

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Francisco Ângelo Brinati

**Jornalismo Político e Identificação Eleitoral:**

a construção da imagem de Carlos Alberto Bejani pelos jornais impressos de Juiz de Fora-MG

Juiz de Fora

2010

Francisco Ângelo Brinati

**Jornalismo Político e Identificação Eleitoral:**

a construção da imagem de Carlos Alberto Bejani pelos jornais impressos de Juiz de Fora-MG

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal

Juiz de Fora  
2010

Francisco Ângelo Brinati

**Jornalismo Político e Identificação Eleitoral:**

a construção da imagem de Carlos Alberto Bejani pelos jornais impressos de Juiz de Fora-MG

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal

Aprovada em 29/01/2010

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal (UFJF) – Orientador

---

Profa. Dra. Christina Ferraz Musse (UFJF)

---

Prof. Dr. Adolpho Queiroz (UMESP)

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, ao professor e amigo, Paulo Roberto Figueira Leal, que acreditou neste trabalho desde o início e contribuiu, com extrema dedicação, para que ele fosse possível;

À minha mãe, Dona Elza, exemplo de luta e superação, pelo apoio eterno e por sempre confiar na capacidade dos filhos;

Às minhas irmãs, pelas palavras de conforto e por entender que, podemos não ser os melhores, mas somos felizes assim;

Ao meu pai e meu irmão que, mesmo à distância, me ensinam a lutar pelos ideais;

Ao João Paulo, Karoll, Ana Luiza e todos os sobrinhos, pelo carinho especial;

À Manoela, pela paciência, incentivo e amor. Sem ela, não conseguiria;

À professora e amiga, Christina Musse, exemplo de profissionalismo e amizade, que sempre procura me mostrar os melhores caminhos;

Ao Prof. Dr. Adolpho Queiroz, por aceitar o convite e participar desta banca;

Aos professores e colegas do Programa de Pós-Graduação pelas discussões e valioso aprendizado, em especial à turma de 2008, e às professoras e amigas, Cláudia Lahni e Iluska Coutinho;

À amiga Heliane Casarin, pelo auxílio e companhia nas pesquisas;

Aos amigos de TV Panorama, JF Hoje, Rádio Panorama: Cláudia Figueiredo, Roberta Oliveira, Renata Miranda, Carla Arantes, Patrícia Aguiar, Renata Silva, João Paulo Vieira, Felipe Mendes, Michelle Pires, Cláudia Mourão, Regina Campos, Regina Gaio, Bruno Sakaue, Rodrigo Dias, Ricardo Ribeiro, Camila Saenz, Mauro Dioli, Carlão, Érica Salazar, Thiago Stephan, Geraldo Muanis, Beatriz Inhudes, Sílvia Carvalho, Wilson Cid, Roberto



Gonçalves e todos os editores de imagem e cinegrafistas. Em especial, os companheiros Flávio Lins e Aline Maia, que dividiram comigo as angústias e as alegrias do Mestrado;

Aos amigos, Márcio Corino, João Paulo Oliveira, Zé Guerra, Léo, Júlia, Belo, Bruno Fish, Fernando Rocha, Dani Tranches, Dedé, Dida, Hansen, Filipe Dini, Guilliber e, principalmente, os irmãos, Diego, Filipi e Renato, pela confiança e amizade de sempre;

A todos que, de uma forma direta ou não, contribuíram para superar essa difícil etapa;

E, principalmente, a Deus pela oportunidade de conhecer pessoas tão iluminadas em minha vida. Por eles, estou aqui.

*Demétrio ascendeu ao Paço Municipal porque soube capitalizar bem o alto grau de insatisfação popular.*

*A derrota das elites tradicionais foi um golpe violentíssimo na estrutura política de Nova Roma.*

*(...) O prefeito conseguiu romper as estruturas vigentes há mais de quatro décadas na cidade, derrubando tudo, mas não colocou nada no lugar.*

*(Geraldo Muanis em “Os Últimos Dias de Nova Roma”, 1996).*

## RESUMO

O trabalho, um estudo sobre a interface mídia-política, tem como objetivo principal analisar como os discursos adotados pelos dois principais jornais impressos diários de Juiz de Fora-MG ajudaram na delimitação da imagem do político Carlos Alberto Bejani - o que permitiu sua identificação com específicas parcelas do eleitorado juizforano - entre os anos de eleições municipais compreendidos entre 1988 e 2004. Pretende-se também avaliar como as coberturas das duas prisões do político pela Polícia Federal, em 2008 (por envolvimento em esquemas de corrupção de desvio de dinheiro público) e sua posterior renúncia ao cargo de prefeito representaram alterações na construção de sua *persona* pública. Objetiva-se discutir o fenômeno da personalização política, num contexto de centralidade dos meios de comunicação de massa na construção dos processos de identificação eleitoral.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação. Política. Identificação política. Imprensa. Carlos Alberto Bejani.

## **ABSTRACT**

This dissertation, a study on the media-politics interface, aims to analyze how the discourses adopted by two major daily newspapers printed in Juiz de Fora-MG helped to define the image of politician Carlos Alberto Bejani - allowing his identification with specific portions of the electorate from Juiz de Fora - among the years of municipal elections from 1988 to 2004. Another aim is to assess how the coverage of the two arrests of the politician by the Federal Police in 2008 (for involvement in corruption schemes of misuse of public money) and his subsequent resignation as mayor represented changes in the construction of his public persona. Our goal is to discuss the phenomenon of political personalization in a context of centralization of the mass media in the construction of processes of electoral identification.

**KEYWORDS:** Communication. Politics. Political identification. Press. Carlos Alberto Bejani.

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1:</b>	Elementos discursivos que remetem às características de injustiçado, pobre, defensor do povo e novo, inteligente, corajoso e honesto ao político Carlos Alberto Bejani nos noticiários do <i>Diário da Manhã</i> e da <i>Tribuna da Tarde</i> , em 1988.	77
<b>Tabela 2:</b>	Elementos discursivos que remetem à caracterização de Bejani como popular, defensor dos pobres, honesto, equilibrado e religioso; e, por outro lado, agressivo, irritado e mal assessorado, nos noticiários do <i>Diário Regional</i> e da <i>Tribuna de Minas</i> , em 1996 e 2000.	88
<b>Tabela 3:</b>	Elementos discursivos que remetem às características de equilibrado, maduro, preparado, popular, vítima, honesto; em oposição a estas qualidades, indicações da imagem de corrupto, demagogo e desonesto vinculadas ao político Carlos Alberto Bejani nos noticiários do <i>Jornal Panorama</i> e da <i>Tribuna de Minas</i> , em 2004.	102
<b>Tabela 4:</b>	Elementos discursivos que associam a Bejani as características de corrupto, criminoso, desonesto, traidor e de “aquele que causa vergonha e revolta”; e, em sentido oposto, as de popular e defensor dos pobres, nos noticiários do <i>JF Hoje</i> e da <i>Tribuna de Minas</i> , em 2008.	118
<b>Quadro 1:</b>	Zonas Eleitorais / Votação Bejani	123

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>1 MÍDIA, IDENTIDADES POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS ELEITORAIS</b> .....	16
1.1 ENQUADRAMENTOS JORNALÍSTICOS E ORGANIZAÇÃO SOCIAL DOS SENTIDOS .....	18
1.2 FORMAÇÃO DE IDENTIDADES EM AMBIENTE MEDIATIZADO .....	23
1.3 PERSONALIZAÇÃO POLÍTICA: OS ATRIBUTOS SIMBÓLICOS NO PROCESSO ELEITORAL .....	28
<b>2 O PADRÃO HISTÓRICO DA POLÍTICA JUIZFORANA E A APARIÇÃO DE BEJANI</b> .....	35
2.1 A POLÍTICA E A IMPRENSA DE JUIZ DE FORA: O VIÉS DO ELITISMO .....	36
2.2 A CHEGADA AO PODER DE REPRESENTANTES DE PERFIL POPULAR .....	42
2.3 O FENÔMENO POLÍTICO CARLOS ALBERTO BEJANI .....	46
<b>3 A ANÁLISE DO DISCURSO: AS RELAÇÕES ENTRE LINGUAGEM E PODER</b> .....	55
3.1 PRINCIPAIS ESCOLAS DA ANÁLISE DO DISCURSO .....	57
3.1.1 A teoria de Bakhtin .....	57
3.1.2 A Escola Francesa .....	59
3.1.3 A Análise Crítica do Discurso (ACD) .....	60
3.1.4 A pragmática .....	61
3.2 FERRAMENTAS E DISPOSITIVOS ANALÍTICOS DO DISCURSO: EXPLICITAÇÃO DAS CATEGORIAS .....	63
<b>4 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE BEJANI NAS PÁGINAS DOS JORNAIS</b> .....	69
4.1 O “FENÔMENO” EM 1988: A PRIMEIRA VITÓRIA DO “REI DOS POBRES” .....	69
4.2 AS DERROTAS DE 1996 E 2000 .....	81

4.3 “VOLTA, VOLTA, BEJANI”: O RETORNO À PREFEITURA NOS “BRAÇOS DO POVO” .....	90
4.4 PASÁRGADA 2008: A QUEDA OU A REAFIRMAÇÃO DA IDENTIFICAÇÃO? .	105
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	121
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	127
<b>ANEXOS</b> .....	138

## INTRODUÇÃO

Nas democracias contemporâneas, a mídia constitui-se, cada vez mais, no *locus* predominante da vida pública, em geral, e da política, especificamente. O funcionamento democrático em variados países tem demonstrado que a visibilidade alcançada por quem recebe destaque midiático (sobretudo se associada a uma imagem positiva) é requisito para se obter sucesso nas urnas. A interface Comunicação – Política assume, portanto, um papel crucial para a compreensão de eleições específicas ou mesmo das trajetórias de longo prazo de partidos ou lideranças políticas.

É necessário ressaltar, desde logo, que os indivíduos podem reelaborar os sentidos das notícias passadas pelos meios de comunicação (dados os diferentes repertórios culturais que os receptores apresentam, distintos processos de decodificação das mensagens são acionados). Mas é igualmente certo que as visões de parcelas significativas da opinião pública em sociedades altamente midiáticas – como a brasileira, por exemplo – são, em alguma medida, influenciadas pelos enquadramentos utilizados pelos veículos de comunicação ao tratarem de determinada questão.

A comunicação, então, deixa de ser entendida como mero instrumento, e passa a ser entendida como ambiente de ação. Configura-se como a principal arena na qual se travam as discussões sobre os temas tidos como relevantes - e acaba por ocupar, também, papel importante nos processos de construção de significados sobre a realidade. Enquanto geradora de discursos que trazem consigo determinadas representações do real (marcadas pela apresentação de enfoques específicos, dentre muitos outros possíveis), a mídia interfere nas relações sociais.

Logo, as escolhas eleitorais são, mesmo que parcialmente, influenciadas pelos veículos – principalmente de indivíduos ou grupos que dependam excessivamente das informações provenientes da comunicação de massa. O fato é que, nos processos democráticos, os efeitos discursivos da mídia não podem ser desconsiderados. Ou seja, os meios de comunicação de massa ocupam um lugar privilegiado como “formadores de opinião” – a TV é certamente o veículo com maior alcance, mas as outras mídias cumprem papéis relevantes. Nos cenários locais, até porque as redes de televisão brasileiras dedicam pouco tempo à programação regional, rádios e jornais impressos ganham proeminência na cobertura da política municipal.



Ao contribuir para a formação da agenda de discussões da sociedade, eles criam condições para a mobilização da comunidade para a ação política ou, pelo menos, para o processo de tomada de decisão eleitoral. Os impressos, por exemplo, ao noticiar os fatos que fazem parte da rotina dos leitores, contribuem para o surgimento de uma esfera de debate público: parte dos sentidos que os cidadãos associam às suas lideranças políticas deriva das imagens públicas destes candidatos ou governantes na mídia (e aquilo que é publicado nas páginas dos jornais eventualmente é depois reverberado em outros veículos).

