma fez a este propósito.

Educação e saúde

Os protestos de Junho do ano passado esvaneceram-se e as exigências dos cidadãos em favor de melhorias no sistema de saúde e na educação saíram da agenda política. Mas permanecem como pano de fundo para o próximo ciclo da governação. Aécio Neves propunha, por exemplo, aumentar os gastos com a saúde para 10% do PIB e quer o candidato do PSDB quer Dilma Rousseff mencionaram a aposta na educação como uma prioridade. Percebe-se: a educação fundamental é pobre e o sistema básico de saúde não chega sequer a todos os cidadãos. Numa escala de zero a 10, o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) pontuou as escolas públicas em 3,7. Só 55% das crianças conseguem lugar na rede pré-escolar.

A maioria dos estudantes do secundário tem quatro horas de aulas por dia, contra sete em média da OCDE. A população com ensino superior ronda os 10%, contra 25% no Chile e 30% em média na OCDE, o que causa uma enorme carência em médicos, engenheiros, matemáticos e físicos. Para melhorar o cenário, o próximo Governo vai poder contar com uma parte dos *royalties* do pré-sal (a exploração petrolífera). Mas a carência de equipamentos e a necessidade de valorizar os professores vão exigir enormes recursos e imensa vontade política.

Na saúde, será necessário investir na construção de hospitais, de alargar a rede de cuidados básicos e de conseguir aumentar o número de médicos – no Brasil há 1,8 médicos por mil habitantes, contra 3,1 na OCDE. O recurso a profissionais estrangeiros é uma possibilidade. Que suscita polémica, até pelos magros salários que, por exemplo, os profissionais contratados em Cuba auferem. Mas este será um sector de enorme sensibilidade política no próximo mandato. Para 45% dos brasileiros, é mesmo o maior problema do país, de acordo com um estudo recente do Datafolha.

Derrota do PSDB estendeu-se aos governos estaduais

Depois de perder Minas Gerais na primeira volta, o partido de Aécio Neves venceu as principais disputas em que estava envolvido mas, no final, viu o seu poder reduzir-se de oito para cinco estados

Manuel Carvalho

A fragmentação política intensificou-se nos governos estaduais e quem mais pagou a factura foi o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), do candidato Aécio Neves, que viu o seu domínio reduzir-se de oito para cinco estados. Na segunda volta das eleições estaduais, que decorreram em 13 dos 27 estados brasileiros, o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), o maior partido político do país, reforçou a sua força na federação, passando a controlar sete estados, conquistando mais dois do que nas eleições de 2010.

O grande derrotado da disputa política estadual foi o Partido Socialista Brasileiro, que, na sequência do protagonismo do seu líder e governador de Pernambuco, Eduardo Campos, morto num acidente de aviação em 13 de Agosto, se tinha tornado a segunda força política estadual logo a seguir ao PSDB, com o controlo de seis governos. Após o apuramento de ontem, o PSB ficou reduzido a três: o do Pernambuco, onde a herança de Campos ainda pesa, no vizinho estado da Paraíba, e no Distrito Federal.

O PT, que conseguiu manter a Presidência da República pela 4.ª eleição consecutiva, consegue manter o número de estados de 2010, mas o seu limite territorial acaba agora em Minas Gerais. O bastião do Rio Grande do Sul, onde Dilma Rousseff fez o seu tirocínio político, mudou de cor. O governador Tarso Genro, que concorria pela reeleição, foi derrotado pelo candidato do PMDB José Ivo Sartori, no que pode ser considerado como uma das grandes surpresas deste acto eleitoral. Tarso Genro é um destacado militante do PT (foi presidente do partido em 2005) e ocupou por três vezes cargos ministeriais nos governos de Lula – é pai de Luciana Genro, que se apresentou na corrida às presidenciais pelo Par-



Apoiantes de Aécio Neves, do PSDB, acompanhavam ontem os resultados do escrutínio em Belo Horizonte, Minas Gerais

tido Socialismo e Liberdade (PSOL).

Para compensar o revés, o PT pode reclamar a conquista de Minas Gerais, o segundo maior colégio eleitoral do país, que desde 2002 era um feudo eleitoral do PSDB e caiu às mãos de Fernando Pimentel.

A escolha para governador não seguiu uma divisão geográfica linear semelhante à da eleição presidencial, com o Norte e o Nordeste a votarem em massa em Dilma e o resto do país (Centro-Oeste, Sudeste e Sul) a optar por Aécio Neves. Nas eleições estaduais, mais do que o peso do partido, o que conta é o

protagonismo dos candidatos. Ainda assim, o PT conseguiu as suas vitórias desta segunda volta nos estados do Nordeste, onde nos últimos anos se consolidou como força eleitoral. O PSDB concentra-se agora no Mato Grosso e nos estados do Sudeste, incluindo São Paulo, que vale mais de um terço da representação eleitoral do Brasil e conseguiu manter o enorme estado do Pará, onde Simão Jatene, um histórico do partido, conseguiu resistir à ofensiva de Helder Barbalho, do PMDB, um dos principais representantes das oligarquias políticas do país.

O PMDB sai da segunda volta com bons resultados. Manteve o governo do estado do Rio de Janeiro, onde ontem Luís Fernando Pezão se impôs ao evangélico Marcello Crivella, e conquistou o Rio Grande do Sul ao PT. As suas outras vitórias ocorreram em estados com menos influência. Na primeira volta conseguira eleger o filho de Renan Calheiros, filho do presidente do Senado Renan Calheiros, em Alagoas, numa aliança em que participou Fernando Collor de Mello, o presidente demitido em 1991 na sequência de um processo de *impeachment*.

No resto dos estados, as disputas levaram ao poder partidos com história mas com pouco presente, como o Partido Democrático Trabalhista (PDT), fundado por Leonel Brizola em 1970, que conquistou dois estados. No Amazonas venceu o Partido Republicano da Ordem Social, PROS, fundado há apenas quatro anos, e em Santa Catarina e no Rio Grande do Norte a vitória final coube ao Partido Social Democrático. Na primeira volta, o Partido Comunista do Brasil, PC do B, obtivera uma vitória histórica ao conquistar o Maranhão à oligarquia de José Sarney.