Sobretudo nos períodos que antecedem as eleições, quando o interesse pelo assunto aumenta, a cobertura feita pelos meios de comunicação influencia a construção, consolidação ou modificação destas imagens públicas dos atores políticos. Essas imagens têm valor eleitoral, já que parcela significativa dos indivíduos usa os meios de comunicação como fonte preferencial de acesso a informações sobre a realidade.

Além da centralidade da mídia, outro fenômeno contemporâneo da política é a personalização. Numa era marcada pelo enfraquecimento das ideologias de partidos políticos, os processos eleitorais centrados no candidato são uma característica facilmente detectada nas campanhas mundo afora – o que aumenta a importância do tipo de enquadramento que a mídia oferece sobre essas lideranças. A tendência à personalização da política, num ambiente com grande presença da mídia, leva a uma inevitável consequência: o eleitor mediano escolhe seus governantes mais pelo que eles parecem representar do que pelas suas plataformas políticas.

Desta forma, os discursos que a mídia faz sobre um político configuram uma construção de imagem pública que pode contribuir para o sucesso ou a derrota na arena eleitoral – em alguns casos, essa é a variável decisiva. A oferta de determinados sentidos e modelos de interpretação é relacionada aos enquadramentos adotados pelos meios de comunicação e às suas práticas discursivas (que, por sua vez, impactam a percepção de realidade de determinados grupos ou indivíduos e influenciam neles os processos de construção da suas próprias identidades).

Isso vale também para as identidades políticas: o eleitorado se aproxima de agremiações partidárias ou lideranças políticas com as quais se identifica – mas esta identificação se dá por meio de sentidos a elas atribuídos, principalmente pela mídia. Dependendo dos significados associados, de forma sistemática, pelos meios de comunicação aos políticos, os indivíduos tornam-se ou não seus eleitores (mais ou menos fiéis, a depender do nível de identificação).

Diante destes pressupostos, o presente trabalho busca analisar, a partir das coberturas jornalísticas de periódicos impressos diários (com ênfase nos enquadramentos dados), a construção e as mudanças na imagem pública do ex-prefeito de Juiz de Fora-MG, Carlos Alberto Bejani. Trabalha-se aqui com a hipótese de que estas coberturas constituem variável central para explicar a sólida conexão eleitoral do ex-prefeito com específicas camadas do eleitorado juizforano (o que direciona o trabalho para a percepção da simbiose evidenciada na tríade Comunicação – Política – Identidade).

Quais foram essas imagens construídas por duas décadas sobre Bejani, desde sua primeira eleição em 1988 até sua renúncia, em 2008? E de que modo a crise na qual Bejani se envolveu implica mudanças nessa imagem? É preciso lembrar o episódio: no mês de abril de 2008, uma operação da Polícia Federal (denominada *Pasárgada*) prendeu prefeitos de cidades de Minas Gerais, Bahia e Distrito Federal, acusados de participar de um esquema fraudulento de desvio de verbas públicas, recursos vindos do Fundo de Participação dos Municípios (FPM).

Entre os presos, o então prefeito de Juiz de Fora, Carlos Alberto Bejani (então no PTB), que ocupava a prefeitura pela segunda vez. Mas para compreender de que modo Bejani construiu uma sólida carreira política – apesar das numerosas denúncias de corrupção que o acompanharam ao longo dos anos – é necessário voltar mais de vinte anos no tempo, mais precisamente às eleições municipais de 1988.

O radialista Carlos Alberto Bejani, candidato à prefeitura pelo pequeno Partido da Juventude (PJ), conquistou a cadeira do Executivo Municipal, em 1988, após uma campanha em que construiu uma imagem de perfil popular, próxima dos cidadãos mais carentes, e na qual se apresentou como alternativa para aqueles que buscavam novos nomes no cenário político local.

Considerado, na época, um fenômeno eleitoral, já que não contava com uma estrutura poderosa de um grande partido político, Bejani ainda seria eleito deputado estadual por duas oportunidades e voltaria à Prefeitura de Juiz de Fora, no ano de 2004, após duas tentativas frustradas de chegar ao Executivo local, nos anos de 1996 e 2000.

Portanto, esse estudo pretende discutir como foi a cobertura feita pelos dois principais jornais impressos de Juiz de Fora em cada um dos momentos em que a candidatura de Bejani se apresentou ao eleitorado (alguns dos jornais mais relevantes em 1988, por exemplo, não mais existem, o que levou a mudanças nos periódicos analisados) e de como eles construíram, por meio dos seus discursos, a imagem do candidato nas campanhas políticas de 1988, 1996, 2000 e 2004 e nas coberturas de suas prisões nas operações *Pasárgada* e *De volta para*

*Pasárgada*, além de sua renúncia, com ênfases nos títulos e nos textos das capas, dos editoriais, das colunas opinativas de política e das páginas das editoriais ligadas ao tema.

Pretende-se analisar como o enquadramento noticioso que os jornais fizeram de Bejani contribuiu para a construção de um “personagem”, o protótipo de “representante dos mais carentes”, “pai dos pobres”, com o qual segmentos do eleitorado se identificaram e, a partir disso, a ele confiaram os seus votos. Quando isso se associa às denúncias de corrupção, houve uma efetiva desconstrução ou, em alguma medida, ainda havia o reforço de traços que já se vislumbravam no personagem vitorioso de antes?

Com base na metodologia de análise do discurso, a finalidade é destacar os traços identitários atribuídos à imagem de Carlos Alberto Bejani projetada pelos jornais e verificar se é possível inferir que estes discursos jornalísticos sobre ele tenham cumprido um papel de facilitar a conexão entre o político e uma parcela do eleitorado juizforano.

No primeiro capítulo, resgata-se a interface mídia e eleições, analisando-se como a política se modificou num cenário em que os meios de comunicação assumiram um papel principal na formação da agenda pública de discussões. Além disso, busca-se entender o processo num contexto em que o sujeito pós-moderno não possui uma identidade fixa – inclusive na política.

Efetiva-se também uma breve análise de como os meios de comunicação podem colaborar para a construção das identidades políticas de indivíduos ou grupos. Ainda no primeiro capítulo, apontam-se questões relacionadas à construção de personagens políticos por meio de atributos simbólicos, num processo em que a ideologia perde cada vez mais espaço para a personalização (discute-se, portanto, como essa passou a ter um papel fundamental no sistema de escolha das democracias contemporâneas).

O segundo capítulo é dedicado a um breve relato da história política de Juiz de Fora, da imprensa local, dos jornais impressos estudados e trajetória política de Carlos Alberto Bejani. Trata-se de um esforço de contextualização, sem o qual as análises subsequentes perderiam capacidade explicativa.

O terceiro capítulo traz um resumo das teorias de Análise do Discurso. Oferece-se uma explanação breve sobre as principais vertentes de análise do discurso - dentre elas, a formação dos dispositivos teóricos-analíticos adequados ao estudo das representações identitárias construídas pelo jornalismo e a escolha das ferramentas metodológicas de análise utilizadas neste trabalho.

As análises dos discursos dos jornais impressos sobre a construção da imagem do político Carlos Alberto Bejani, nas eleições municipais de 1988, 1996, 2000 e 2004, no

período após as suas duas prisões pela Polícia Federal e sua renúncia ao cargo de prefeito, em 2008, estão no quarto capítulo, ao qual se seguem as Considerações Finais.

Ou seja, o que esta dissertação objetiva é, tendo como pano de fundo as relações entre mídia e política na contemporaneidade, evidenciar (por meio da cobertura da imprensa juizforana sobre a trajetória de Bejani) como foram construídos, consolidados ou modificados tanto a imagem do político quanto, com base nela, os processos de identificação política - algo impossível de ser explicado sem que se enfatize o quanto as imagens públicas dos candidatos são cruciais para entender o jogo político numa sociedade midiaticizada.

## 1 MÍDIA, IDENTIDADES POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS ELEITORAIS

A mídia ocupa um papel central nas democracias contemporâneas e vários países têm demonstrado, nas eleições para cargos majoritários ou proporcionais, que o destaque midiático é um instrumento fundamental para obter sucesso nas campanhas eleitorais. Numa contemporaneidade cada vez mais marcada pela presença cotidiana dos meios de comunicação de massa nas vidas de indivíduos mundo afora, configura-se uma sociedade ambientada e, até mesmo, estruturada pela mídia. Esta realidade evidencia a importância da interface entre política e comunicação para a compreensão de ambas as áreas.

Segundo Antônio Rubim (2001), a análise das novas configurações assumidas pela política numa era marcada pela centralidade da mídia pode ser definida como *Idade Mídia*, isto é, um período no qual a sociabilidade é estruturada e ambientada pela comunicação, especialmente em sua versão midiaticizada.

A comunicação sempre esteve associada aos embates eleitorais. Desde que a política se constituiu como um modo específico de resolver a questão do poder político - conforme a perspicaz formulação de Castoriadis - na Grécia antiga por volta do século V antes de Cristo essa interação acontece. Com a expansão e consolidação das eleições como procedimento e rito imprescindível à política na modernidade esse imbricamento se tornou ainda mais relevante (RUBIM, 2001, p. 1).

A multiplicação de tecnologias a que a sociedade assistiu nos últimos anos potencializou uma relação historicamente existente. Mais do que meros canais utilizados pelas forças do campo político, os meios de comunicação vêm ofertando lógicas narrativas e estruturas discursivas que, uma vez internalizadas, modificam o próprio fazer político.

O prodigioso desenvolvimento dos meios de comunicação, ao longo do século XX, modificou todo o ambiente político. O contato entre líderes políticos e sua base, a relação dos cidadãos com o universo das questões públicas e mesmo o processo de governo sentiram, e muito, o impacto da evolução tecnológica da mídia. Já no começo do século, fez-se notar a presença do rádio, secundado pelo cinema, que se mostrou um importante instrumento de propaganda. Os novos meios exigiam novos tipos de políticos, que soubessem como utilizá-los (MIGUEL, 2002, p.155).

Essa reestruturação, que implica readequação de pensamento e de postura, reflete o fato de que significativos setores do público consumidor da produção midiática a utilizam como uma fonte importante de referências, a partir das quais organizam e dão sentido ao mundo da política. O discurso político precisa se adaptar ao novo ambiente gerado pelos

meios de comunicação de massa:

Embora as práticas tradicionais da política persistam – desde as campanhas de porta a porta até a organização de movimentos sociais; desde as negociações entre políticos até as conversas diretas entre os cidadãos sobre questões políticas -, tais práticas encontram-se cada vez mais interpenetradas pelos meios de comunicação. A mídia reconfigura os padrões do discurso político e as relações entre os representantes e os representados. Ela é a principal instância para líderes políticos divulgarem informações sobre suas atividades, buscarem adesão em campanhas eleitorais ou conquistarem suporte público no jogo político mais geral. Por sua vez, a grande maioria das informações de que os cidadãos comuns necessitam para tomar decisões e agir na esfera pública – escolher representantes, conhecer e avaliar as políticas públicas, construir mecanismos de controle popular sobre os governantes – articula-se, de modo rotineiro, com os meios de comunicação (MAIA e CASTRO, 2006, p. 14 e 15).

A contemporaneidade, então, é caracterizada pela construção de uma sociedade na qual números incomensuráveis de informações são cotidianamente ofertados pelos variados meios de comunicação. Por isso, é inevitável que exista um relativo grau de influência da comunicação sobre a política (grau que variará no tempo e no espaço, mas estará presente de algum modo). Avaliar qual é a extensão do impacto da mídia nas relações sociais – e políticas – constitui exatamente a questão que mobiliza pesquisadores da área em todo o mundo.

A partir do pressuposto de que, na atualidade, os meios de comunicação são os principais difusores de representações sobre o mundo social, é forçoso concluir que, em alguma medida, afetam as práticas sociais de grupos e indivíduos. São, portanto, espaço relevante para a oferta de algumas (dentre muitas possíveis) das visões de mundo e dos valores ideológicos de que se nutrem numerosos segmentos sociais.

A julgar pela onipresença dos meios de comunicação na vida de milhões de brasileiros, por exemplo, a comunicação adquire um status estruturante. Num ambiente em que o sinal das televisões abertas supera 98% dos lares do país, milhões de indivíduos tomam conhecimento de versões sobre a atualidade e passam a ter uma percepção do que seria a realidade por meio de um processo de mediação efetivado pela mídia.

Ao retratar os acontecimentos diretamente ligados à vida dos indivíduos a partir de alguns enquadramentos preferenciais, os meios de comunicação ocupam um papel central no direcionamento do debate na esfera pública: estas ênfases acabam por pautar a sociedade (ou, pelo menos, parcelas importantes dela) nas questões políticas, sugerindo uma hierarquia de relevância para as discussões. A repetição de alguns enfoques, para além de meramente pautar a sociedade, pode reforçar valorações ideológicas.

Neste sentido, a análise da influência dos veículos de comunicação constitui base

fundamental para a compreensão do processo de tomada de decisão eleitoral. A mídia assume, potencialmente, um papel não só em termos da transmissão de informação, mas também como fonte de significação e interpretação da realidade.

Os meios são agentes fundamentais na formação dos cenários políticos. “O cenário em que encontramos os cidadãos da democracia contemporânea caracteriza-se por uma esfera pública cada vez mais dependente dos meios de comunicação de massa para a exposição de eventos, ideias, programas e líderes políticos” (ALDÉ, 2001, p.6).

No mesmo diapasão, Adolpho Queiroz, Thybor Malusá Brogio e Juliana Victorino Leone (2009) apontam que

Na verdade, para que a política se realize nas sociedades contemporâneas, é necessário que esta se torne pública, o que ocorre quando os acontecimentos políticos passam pelo impacto da mídia. Dessa forma, a política deve se adequar às regras da mídia e, com isso, transforma-se, de certa maneira, em prisioneira dos meios de comunicação. Quando se discute sobre o papel da mídia, deve-se compreender que o uso dos meios de comunicação pelas lideranças políticas sempre esteve presente na história política contemporânea (QUEIROZ, BROGIO e LEONE, 2009, p. 5).

Em grande medida, a mídia substituiu as praças públicas como espaço preferencial da política. Para a avaliação dos motivos que a levam a esta posição de centralidade na política contemporânea, é preciso antes refletir sobre a posição que o sistema midiático ocupa na vida social.

## 1.1 ENQUADRAMENTOS JORNALÍSTICOS E ORGANIZAÇÃO SOCIAL DOS SENTIDOS

A comunicação de massa, mais do que mero instrumento, representa para a realidade contemporânea o seu próprio ambiente de ação. É nessa arena da mídia que acontecem as principais discussões sobre os acontecimentos fundamentais sobre qualquer tema (inclusive a política) nos dias de hoje. Com isso, ela também ocupa o papel de fator construtivo dos significados para os mais variados assuntos.

Trabalha-se, nesta dissertação, com o pressuposto de que a realidade veiculada pelos meios de comunicação não é capaz de representar o real na sua plenitude, já que um mesmo objeto poderia ser visto por diversos pontos de vista, podendo-se apresentar variados ângulos

sobre ele.

Os veículos jornalísticos escolhem abordar alguns fatos em detrimento de outros, e por meio de determinados enquadramentos em detrimento de outros, o que configura uma realidade construída por eles, já que não relatam todos os fatos ocorridos por todos os ângulos possíveis. Segundo Pierre Bourdieu, “os jornalistas têm os seus óculos particulares através dos quais veem certas coisas e não outras, e veem de uma certa maneira as coisas que veem. Operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado” (BOURDIEU, 1997, p.12).

Essas escolhas, geralmente, baseiam-se em critérios de noticiabilidade e valores-notícia. Pode-se definir o conceito de noticiabilidade, segundo Nelson Traquina (2005b), como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em material noticiável e, por isso, possuindo “valor-notícia” (TRAQUINA, 2005b, p. 63).

Os valores-notícia referem-se a uma série de avaliações acerca dos acontecimentos e das qualidades do produto informativo final realizadas pelos jornalistas ao longo de todo o processo de produção noticiosa. Trata-se, portanto, de critérios que presidem não só a seleção dos acontecimentos e aspectos destes passíveis de serem noticiados – os valores-notícia de seleção -, como também a apresentação dos fatos jornalísticos – os valores-notícia de construção. Como indica Carlos Franciscato (2005), os valores-notícia consistem em uma rotina na qual novidade e continuidade encontram-se imbricados. Isto porque o trabalho jornalístico de identificar e apresentar o “novo”, o atual, é regido por padrões relativamente estáveis e previsíveis de determinação dos eventos passíveis de serem noticiados.

Esses critérios variam de acordo com os meios e as empresas de comunicação. Geralmente essa seleção é um processo complexo realizado durante todo o ciclo de produção da notícia e, segundo Wolf (1985), “realizado a instâncias diferentes – desde as fontes até o simples redator” (WOLF, 1985, p. 216).

A cultura jornalística seria outro fator que intervém ao longo de toda essa cadeia seletiva na construção de uma notícia. Para Traquina (2005b), a profissionalização da atividade jornalística conduziu à formação de uma comunidade guiada por valores e interesses próprios e composta por elementos culturais que fornecem um modo específico de ser/estar, agir, falar e, principalmente, de ver o mundo (TRAQUINA, 2005b, p. 77).

No que diz respeito à organização burocrática dos meios de comunicação de massa, Mauro Wolf (1985) afirma que o processo informativo, em qualquer empresa jornalística, é



composto por ao menos três fases que dão lugar a certas rotinas produtivas e processos de trabalho comuns. São elas: a captação de materiais informativos, a seleção e a apresentação das notícias. E todas essas fases passam por enquadramentos adotados pelos meios.

Por mais que os indivíduos possam reelaborar as informações dadas pelos meios de comunicação, esses enquadramentos utilizados servem de matéria-prima para a visão que muitos (mas não todos) podem ter da realidade. Trazendo o debate para a interface Comunicação-Política, os discursos e fatos políticos são produzidos num ambiente social em que a presença da mídia é significativa – inclusive eleitoralmente.

Portanto, a ênfase do conceito de enquadramento está nos processos de interpretação e construção de sentido. A análise de enquadramento possibilita investigar o processo pelo qual interpretamos a realidade política utilizando atalhos (pontos de vista ou “filtros”) que nos permitem dar sentido ao mundo, mesmo que com pouca informação (PORTO, 1998, p. 24).

Além da inevitável presença de enquadramentos escolhidos por algum critério a ser utilizado na seleção e na organização de conteúdo noticioso, há também a influência do campo econômico sobre os grupos empresariais que controlam os meios de comunicação. Nesse ambiente de conflito de interesses, não se pode imaginar que a mídia apresente vozes imparciais no debate político.

O “desprendimento” do campo da mídia é permanentemente tensionado por essa sua inserção no campo econômico. “A percepção da influência desse campo econômico sobre os meios de comunicação leva, muitas vezes, à denúncia de sua total ausência de autonomia” (MIGUEL, 2002, p.168).

Com a força de sua influência, os meios de comunicação tornam-se agentes importantes, reorganizando o jogo político. As eleições, então, sofrem significativas influências numa sociabilidade ambientada pela mídia, já que as discussões deslocam-se das ruas para as páginas dos jornais.

Trata-se de reconhecer que os meios de comunicação são atores políticos relevantes e que são responsáveis, em alguns contextos, por criar disputas desiguais em contextos políticos contemporâneos. O sucesso nas urnas passa a depender cada vez mais, em escala global, da visibilidade midiática e da presença de enquadramentos noticiosos positivos por parte dos veículos de comunicação.

A mídia, então, é uma variável cuja presença não pode ser desconsiderada na equação dos processos de decisão eleitoral. Autores como Alessandra Aldé, Adolpho Queiroz, Antônio

Albino Canelas Rubim, Luis Felipe Miguel, Mauro Porto e Wilson Gomes, entre outros, têm procurado demonstrar como os meios de comunicação de massa ocupam um lugar privilegiado no processo de formação da opinião política.

Também os jornais impressos (objeto do presente estudo), apesar de não serem os veículos de maior alcance, ainda exercem papel relevante na formação da agenda de discussões da sociedade - seja porque a mídia impressa frequentemente pauta os outros veículos de comunicação, seja porque também produz influências diretas.

O poder da imprensa é a influência que os jornais exercem na formação de opinião pública mobilizando a comunidade para a ação política. É óbvio que a imprensa tem sido por toda a parte um instrumento importante na formulação de progresso político e tem desempenhado um papel importante no processo político de várias maneiras e em vários estágios (PARK, 2008, p.71).

Ao retratar os acontecimentos diretamente ligados à vida dos leitores (e eleitores), contribuindo para o surgimento de um determinado contexto para a esfera de debate público, os meios de comunicação dão a eles determinados enfoques e enquadramentos que acabam por plasmar as imagens públicas daqueles por eles retratados – inclusive os atores da política. Também o discurso midiático serve de referência para a determinação de condutas públicas desses atores:

A pauta de questões relevantes, postas para a deliberação pública é em grande parte condicionada pela visibilidade de cada questão nos meios de comunicação. Dito de outra maneira, a mídia possui a capacidade de formular as preocupações públicas. O impacto da definição de agenda pelos meios é perceptível não apenas no cidadão comum, que tende a entender como mais importantes as questões destacadas pelos meios de comunicação, mas também no comportamento de líderes políticos e de funcionários públicos, que se veem na obrigação de dar uma resposta àquelas questões (MIGUEL, 2002, p. 170 e 171).

Esses enfoques e enquadramentos surgem num jogo de interesses empresariais e políticos, no qual existem interferências sobre a exposição dos fatos. Deste modo, aquilo que muitos indivíduos chamam de realidade é, em grande medida, construído pelos filtros e escolhas feitas pelos meios de comunicação.

Assim, o público – a sociedade – é cotidiana e sistematicamente colocado diante de uma realidade artificialmente criada pela imprensa e que se contradiz, se contrapõe e frequentemente se superpõe e domina a realidade real que ele vive e conhece. Como o público é fragmentado no leitor ou no telespectador individual, ele só percebe a contradição quando se trata da infinitesimal parcela de realidade da qual ele é protagonista, testemunha ou agente direto, e que, portanto, conhece. A imensa parte da realidade, ele a capta por meio da imagem artificial e irreal da realidade criada

pela imprensa; essa é, justamente, a parte da realidade que ele não percebe diretamente, mas aprende por conhecimento (ABRAMO, 2003, p.24).

Na maioria dos casos, essa parcialidade em relação ao “real” não é explícita, fica subjetiva por trás dos discursos – mas ainda assim afeta a percepção que o indivíduo tem do mundo. Essa interferência tanto pode ser mínima, imperceptível, como pode ser explícita. Mas ela sempre existe, pois a *realidade* é descrita pelos olhos de “terceiras pessoas” que possuem interesses em jogo.

Ou seja, num ambiente de acerbo conflito de interesses, é unimaginável que os meios de comunicação sejam os porta-vozes imparciais do debate político. É curioso notar, contudo, que a discursividade dos profissionais de imprensa ainda reforça os mitos da objetividade e da neutralidade como elementos distintivos do fazer jornalístico.

Em suma, é necessário reconhecer a persistência de certa autonomia do campo da mídia, o que faz com que os padrões de conduta compartilhados por seus integrantes sejam uma força atuante dentro dele. No caso específico do jornalismo, isto inclui um compromisso com a “verdade” e a “objetividade” que servem de critério para determinar a competência e a respeitabilidade pelos pares. A violação destas normas, notadamente em submissão a ditames econômicos ou políticos, é frequente, mas impõe ônus que não podem ser ignorados (MIGUEL, 2002, p. 168).

Talvez um dos momentos em que os interesses – políticos ou econômicos – e as valorações – ideológicas, corporativas ou de várias outras ordens – mais afloram de maneira evidente na produção jornalística seja o período eleitoral. Nos momentos que antecedem as eleições, a cobertura feita pelos meios de comunicação potencialmente tem influência na construção de imagens públicas dos candidatos e impacta o cenário eleitoral.

Já que grande parte dos indivíduos usa os meios de comunicação como fonte de informações sobre a realidade, são estas imagens construídas pelos meios que efetivamente têm valor eleitoral, mais do que a vida real dos agentes do mundo político.

Quando a identidade social e a identificação partidária perdem importância na determinação do voto, surge a necessidade de encontrar caminhos alternativos para obter informação política. (...) No caso das modernas democracias de público, são os meios de comunicação de massa (...) que se encarregariam, portanto, de fornecer “atalhos” para a obtenção da informação política funcionalmente necessária para o cidadão comum (ALDÉ, 2001, p. 11).

Segundo Reinaldo dos Santos, “a relação entre mídia (imprensa) e política (...) permanece como um objeto contemporâneo, reatualizado constantemente pelos avanços técnicos e sociais das mídias no século XX, que, pelos jornais, revistas, rádio, TV e cinema,

alcançaram a maioria como instrumento político e como um meio tão poderoso de influenciar cidadãos” (SANTOS, 2002, p. 2).

A mídia, então, como produtora e vocalizadora de determinados significados e de representações da realidade, tem alguma capacidade de interferir nas relações sociais. Ela usa códigos e símbolos, de forma incessante, que contribuem para a formação de visões do mundo. As mensagens transmitidas pelos meios influenciarão, em alguma medida, as escolhas dos cidadãos (qual exatamente é esta medida configura o grande objeto de discussão de diferentes tradições teóricas).

Entre os meios de comunicação, os jornais impressos apresentam-se como um objeto de estudo de valor acadêmico inegável, à medida que usualmente servem de fonte para os demais veículos e falam diretamente a um público formador de opinião. Por mais que o leitor reelabore as informações, a matéria-prima com a qual precisa trabalhar é dada, pelo menos parcialmente, pelos meios. E mesmo os códigos culturais que este leitor manipula são produzidos num ambiente social em que a presença da mídia é significativa.

Em tese, portanto, os atores políticos acabam por produzir relações de identificação com determinados públicos a partir dos sentidos que a eles são associados nas coberturas midiáticas. Os meios de comunicação, ao colarem determinados sentidos a um personagem político com base na repetição de uma mesma chave de enquadramentos, abrem a possibilidade de que segmentos do eleitorado identifiquem-se e projetem-se nestes atores. Em suma, a mídia constitui um elemento chave para que se compreendam os mecanismos de construção de processos de identificação política.

## 1.2 FORMAÇÃO DE IDENTIDADES EM AMBIENTE MUDIATIZADO

Se, portanto, as representações públicas que são feitas nos meios de comunicação sobre indivíduos e coletividades são tão relevantes para a construção, consolidação ou mudança dos sentidos sociais a eles atribuídos, o debate sobre identidades (as discursividades que nos conduzem a determinadas narrativas sobre quem somos e quais são nossas relações de pertencimento) é crucial para compreensão de variados fenômenos – inclusive da política.

O desafio aumenta à medida que se constata que se vive hoje uma era de intensificação das transformações identitárias. Nas últimas décadas, as sociedades têm experimentado rápidas mudanças, especialmente no que diz respeito aos efeitos da

globalização. Segundo Zygmunt Bauman (2001), vivemos numa “modernidade líquida”, na qual tudo é temporário, efêmero, líquido, porque não é capaz de manter a forma. Não há mais um enraizamento, pois tudo é desmontado a cada momento.

De acordo com Kathryn Woodward (2005), a identidade tem se destacado como uma questão importante nas discussões contemporâneas, no contexto das reconstruções globais das identidades nacionais e étnicas e da emergência dos novos movimentos sociais, os quais estão preocupados com a reafirmação das identidades pessoais e culturais. Esses processos colocam em questão uma série de certezas tradicionais, dando força ao argumento de que existe uma crise da identidade (WOODWARD, 2005, p. 67).

Para Woodward, “os processos históricos que, aparentemente, sustentavam a fixação de certas identidades estão entrando em colapso e novas identidades estão sendo forjadas, muitas vezes por meio da luta e da contestação política” (WOODWARD, 2005, p. 39). São, portanto, identidades em constante construção.

As identidades não são nunca unificadas; que elas são, na modernidade tardia, cada vez mais fragmentadas e fraturadas; que elas não são, nunca, singulares, mas multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicas. As identidades estão sujeitas a uma historicização radical, estando constantemente em processo de mudança e transformação (HALL, 2005, p.108).

O indivíduo, então, vive numa crise de identidades, em que procura respostas para sua existência individual e coletiva. E, deste modo, muitas identidades são vivenciadas de maneira polifônica nos mesmos sujeitos.

Dessa forma, não podemos pensar a construção da *identidade* como algo puramente individual ou coletivo, mas como uma permanente negociação entre indivíduo e sociedade. E, principalmente, não podemos tomar tal construção como algo estático ou pronto, mas entendê-la como um processo permanente de interação e fluxos. Ou seja, não podemos falar, quando pensamos em tal processo de construção, de uma só *identidade social*, ou a *identidade social*, mas sim na configuração de *múltiplas identidades*, por vezes convergentes, em outras divergentes, mas sempre fluidas e movendo-se a partir de fronteiras interativas (ENNE, 2004, p. 106).

O sujeito atual, nessas abordagens, não seria centrado nem unificado, mas fragmentado: sua identidade é constituída na relação com o outro, nas trocas culturais, na mediação social de símbolos, valores e sentidos. A identidade não mais poderia ser vista como pré-determinada de forma biológica, nem social.

A identidade torna-se uma “celebração móvel”, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (...) à medida que os sistemas de significação se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiantes de identidades possíveis (HALL, 1999, p. 13 apud COUTINHO, 2008, p. 93).

A identidade, portanto, necessita do outro para ser referendada, ou seja, não se constrói identidade para si e por si - são necessários processos de interação entre indivíduos numa sociedade e mecanismos de construção simbólica da alteridade. Essas identidades múltiplas e fluidas são modificadas de acordo com as situações de interação social. É um processo constante de construção e desconstrução, em que as situações interativas irão mudar os posicionamentos e, conseqüentemente, as práticas discursivas dos atores.

Assim, a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada” (HALL, 2000, p. 38).

Logo, em síntese, é crescentemente majoritária a visão de que as identidades decorrem de fenômenos simbólicos e discursivos, de matriz histórico-cultural, e não de essências. Nessa linha, a realidade – e também qualquer identidade - é vista como algo que deriva das relações sociais. Segundo Peter Berger e Thomas Luckmann, “a identidade é evidentemente um elemento-chave da realidade subjetiva, e tal como toda realidade subjetiva, acha-se em relação dialética com a sociedade” (BERGER e LUCKMANN, 1995, p.228).

Deste modo, aquilo que o indivíduo chama de realidade é, em grande medida, construído pelos filtros e escolhas discursivas feitas pelas instituições responsáveis por sua formação – contemporaneamente, cada vez mais os meios de comunicação. Do mesmo modo, aquilo que o indivíduo diz ser sua identidade também é influenciado por estas instâncias.

Num mundo, então, marcado pela globalização – e a sua interação entre fatores econômicos e culturais - e por radicais mudanças objetivas na realidade social, o indivíduo em crise de identidade (já que sente falta de uma referência e de vínculos, num cenário que enfatiza o efêmero e as relações superficiais) sofre alguma influência dos meios de comunicação, cujas narrativas constituem o solo no qual se travam os processos de interação social:

Todo indivíduo está interagindo e sofrendo a ação da sociedade, através de suas

diversas agências e instituições sociais. (...) Mesmo a lembrança aparentemente mais particular possui um caráter particularista, remetendo a um grupo, a um contexto de interação (ENNE, 2004, p.102).

A mídia, enquanto produtora de significados e de representações da realidade, possui a capacidade de interferir nas relações sociais. Ou seja, mesmo que o indivíduo traga para a interação com a mídia suas vivências e suas bases culturais socialmente elaboradas, ele sofre certa influência dos aparatos discursivos da comunicação de massa:

As rotinas produtivas estabelecidas pela mídia contribuem para a construção de representações sociais, pois além de realizarem uma intermediação entre realidades, oferecem também uma interpretação sobre determinado fato e/ou acontecimento, apesar dos discursos de imparcialidade. Além disso, também efetua a divulgação de representações existentes. Ao utilizar uma imagem em detrimento de outra, ao privilegiar uma fonte de informação, escolhas vão sendo feitas e é justamente este procedimento que irá culminar na apresentação de um fragmento do real (SILVA, 2005, p. 2).

O jornalismo ofertado pelas diversas mídias (inclusive a impressa) é fundamental na construção dessa realidade. Por meio dos discursos adotados por eles, os sujeitos são influenciados e têm as suas identidades reconfiguradas. Com isso, emergem novas identidades, políticas e culturais, produzidas nas relações sociais.

Segundo Woodward, as “identidades adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas” (WOODWARD, 2005, p. 8). Sendo os jornais, por exemplo, fatores de influência na construção da identidade dos leitores, é por meio dos seus discursos que indivíduos formam (pelo menos em parte) sua percepção da realidade e de si mesmos.

É precisamente porque as identidades são construídas dentro e não fora do discurso que nós precisamos compreendê-las como produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas (HALL, 2005, p.109).

Se essas discussões são aplicáveis à questão identitária de maneira geral, também o são especificamente às identidades políticas, que se manifestam nas participações eleitorais da cidadania. O eleitor contemporâneo também é cada vez menos pré-determinado pelas categorias analíticas que, por décadas, tentavam antecipar seu comportamento (classe social, gênero etc). Ele sofre numerosas influências no seu processo de escolha eleitoral – não apenas dos espaços de socialização tradicionais, mas também da mídia.

As percepções de pertencimento fixo a determinados espectros ideológicos ou projetos partidários são decrescentes mundo afora. Diminuem as taxas de identificação partidária, aumentam os padrões de volatilidade eleitoral e questões de curto prazo (mais do que variáveis sociológicas perenes) determinam resultados eleitorais. A mídia, portanto, surge como elemento de extrema importância nessa reconfiguração dos processos de identificação política, ideológica e partidária.

Os meios de comunicação (a partir de enquadramentos noticiosos e discursivos) constituem variável importante na visão que se tem da realidade e, portanto, impactam o cálculo de decisão do voto. As conexões do eleitorado com partidos ou lideranças políticas implicam igualmente uma percepção de identificação e, logo, a criação de vínculos de pertencimento com outros indivíduos que também nutrem simpatia por aquelas forças políticas.

Mas quase tudo o que se sabe sobre esses partidos e lideranças decorre daquilo que sobre eles falaram os meios de comunicação de massa. Segundo Jesús Martín-Barbero (1987), a crise de identidade dos partidos políticos tradicionais e a ausência de um apelo eficaz junto ao segmento popular por parte da esquerda vão facilitar que os meios massivos convertam-se em agentes impulsionadores de identidades sociais.

Assim, a análise de como determinados segmentos do eleitorado produziram laços de fidelidade eleitoral em relação a uma liderança depende de quais significados foram sistematicamente a ela associados pelas coberturas midiáticas. Os meios de comunicação projetam discursos por meio de elementos cognitivos que possuem valor predominante e “alteram o rumo” da realidade.

Pode-se dizer que o discurso cria os referentes que possibilitam operar com a “realidade” sem tomá-la como representação, mas marcadores em relação aos quais os sujeitos passam a reconhecer-se ou diferir-se. Isso lhes possibilita posicionar-se na rede discursiva, constituir-se como sujeitos a partir daquilo que lhes interpela como sendo dito com respeito a si (GUARESCHI, 2006, p. 83).

Os mecanismos de identificação eleitoral são, em grande medida, discursivos. Portanto, a configuração dos grandes difusores de conteúdos expressivos nas sociedades contemporâneas – isto é, dos meios de comunicação de massa – possui influência crucial no processo de representação política.

Uma imagem construída pelos meios de comunicação de um determinado candidato tem um grande valor no processo eleitoral. A caracterização desse político, nos meios de comunicação, como um indivíduo que supre as carências do eleitor, acaba por gerar uma



identificação com uma parcela do eleitorado, mais pelo que representa e menos pelo que é ou fez, de fato.

Para conservar a confiança de que é na verdade a pessoa que pensa que é, o indivíduo necessita não somente a confirmação implícita desta identidade, que mesmo os contactos diários casuais poderiam fornecer, mas a confirmação explícita e carregada de emoção que lhe é outorgada pelos outros significantes para ele (BERGER e LUCKMANN, 1995, p. 200).

Portanto, a imagem construída nos meios de comunicação ajuda a plasmar um personagem que poderá ter afinidade identitária com indivíduos ou grupos, o que representará um fator de grande influência no jogo eleitoral, mais do que as próprias relações partidárias ou ideológicas. É com base nestas constatações que vem se consolidando a percepção de que a política contemporânea, quanto mais midiaticizada, mais induz o jogo eleitoral ao personalismo. Esta tendência é o objeto da discussão que segue.

### 1.3 PERSONALIZAÇÃO POLÍTICA: OS ATRIBUTOS SIMBÓLICOS NO PROCESSO ELEITORAL

O protagonismo dos meios de comunicação nos cenários eleitorais favorece a personalização das disputas. A busca pela atenção midiática faz com que a ênfase nas supostas qualidades pessoais dos candidatos sobressaia em relação ao partido, o que influencia no declínio da política partidária.

Os eleitores estariam vivendo um momento marcado pelos valores pós-materialistas e portariam novas demandas como desenvolvimento sustentável, escolhas de estilo de vida e outros temas que extrapolam os temas da política. A crescente influência da mídia sobre o controle da divulgação da informação que antes era repassada à população pelos partidos também estaria contribuindo para o enfraquecimento da relação entre partidos e eleitores (VEIGA, 2007, p.344).

Com a personalização, cresce o papel da mídia e cai a importância do partido. Se entendida a representação política como algo que inclui mecanismos de identificação discursiva entre eleitores e candidatos, qualquer busca de uma representação aprimorada deve enfrentar a questão da mídia. É por meio desta representação que se constroem os significados e valores associados aos atores da política. Contudo, vivemos, hoje, um processo que pode

representar um momento crítico na representação política democrática. Em situações passadas, as identidades de determinadas camadas sociais (classes, por exemplo) eram mais facilmente percebidas e os partidos ou candidatos refletiam, de certa forma, essa representação socioeconômica.

Atualmente, esse fenômeno complexificou-se: as estruturas sociais não estão tão claras, como antes. Há um primeiro nível de indeterminação e um segundo sobre a relação entre as ideologias e o discurso dos atores. Antes, essa relação era bastante nítida entre as diferentes ideologias de direita, de esquerda, e os grupos sociais. Hoje, está mais dúbia.

Portanto, é nesse duplo nível, essencial, que existe a crise de representação política. Ela é assim em primeiro lugar uma crise de representação social, no sentido em que as estruturas sociais e ideológicas são menos visíveis do que ontem. Daí a recuperar, pela comunicação, isto é, pelas pesquisas e pelas mídias, a diminuição de influência das ideologias e a falta de correspondência entre estruturas sociais e comportamentos políticos, é apenas um passo. Ainda mais porque o enfraquecimento das estruturas ideológicas reforça aparentemente o reino da opinião pública, como o da informação e da comunicação (WOLTON, 2004, p. 253).

Essa crise da identificação político-partidária faz com que a mídia de massa passe a ser um fator relevante de influência e criação de identidades sociais, induzindo os atores políticos à construção de uma imagem que se adeque à lógica dos próprios meios. O próprio discurso dos políticos, por sua vez, não passa ao largo da mídia, pelo contrário, ele também se transforma no contato com os novos meios. É um discurso interessado e instrumental, destinado a gerar, no público, a identificação necessária à adesão política. O vínculo eleitoral supõe alguma espécie de identificação entre candidato e eleitor.

Identificação, convém esclarecer, não significa identidade; afinal, a representação política carrega em si os impulsos contraditórios da identidade (o representante como um igual dos representados) e da distinção (o representante como superior aos representados, dotado de qualidades especiais). Mas permanece o anseio por identificação – ou, se se preferir, por reconhecimento –, que faz com que aquele eleitor escolha, entre tantos, aquele partido ou aquele candidato. O foco, portanto, é jogado sobre os mecanismos de identificação entre cidadão-eleitor e político. Tais mecanismos são, em grande medida, discursivos – entendo, é claro, que “discursivo” não se refere apenas à expressão oral, mas a qualquer conteúdo simbólico. Imagens também são discursos; e, como sabemos, são parte cada vez mais proeminente dos discursos políticos (MIGUEL, 2006, p. 4).

Entende-se que os meios de comunicação de massa são um elemento enredado no processo representativo. Num cenário em que se aprofunda o esvaziamento dos partidos políticos e suas ideologias, a personalização dos candidatos surge como um fenômeno de grande peso nas campanhas eleitorais, num palco influenciado pelos meios de comunicação.

Cada vez mais, o indivíduo comum escolhe seus representantes não pelas suas plataformas políticas, mas pelos temas que propõem e pelas suas biografias políticas, administrativas ou pessoais. Nesse contexto, as imagens públicas dos candidatos dependem, em grande medida, dos discursos que os meios de comunicação fazem sobre eles.

Segundo Alessandra Aldé, “os partidos parecem ter perdido o monopólio do espaço público da política para os meios de comunicação, que crescem em importância, tornando-se os canais de informação política mais importantes e universalmente acessíveis” (ALDÉ, 2001, p.6).

A importância do voto personalizado, o declínio da identificação partidária e o desalinhamento do eleitorado são fatores que demonstram a opção por atalhos eleitorais, ou seja, elementos de curto prazo utilizados para determinar o voto.

Nos anos 40, a associação entre indicadores sócio-demográficos e preferências eleitorais indicava haver variáveis estruturais como elementos condicionadores do voto (tese da Escola de Columbia). Em seguida, prevaleceu a visão da Escola de Michigan, que introduziu a variável identificação partidária como elemento explicativo do processo decisório. Num passo adiante, com o declínio da percepção de que são os fatores sociológicos ou a identificação partidária os responsáveis pelo voto, consolidou-se a perspectiva de que determinantes contingentes (a imagem do candidato, sua performance, temas de campanha) são cruciais no processo eleitoral (LEAL, 2002, p. 68).

O eleitor contemporâneo, não pré-determinado, em crise de identidade, não possui uma identificação partidária perene, derivada apenas de seus interesses sociais, financeiros ou ideológicos – até porque as identidades tradicionais encontram-se em crise. O eleitor, então, busca âncoras nas personalidades, que acabam polarizando o debate político, como efeito da busca pelo preenchimento de seu vazio identitário.

Isso muda o foco da discussão para as qualidades dos candidatos e os fatores de curto prazo. Atributos pessoais e adjetivos como carisma, responsabilidade, integridade, competência etc. passam a ter valor maior no jogo eleitoral do que a própria discussão política.

O personalismo na política (ou, para Wattenberg, a ascensão da política centrada no candidato) decorre dessa lógica: a ênfase na escolha de pessoas, no lugar de partidos ou de programas políticos, pode ser explicada pelo fato de o personalismo ser um critério mais econômico, pois aproxima informações novas aos estereótipos já existentes. Focando personalidades, e não ideias ou ideologias, as comparações são mais óbvias e fáceis (LEAL, 2002, p.71).

Essa relação subjetiva e afetiva dos eleitores com os personagens da política não é um

fenômeno recente, no entanto. Autores clássicos como Maquiavel (1999) e Weber (1999) já haviam analisado a eficácia de elementos como o carisma, a oratória e a construção da imagem pessoal para o sucesso de uma liderança política. No Brasil, mesmo antes da atual fase democrática (com prevalência da TV como palco preferencial da disputa), nomes como os de Getúlio Vargas e Jânio Quadros foram exemplos disso. Mas é certo que, na disputa atual, exponenciou-se o peso dos atributos pessoais dos candidatos.

A personalização da política, tanto nos enquadramentos usados pelos emissores quanto nas explicações elaboradas pelos receptores, obedece a uma lógica afetiva; o que “as pessoas passam”, ao vivo ou na TV, não é construído pela coleta e análise de informações sobre a administração, leis e medidas provisórias, e sim baseado na empatia da figura pública, em seu relacionamento – muitas vezes via mídia – com o telespectador individual (ALDÉ, 2001, p. 174).

Ou seja, na contemporaneidade, biografias políticas, administrativas e pessoais dos candidatos são mais valiosas para o cidadão comum, no processo de escolha dos representantes, do que sua ideologia político-partidária. No jogo político, vale mais a imagem, menos a essência.

Nessa representação dentro de uma realidade socialmente construída, importa menos o que o político é, e mais o que ele parece ser: a verdade que ele transmite sobre sua história depende, fundamentalmente, de esse discurso ser ou não referendado pelos meios de comunicação.

Ter em mente o controle da própria imagem com a finalidade de mantê-la de acordo com as necessidades e exigências dos veículos de informação ajuda o ator político a difundir sua imagem positivamente. Para obter sucesso nesse processo de identificação, ele adapta sua linguagem e expressões à lógica que ordena a mídia. Para isto, o político constrói acontecimentos e personagens que se tornam irresistíveis aos critérios de noticiabilidade e aproxima-se dos ideais plásticos da mídia, o que possivelmente aumenta suas chances de aparecer nos meios de comunicação.

Hoje, os acontecimentos são pequenas representações em que as pessoas são personagens e as funções que elas exercem se transformam em papéis. Inserido na pauta dos noticiários, o ator político é reconhecido pelo público e representa uma possibilidade de voto. (...) Neste sentido, a política se constitui como um espetáculo, na medida em que utiliza os meios de comunicação como palco e põe o cidadão comum na situação de espectador, ao invés de militante (FERNANDES, 2007, p. 25, 26 e 27).

Essas imagens criadas interferem na realidade construída. Autores como Baudrillard (1991), com seu conceito de simulacro, e Debord (1992), com o de espetáculo, evidenciam a

importância da aparência no contexto contemporâneo. Como diz Debord, tudo que antes era vivido agora é representação (DEBORD, 1992, p. 13), ou seja, o espetáculo tornou-se o mundo. Dessa forma, a maneira mais segura de garantir sucesso na vida política é se tornar uma celebridade midiática.

Isto fica especialmente claro na grande quantidade de profissionais de mídia que ingressam na vida política, sobretudo ocupando cargos parlamentares. São radialistas, repórteres de televisão, apresentadores de programas de variedades ou “especialistas” (sobretudo advogados e psicólogos) com quadros naqueles programas. Os exemplos, só na política brasileira, são incontáveis: Antônio Britto, Celso Russomano, Cidinha Campos, Ratinho, João Paulo Bisol, Marta Suplicy, Hélio Costa (MIGUEL, 2002, p. 169).

Os meios de comunicação em geral (e, de maneira mais específica, os jornais impressos, como veremos neste trabalho), ao darem determinado enquadramento a um candidato, ajudam a sustentar ou não uma determinada projeção pública sobre os significados da personalidade daquele político.

Uma cena corretamente representada conduz a platéia a atribuir uma personalidade ao personagem representado, mas esta atribuição – este “eu” – é um “produto” de uma cena que se verificou, e não uma “causa” dela. O “eu”, portanto, como um personagem representado, não é uma coisa orgânica, que tem uma localização definida, cujo destino fundamental é nascer, crescer e morrer; é um efeito dramático, que surge difusamente de uma cena apresentada, e a questão característica, o interesse primordial, está em saber se será acreditado ou desacreditado (GOFFMAN, 1985, p. 231).

A mídia tem esse poder de mitificação e de transformação de uma personalidade comum em “herói”. Conseqüentemente, o indivíduo deposita no seu representante a esperança de uma vida melhor, de uma administração melhor. Deposita nele seu “voto de confiança”, elegendo-o aos cargos do executivo e legislativo. Assim, os seus sentidos e os valores são mediados pelos meios de comunicação e de informação. Isso influencia na sua escolha e na construção de seus processos de identificação política.

No Brasil, o ceticismo com relação aos partidos políticos e o enfraquecimento ideológico abrem espaço aos personagens políticos construídos na mídia – por exemplo, os líderes carismáticos:

A política, em grande medida, afasta-se daquela que foi por muito tempo sua função social histórica (agregar pessoas no processo de escolha dos rumos que a coletividade deve seguir) para aproximar-se cada vez mais intensamente da lógica do espetáculo – e não há espetáculo sem personagens claramente identificados. Daí o fato de candidatos se travestirem de personagens arquetípicos – o pai, o amigo etc.

– para facilitar a empatia com determinados setores do eleitorado, buscando ocupar um certo nicho do mercado eleitoral. Imagem, imagem, imagem... Novamente, importa mais perceber como ela molda a realidade do que discutir se ela corresponde ou não à natureza ontológica dos indivíduos ou coletividades em questão (LEAL, 2007, p. 4).

Atos políticos e eleitorais, como comícios, carreatas, corpo a corpo e passeatas, não valem mais por si mesmos: eles adquirem valor à medida que provocam efeitos de mídia. São construídos intencionalmente e de forma consciente para produzir repercussão midiática - e, para isso, acionam a lógica da espetacularização, na qual o obediência aos valores de enquadramentos noticiosos associa-se ao atalho do personalismo.

Se, de acordo com Guy Debord, a sociedade do século XX é uma “sociedade do espetáculo”, em que “a classe dominante discursa interminavelmente sobre si mesma em um ininterrupto monólogo de auto-elogio” (1992, p. 15), cabe-nos aqui apontar como e em que medida esses auto-elogios reverberam (ou não) nas coberturas da imprensa. Dessa maneira, ao verificar como a imprensa plasma significados e cola-os aos atores políticos, cria-se a possibilidade de compreender trajetórias de identificação entre lideranças e determinados segmentos do eleitorado.

A cidade de Juiz de Fora é fonte de vários estudos sobre o que chamamos de “crise identitária”, como o realizado por Christina Musse (2008). O juizforano é conhecido por ter uma identidade marcada pelo sentimento fronteiriço (em que se é algo e sua alteridade ao mesmo tempo). Também no campo da política esse processo de flutuação e não rigidez se evidenciou em numerosos momentos. O ano de 1988 marcou as primeiras eleições diretas para o Executivo municipal (exceto capitais, que tiveram eleições em 1985) após o fim do regime militar. No pleito de Juiz de Fora, sete candidatos concorreram então ao cargo de prefeito.

O radialista Carlos Alberto Bejani, candidato à prefeitura pelo Partido da Juventude (PJ), foi o vencedor, após uma campanha em que construiu uma imagem popular e que se colocou como alternativa para os que buscavam novos nomes no cenário político local. Era o início de uma carreira bem-sucedida eleitoralmente, na qual Bejani seria considerado um fenômeno político. Ao longo dos últimos vinte anos, o político consolidou uma imagem de líder carismático, estabelecendo em grande parte desse período uma sólida conexão com uma parcela do eleitorado da cidade que, mesmo diante das inúmeras denúncias de corrupção contra sua primeira administração no executivo e seus sucessivos mandatos parlamentares, continuaram a votar nele – como evidenciou sua vitória em 2004.

A história de Bejani não pode ser compreendida senão à luz deste novo ambiente

eleitoral, no qual a relação entre cultura local e cultura midiática transforma-se no espaço onde se negociam as identidades. Deste modo, para que se entenda como essa trajetória se construiu, é inevitável analisar qual foi a imagem pública de Bejani a estabelecer conexões com parcelas de eleitorado – e em que medida os meios de comunicação tiveram um papel relevante nesse processo.

No presente trabalho, o objeto, portanto, são os discursos veiculados pelos jornais impressos diários de Juiz de Fora na construção ou consolidação da imagem do político Carlos Alberto Bejani e, por meio desses atributos simbólicos, como esses discursos ajudaram a reforçar a vinculação com uma fatia do eleitorado local entre os anos de 1988 e 2008. Este é o objetivo da presente dissertação.

No próximo capítulo, será feito um breve resumo histórico sobre a política na cidade de Juiz de Fora, sobre os seus principais jornais impressos e sobre a trajetória do ex-prefeito Carlos Alberto Bejani. A ideia central é contextualizar qual foi o cenário da política e da imprensa local no qual emergiu e se desenvolveu a carreira política do ex-prefeito.

## **2 O PADRÃO HISTÓRICO DA POLÍTICA JUIZFORANA E A APARIÇÃO DE BEJANI**

A cidade de Juiz de Fora surgiu ao longo do Caminho Novo, que ligava a região das Minas ao Rio de Janeiro e passava pela Zona da Mata Mineira. Seus primeiros registros constam no período anterior ao ano de 1850, quando ainda era conhecida como Povoado de Santo Antônio do Paraibuna. Em 1701, com o início da abertura do Caminho Novo, pelo bandeirante García Rodrigues Paes, começou o desbravamento e o povoamento da região em que veio surgir a cidade. O escoamento clandestino do ouro pelo Caminho Velho do Rio de Janeiro, e pelo da Bahia, foi uma das causas da abertura do novo caminho para as Minas Gerais.

Terminando o Caminho Novo, que ligou a Borda do Campo (hoje Barbacena) a Paraibuna, e, depois, Vila Rica ao Rio de Janeiro, passando por onde é hoje Petrópolis, a Coroa doou, ao longo dele, várias sesmarias, a continuar pelas que receberam o próprio Garcia Rodrigues Paes e seu cunhado Domingos Rodrigues da Fonseca, seu sucessor na construção do Caminho. Aí começa a história da região e, pois, de Juiz de Fora, fruto das roças, fazendas e pousos, que vicejaram às margens do Caminho Novo (OLIVEIRA, 2009, p.62).

O desenvolvimento da vida urbana deveu-se à atividade agropecuária desenvolvida intensamente, colocando em relevo fazendeiros da região, produtores de café principalmente, dos quais, segundo Almir de Oliveira, “mais de uma dezena veio a adquirir títulos nobiliárquicos, como os barões de Santa Helena, de Santa Mafalda, de Juiz de Fora, de São João Nepomuceno, de Cataguases, Itamarandiba, do Portal, de Monte Mário (depois Visconde) e outros mais. Essa nobreza cafeeira daria à vila um ar aristocrático, aqui edificando grandes solares, que o progresso, com outras preocupações, foi substituindo por arranha-céus” (OLIVEIRA, 2009, p. 63).

O povoado passou a categoria de cidade em 1850, instalada em 1853, com a formação da primeira Câmara Municipal de Vereadores e, em 1865, recebeu o nome de cidade do Juiz de Fora. Formada no século XIX, a cidade cresceu estimulada por uma rica economia cafeeira, comparável à de grandes centros como Rio de Janeiro e São Paulo. Mas não era só no café que o município se destacava. Neste mesmo século, foi construída toda uma infraestrutura urbana, como abastecimento de energia elétrica, rede de bancos, comunicações e estradas, adquirindo status de grande centro no cenário nacional – inclusive na política.



Estas condições incentivaram o seu desenvolvimento industrial e a formação de uma organizada classe operária, caracterizada por suas lutas e greves, durante toda a Primeira República. Juiz de Fora, dos republicanos históricos; palco de lutas entre integralistas e aliancistas; centro de articulação política na Revolução de 1930 e, com atuação efetiva no golpe militar de 1964. Sua importância não termina aí, sua contribuição se prolonga nos grandes momentos históricos contemporâneos, através das pressões pelo processo de abertura política e pela mobilização popular, reconhecida pelos seus dinâmicos movimentos sociais (OLIVEIRA, 1994, p.8).

Juiz de Fora chegou a ser a cidade mais importante do estado e uma das mais relevantes no país. Com participação ativa em processos políticos desde a época de sua emancipação, no século XIX. Segundo Paulino de Oliveira, “a História da República assinala acontecimentos que colocam Juiz de Fora na vanguarda das cidades brasileiras que mais se distinguiram na propaganda e na luta em prol do novo regime” (OLIVEIRA, 1966, p.131). Ou como sugere Mônica Ribeiro de Oliveira,

Alguns meses antes da Proclamação, alguns vereadores já mostravam seu descontentamento quanto ao excesso de controle da Província sobre o Município, dificultando a realização de melhorias. Os republicanos mais exaltados da cidade faziam impressões clandestinas de panfletos a favor da Proclamação e os transportavam em caixas de goiabada para o Rio de Janeiro (OLIVEIRA, 1994, p.40).

Mas se houve um padrão na história política juizforana foi o fato de que os personagens dominantes, em termos de real ocupação de cargos públicos, eram da elite social e financeira do município, com pouca ou nenhuma “voz” aos trabalhadores, às pessoas advindas de camadas populares da sociedade.

## 2.1 A POLÍTICA E A IMPRENSA DE JUIZ DE FORA: O VIÉS DO ELITISMO

Desde os primeiros anos do município, no século XIX, assim como em todas as cidades do país, a atividade política nos espaços institucionais era exercida apenas por representantes da elite local. Segundo Mônica Ribeiro de Oliveira, “a oligarquia cafeeira dominava o cenário político, dificultando a ascensão de outros setores sociais e, em especial, controlando eleitoralmente os trabalhadores” (OLIVEIRA, 1994, p.58). As administrações municipais eram centralizadas pela Câmara de Vereadores, e o seu Presidente possuía as funções que um prefeito tem atualmente. A composição dessas câmaras refletia a sociedade

da época, quando um grupo muito pequeno, originário da elite econômica da sociedade, ocupava os cargos de vereador.

Fazemos referência aqui à grande presença dos fazendeiros de café e aos profissionais liberais no controle das cadeiras da Câmara. Estes profissionais, médicos e advogados, eram geralmente ligados a propriedades de terras e de escravos. O poder político na cidade em nada diferia do governo imperial, onde a maioria da população, composta de homens pobres livres e escravos, não participava politicamente. Não eram eleitores, isto é, não votavam, e também não podiam ser eleitos para cargos administrativos (OLIVEIRA, 1994, p.44).

Juiz de Fora ocupou lugar de destaque no cenário nacional entre meados do século XIX, desde a sua emancipação, e o início do século XX. Nesse período, marcado por grande aglomeração de atividades industriais e artísticas, a cidade foi um centro de intelectuais e jornalistas, que viam na imprensa o meio mais relevante para difundir pensamentos, opiniões, notícias, seguindo a tendência de grandes municípios brasileiros. A partir dos anos setenta do século XIX, a cidade começou a publicar seus primeiros impressos.

Albino Esteves afirma ter sido *O Constituinte* (que, provavelmente, circulou no primeiro semestre de 1870), o primeiro jornal da cidade, ao qual sucederam mais de cem publicações, dentre jornais, almanaques e revistas, até o ano de 1900 (MUSSE, 2008, p.98). A cidade chegou a contar, no período, com dez publicações diárias e muitas semanais, sendo que, entre os jornais, alguns tiveram uma edição única, outros circularam por mais de um ano. Parte deles era ligada a partidos políticos, outros eram literários e ainda existiam os de humor.

Nos títulos de vários desses impressos, já ficava evidente a defesa de um ideal, o projeto de uma cidade, o posicionamento político: *O Constituinte*, *O Imparcial*, *A Bússola*, *Echo do Povo* – de 1882, primeiro órgão francamente republicano que apareceu na cidade -, *O Democrático*, *A Regeneração*, *Minas Livre*, dentre muitos outros. Na defesa de uma economia nos moldes que marcam a ascensão da burguesia, temos: *Commercial*, *O Progresso* e *Commercio de Juiz de Fora*, que apontam para o projeto mercantil que envolve a cidade no final do século XIX. E ainda havia as publicações francamente religiosas: *O Metodista Católico*, de 1886, *Lar Católico*, de 1892, e *A Cruz*, de 1895 (MUSSE, 2008, p.98).

De acordo com Paulino de Oliveira, o município possuía uma imprensa ativa, com jornais diários, desde 1870, com *O Imparcial* e o mais importante *O Pharol*, que circulou entre 1872 e 1939. Ainda segundo Paulino, de 1870 a 1900, “apareceram em Juiz de Fora mais de cem jornais, não incluindo algumas publicações de vida efêmera que surgiram em vários Distritos” (OLIVEIRA, 1966, p.180). Dessas, três merecem menção especial: o próprio *O Pharol*, *Jornal do Comércio* e *Correio de Minas*, pela influência que exerceram nos

movimentos políticos de Minas Gerais.

Num período onde a divulgação das informações era dificultada pela existência de muitos analfabetos, poucas escolas e quase nenhum acesso a livros, o jornal apresentava um espaço precioso e importante para ‘aquecer’ o comércio com propagandas, para publicações de crônicas, notícias políticas e anúncios variados de compra e venda (OLIVEIRA, 1994, p.27).

Sob o Regime Republicano, Juiz de Fora continuava a avançar tanto nas indústrias, quanto na cultura, sendo conhecida como a Manchester Mineira – pelas características parecidas com a cidade industrial inglesa - e a Atenas Mineira – pela sua diversidade intelectual e cultural. Um cenário de progresso que, na década de 1920, chegou a ter, de acordo com Paulino de Oliveira, “mais de um representante nos Congressos federal e estadual, jamais se destacou tanto no cenário político como nessa ocasião” (OLIVEIRA, 1966, p.227 e 228). Ainda, segundo Paulino:

A Câmara Municipal de Juiz de fora podia ser chamada Escola de Parlamentares, como hoje se diz em plenário, e, mais ainda, Escola de Estadistas, porque dali saíram, no Império e na República, deputados e governadores que bem alto elevaram o nome da cidade (OLIVEIRA, 1966, p.228).

O período de 41 anos, entre os anos de 1889 e 1930, foi de intenso progresso, ou como prefere Almir de Oliveira, “foi o mais brilhante de Juiz de Fora”. Dessa época, consta a criação de bancos como o Banco Territorial e Mercantil (1887) e do banco de Crédito Real (1888). A cidade era o centro das decisões políticas de Minas Gerais. Entre os anos de 1926 a 1930, Antônio Carlos Ribeiro de Andrada, membro de tradicional família mineira, que iniciara sua vida profissional (como professor de História da Escola Normal, de História Comercial na Academia de Comércio e jornalista) e política (como Vereador e vice-presidente da Câmara) em Juiz de Fora, governou o Estado, e trouxe benefícios para a cidade: construiu edifícios para abrigar Grupos Escolares e as Repartições Policiais e iniciou a construção da Penitenciária, que ficou inacabada. Em Belo Horizonte, antes de chegar à Presidência do Estado, foi Secretário e Prefeito.

Apesar de a Capital já estar instalada em Belo Horizonte, desde o final do século, Juiz de Fora era, de fato, o centro das decisões políticas do Estado. Mais próxima do Rio de Janeiro, conservava a influência que, da Capital da República, recebia desde os tempos do Império. Era um ponto de encontro de políticos para decisões relevantes (OLIVEIRA, 2009, p.72).

Como o município era centro econômico de grande importância no estado, sua força política foi decisiva em muitos momentos históricos. Esse destaque fez com que Juiz de Fora assumisse certo protagonismo na Revolução de 1930, que levou Getúlio Vargas à Presidência da República. A cidade era base eleitoral de Antônio Carlos de Andrada, presidente do Estado de Minas, e que deveria ser o candidato mais provável para substituir Washington Luís, tornando-se o Presidente da República do Brasil.

O próprio Secretário de Segurança Pública de Antônio Carlos, Odilon Braga, também possuía bases eleitorais na cidade. Partiu dele um plano defensivo a favor de Getúlio Vargas, através de uma ampla movimentação de tropas da Polícia Militar em todo o estado, contra as forças legalistas de Washington Luís. Juiz de Fora foi o centro mineiro da campanha dos dois candidatos, com diversos comícios e caravanas a favor do candidato da Aliança Liberal (OLIVEIRA, 1994, p.59).

Segundo Paulino, foi numa dessas visitas de Antônio Carlos a Juiz de Fora que nasceu, em 1929, a Aliança Liberal – de cuja campanha resultou a Revolução de 1930 –, tendo partido daí também os primeiros protestos contra a atividade política de Washington Luís e sua persistente deliberação de fazer seu substituto na Presidência da República, o candidato Júlio Prestes. “O certo é que, por despeito ou não, foi Antônio Carlos o pai da candidatura Getúlio Vargas” (OLIVEIRA, 1966, p. 246).

Uma grande quantidade de periódicos de pouca duração e reduzida expressão marcou a primeira década do século XX e o período pré-Getúlio na imprensa local. Em 1922, segundo Christina Musse, a cidade possuía seis jornais diários: *O Pharol*, *Correio de Minas*, *Jornal do Commercio* e *O Dia* (matutinos); *A Tarde* e o *Diário Mercantil* (vespertinos).

Na década de 30, Almir de Oliveira registra o aparecimento de mais duas dezenas de periódicos, entre os quais o pesquisador destaca, pela duração e sentido que tiveram, *A Tribuna*, que começou em maio de 1930 e cessou em fins de 33, com o nome de *Tribuna do Povo*; *O Medium*, de agosto de 1932 a 1950; *O Sigma*, jornal integralista, de 1934 a 1936; a *Folha Mineira*, que surgiu em março de 1934 e parou de circular somente em 1977; a *Folha da Manhã*, que circulou dois anos, a partir de fevereiro de 1935 (MUSSE, 2008, p. 107).

O advento do Estado Novo, porém, teve repercussões na situação política local. Em setembro de 1930, encerrou-se o mandato do Presidente Antônio Carlos. Sua substituição por Olegário Maciel deslocou o eixo político para Belo Horizonte, com prejuízo para Juiz de Fora e para a Zona da Mata. O novo Presidente do Estado era do Centro de Minas - nascera em Pitangui - e, segundo Mônica de Oliveira, “chegara à Presidência já velho e alheio à Mata Mineira, que não lhe sentiu a presença durante os três anos de governo.

Sua adesão ao Governo Federal contra o levante militar paulista, em 1932, acentuou ainda mais a distância entre Minas Gerais e São Paulo, ensejando ao ditador Getúlio Vargas a manobrar no sentido de uma aproximação São Paulo - Rio Grande do Sul com evidente desprestígio para as incômodas lideranças mineiras centradas em Arthur Bernardes e Antônio Carlos Ribeiro de Andrada” (OLIVEIRA, 2009, p. 71 e 72). E, desde 1933, Minas Gerais ficou entregue a Benedito Valadares, que pouca atenção deu à região da Zona da Mata mineira durante a sua administração.

Juiz de Fora hostilizou-o durante a campanha política de 1936 e recebeu um pesado troco. Conservado no Governo em 1937, Valadares recusou a Juiz de Fora quaisquer empreendimentos que viessem a dar prosseguimento à ascensão econômica da orgulhosa Manchester Mineira. E desviou para Belo Horizonte o desenvolvimento industrial, criando ali o Município de Contagem, para o qual encaminhou indústrias de grande porte. Numa Minas Gerais marginalizada pelo Governo Federal, Juiz de Fora estava também marginalizada, a ponto de ter tido como Prefeito, nomeado pelo Governador, um sobrinho deste, com acintoso desprezo aos políticos locais (OLIVEIRA, 2009, p. 71 e 72).

Com a queda do preço do café em consequência da crise da Bolsa de Nova York, em 1929, e com as lideranças políticas tradicionais francamente hostilizadas com apoio do Governo ditatorial instalado na sede da República, a cidade entrou num período de estagnação. Perdeu, aos poucos, sua condição de maior centro industrial e comercial de Minas Gerais e, conseqüentemente, o seu prestígio político. De acordo com Mônica de Oliveira, o ditador Vargas prestigiou ainda mais seu preposto da governança de Minas, com o que atingiu duramente as lideranças locais ligadas às antigas lideranças estaduais.

A cidade não tinha mais voz política ativa no Estado. O parque industrial começou a obsolescer. A guerra de 1939-1945 trouxe mais dificuldades para a sua atualização (OLIVEIRA, 2009, p.73). Os três grandes estabelecimentos industriais (a Santa Rosa, a Moraes e Sarmiento e a Meurer) desapareceram, e não tiveram substitutos do mesmo porte. A pioneira Bernardo Mascarenhas enfraquecia e também não resistiu.

A imprensa periódica, na década de 40, mesmo com o advento do rádio e do cinema, ainda atuava na contramão de todo o cenário contrário. Era a responsável por 93 das 273 publicações do estado (MUSSE, 2008, p. 114). Dois novos periódicos foram destaque nesse período: o *Diário da Tarde*, do grupo dos *Diários Associados*, que começou a circular em 1942, e o *Correio da Mata*, lançado também em 1942, mas de uma maneira mais irregular.

Entre os outros diários do município, estavam o *Diário Mercantil*, a *Gazeta Comercial* e a *Folha Mineira*. Contudo, a imprensa também não resistiria à estagnação que atingira o

município e, no período posterior, as publicações foram reduzidas a três ou quatro jornais diários e um quinzenário, uma das possíveis causas da decadência do meio cultural.

A Academia Mineira de Letras já havia emigrado para Belo Horizonte. A Associação de Imprensa de Minas seguiu-lhe, mais tarde, o caminho. A sede de fato do Banco de Crédito Real passou à capital do Estado, ficando aqui uma sede simbólica. O Banco de London fechou sua agência juizforana. O serviço de telefones foi absorvido pela TELEMIG, empresa do Estado, segundo um plano de centralização desse serviço, como o de energia elétrica. O mesmo aconteceu com a Companhia Mineira de Eletricidade, absorvida pela CEMIG. Até o futebol entrou em colapso: os três principais clubes da cidade - o Tupi, o Tupinambás e o Sport hibernaram. (...) Aos poucos, a cidade foi perdendo o poder de decisão sobre si mesma (OLIVEIRA, 2009, p.73).

Em 1931, o município teve o seu primeiro Prefeito, o advogado Pedro Marques de Almeida, eleito indiretamente. No período posterior ao Estado Novo, a participação das classes mais pobres da população nos processos eleitorais continuava a ser cerceada por um cenário político elitista.

No período democrático que se iniciou em 1945, a presença popular é sem dúvida o fato político novo, numa etapa do processo histórico-político brasileiro em que se destacava o clientelismo (uma prática política de atendimento a demandas frequentemente individualizadas, sem, entretanto, representar interesses articulados de grupos – portanto, procedimento despolitizante e desmobilizador). Assim, o clientelismo trabalhou no sentido de fragmentar as coletividades de interesse, de individualizar as demandas e de personalizar as lideranças.

Com o término do período autoritário e com a sociedade civil despolitizada e desacostumada de participar das decisões políticas abriu-se um precedente de participação popular nas escolhas eleitorais. Em 1947, os prefeitos passaram a ser eleitos diretamente pelo povo, pela primeira vez na história do Brasil. Tal fato exigia de cada candidato a esse posto alto grau de prestígio a apresentação de um programa de realizações.

Em Juiz de Fora, onde não havia nenhum político com raízes sólidas no Município – porque já eram falecidos os que antes do Estado Novo dirigiam os principais grupos partidários (Antônio Carlos e João Penido, de um lado; Rubens Campos e Constantino Paletta, de outro) e porque o Dr. João de Rezende Tostes, o único remanescente do primeiro grupo, se afastara da vida pública – várias correntes se formaram então, destacando-se dentre elas, como as mais poderosas, as que seguiam e ainda seguem a orientação dos Drs. Dilermando Martins da Costa Cruz Filho, Lair Paletta de Rezende Tostes e Álvaro Braga de Araújo, assumindo aquele a chefia do tradicional Partido Republicano e estes a do Partido Social Democrático, fundado em 1945 para apoiar a candidatura do general Eurico Dutra à Presidência da República. Duas outras agremiações políticas podem ainda ser citadas, pelos resultados que apresentaram nos três últimos pleitos: A União Democrática Nacional

e o Partido Trabalhista Brasileiro – reunindo aquela as figuras de maior projeção do comércio e da indústria da cidade e agrupando-se nesta a maioria dos trabalhadores de todas as atividades, mas ambas sem chefe decisivo no Município (OLIVEIRA, 1966, p.131).

Na disputa, o médico Dilermando Cruz venceu o pleito e administrou a cidade entre os anos de 1947 e 1950. Em 1951, renunciou ao cargo e foi substituído pelo vice, outro médico, Eudócio Infante Vieira. Apenas em 1951 a cidade teria, enfim, um Prefeito que não viria da elite política de Juiz de Fora.

## 2.2 A CHEGADA AO PODER DE REPRESENTANTES DE PERFIL POPULAR

Em 1951, assumiu a prefeitura o comerciante Olavo Costa. Ele seria o primeiro Chefe do Executivo que não viria da elite política da cidade e, por isso mesmo, sua candidatura não foi considerada uma ameaça aos adversários. Seus opositores diziam que era um simples "vendedor de papéis" numa alusão ao fato de ser representante na cidade de firmas de papel de embalagem, e, por isso, não poderia fazer frente a políticos tradicionais como o engenheiro Deusdedith Salgado, o Dr. João Felício Fernandes, que era o candidato da situação, e o Dr. José Procópio Teixeira Filho (que já havia sido prefeito em 1946 e 1947).

Contudo, Olavo venceu a disputa com o apoio da parte mais carente da população e se transformou num político de grande prestígio em Juiz de Fora. Seria a primeira derrota da elite política local dentro da cidade. Com uma política paternalista, Olavo Costa esteve envolvido em escândalos políticos, com vereadores de oposição pedindo a sua cassação, inclusive. O seu sucessor foi o engenheiro Ademar Rezende de Andrade.

Na imprensa, destaque para o jornal *O Binômio*, de Belo Horizonte, que teve sua versão juizforana, em 1958, e que viria a ser um veículo de extrema oposição ao Prefeito Olavo Costa - que voltaria a administrar a cidade entre os anos de 1959 e 1962 e Ademar entre 1964 e 1967. Durante o segundo mandato de Ademar Rezende, a cidade, mais uma vez, teve importante papel na história política do país, com participação efetiva no Golpe Militar de 1964.

Em 31 de março de 1964, iniciou-se o movimento, a partir de Minas Gerais, especificamente, de Juiz de Fora. Foi liderado pelo general Olímpio Mourão Filho, comandante da 4ª Região Militar, sediada na cidade. O general avançou com suas tropas em direção ao Rio de Janeiro, precipitando o golpe que levaria à queda do

Presidente (OLIVEIRA, 1994, p.73).

Entre as ações do novo regime instaurado, está a prisão de Clodesmith Riani, com base eleitoral em Juiz de Fora, que teve seu mandato de deputado estadual cassado. Riani foi levado à prisão, em Belo Horizonte, em abril de 1964, sendo depois transferido para o presídio de Ilha Grande, no Rio de Janeiro, onde ficou até março de 1971.

A história de Riani sempre foi de luta e de defesa popular. Nascido em 1920, tornou-se eletricitista da Companhia Mineira de Eletricidade em 1936. O juizforano foi eleito deputado estadual pelo PTB de Getúlio Vargas em 1954, volta à Assembleia Legislativa de Minas em 1961, na vaga deixada pelo deputado Saulo Dinis, sendo reeleito em 1962. Sua representatividade no movimento trabalhista era grande: foi presidente das duas maiores organizações sindicais do país, a CNTI (Confederação Nacional dos Trabalhadores na Indústria) e a CGT (Comando Geral dos Trabalhadores).

Riani também foi representante dos trabalhadores no Conselho Administrativo do Bureau Internacional do Trabalho. Mesmo saindo da prisão na década de 70, somente em 1982 teve de volta seus direitos políticos. Naquele mesmo ano, foi eleito deputado estadual pelo MDB, tendo sido o mais votado de Juiz de Fora.

A cidade - mesmo tendo historicamente um papel de destaque na luta da classe operária e em sua mobilização por melhorias nas condições de trabalho a partir de 1912 e as greves de 1912, 1920 e 1924 - viu, verdadeiramente, em Riani, um representante de renome nacional na luta pelos direitos dos trabalhadores no período pós-Vargas do Trabalhismo. Ele foi um personagem central desse momento da história brasileira. Colaborou com os comunistas em favor da unidade da classe trabalhadora, sem ser comunista. Absorve, mesmo, certas percepções próprias da cultura política comunista, sem referendar seu núcleo ideológico, como se vê na referência à luta de classes.

Do mesmo modo, manteve-se como figura importante no PTB, sem alinhar-se aos pólos que colocavam o partido numa encruzilhada, na qual o apelo à mobilização de massas parecia desembocar necessariamente na defesa da ruptura com a legalidade. Ele não via na defesa das “Reformas de Base” pela via legal, como sustentavam os críticos dessa estratégia, um caminho que reduzisse a mobilização de massas.

Atua no sindicalismo corporativo, buscando ampliar suas possibilidades de intervenção em favor dos trabalhadores e, simultaneamente, transformá-lo. É, pois, uma expressão significativa dos dilemas que alcançavam o coração das lutas dos trabalhadores no período, para os quais - no tortuoso debate ideológico que opunha a



direita à esquerda e diferentes percepções dentro da esquerda - importava buscar um caminho em que a afirmação dos “direitos dos trabalhadores” fosse a dimensão central de sua atuação política (HELENO, 2007, p. 40 e 41).

Durante o Regime Militar, as lutas políticas pelo país foram em busca da volta de um Estado Democrático. Juiz de Fora também teve papel ativo: no ano de 1967, por exemplo, chegou ao poder um político de oposição ao regime militar, o engenheiro Itamar Franco, que se tornaria, posteriormente, Senador, Governador e Presidente no ano de 1992 (após renúncia do então Presidente Fernando Collor de Mello, envolvido em denúncias de esquema de corrupção). Itamar colocou, novamente, Juiz de Fora no mapa político do país.

Ele ficou na administração municipal até o ano de 1970 e, após o mandato de Agostinho Pestana (1971-1972), retornou à Prefeitura entre os anos de 1973 e 1974. Mas Itamar não chegou ao final da administração, porque se candidatou ao Senado pelo MDB em 1974, concorrendo com José Augusto, candidato da Arena. O emedebista foi eleito e reeleito no cargo, ficando no Senado até o ano de 1982.

Após a saída de Itamar da Prefeitura de Juiz de Fora, o vice, Saulo Moreira, assumiu a cadeira, ficando até 1976. Seu sucessor, um ex-bancário do Banco Irmãos Guimarães e professor de História da Academia de Comércio, Francisco Antônio de Mello Reis, havia sido líder estudantil procurado pelas Forças Armadas em abril de 1964. Mello Reis, filiado à Arena, foi eleito vereador em 1970 e se candidatou a prefeito em 1972, perdendo por apenas 300 votos para Itamar Franco. Em 1976, novamente candidato à prefeitura, venceu Tarcísio Delgado, candidato pelo MDB, assumindo a Administração Municipal para um mandato de seis anos. Mello Reis foi eleito, ainda, deputado federal, participando da Constituinte.

No período Militar, a crise da liberdade de imprensa, somada ao período de estagnação econômico que Juiz de Fora passava desde 1930, fez com que vários periódicos fechassem as portas. Segundo Musse, “um pouco antes do fechamento do *Diário Mercantil*, em 1981, foi lançado, em Juiz de Fora, o jornal *Tribuna de Minas*, para onde migraram muitos dos jornalistas do DM” (MUSSE, 2008, p. 192). O número zero da *Tribuna de Minas*, diário produzido e veiculado em Juiz de Fora, circulou no dia 31 de agosto de 1981. Lançado com o objetivo de concorrer com o *Diário Mercantil (DM)* e o *Correio da Mata (CM)*, o jornal anunciava uma proposta de modernização da imprensa local, em oposição ao *DM* e ao *CM*, que há muitos anos eram os jornais mais influentes da cidade.

A intenção da *Tribuna* era fazer um jornal para todas as faixas de leitores, voltado para o noticiário de serviços. O jornal anunciava que cobraria das autoridades municipais e dos representantes políticos de diversas áreas as soluções para os

grandes problemas regionais, com o compromisso de não emitir nenhum tipo de opinião pessoal (FERNANDES, 2005, p.2 e 3).

A *Tribuna de Minas* passou a circular efetivamente em 1º de setembro de 1981, no formato *standard*, impressa em preto e branco, e desde então foi publicado durante seis dias da semana (ainda hoje às segundas-feiras não circula edição do jornal). De propriedade do médico e empresário Juracy Neves, a *Tribuna de Minas* se manteve como um dos principais jornais impressos de Juiz de Fora, ao longo de 28 anos. Nesse período, o jornal buscou alternativas de publicação e tentou uma investida em Belo Horizonte.

Nesse espaço de tempo, em que a *Tribuna de Minas* circulou na capital mineira, a empresa manteve o jornal diário *Tribuna da Tarde*, produzido e veiculado em Juiz de Fora, como alternativa para divulgar as matérias locais, entre os dias 2 de agosto de 1986 e 29 de novembro de 1992.

Depois de dominar o jornalismo local, a *Tribuna de Minas* passou a investir para conquistar os leitores de todo o estado. Em 1985, a *Tribuna* se transferiu para Belo Horizonte, com o objetivo de fazer concorrência ao monopólio do *Estado de Minas*, jornal que apoiava o governo do estado. O objetivo da *TM* era ser uma alternativa para o leitor da capital estadual mais isento, destacando a editoria de política e economia. (...) Para o público juizforano, a partir do dia 2 de agosto de 1986, passou a publicar a *Tribuna da Tarde*, com matérias locais (FERNANDES, 2005, p.4).

A *Tribuna de Minas* não conseguiu repetir o êxito local em Belo Horizonte e, com isso, deixou de circular na capital. Parte do insucesso foi atribuída à falta de patrocínio das grandes empresas, que preferiam investir em veículos que apoiassem o governo estadual.

Em 1992, com o juizforano Itamar Franco na presidência da República, surge o Grupo Solar de Comunicação, responsável pela edição do jornal, com a intenção de valorizar a imprensa da cidade. Em 29 de novembro de 1992, a então *Tribuna da Tarde* retoma seu nome original, *Tribuna de Minas* voltada para o jornalismo regional. Em 1994, a *Tribuna* torna-se o primeiro jornal da cidade a ser produzido em cores (FERNANDES, 2005, p.4).

Em 1983, com a falência do *Diário Mercantil*, o jornal passou a ter como principal concorrente o impresso *Correio da Mata*, fundado por Murilo Araújo em 1949, cujo diretor-presidente era o empresário Paulo César Machado. Em 23 de fevereiro de 1987, o *Correio da Mata* passou por uma reforma gráfica e trocou o nome para *Diário da Manhã*, que não circulava aos domingos e segundas. Ele foi extinto no ano de 1992, como Órgão Oficial do Município, que passou a ser durante a gestão do prefeito Carlos Alberto Bejani. Contudo, o *TM* era um jornal mais completo que o *Diário da Manhã*, com suplementos, cadernos especiais etc.

O prefeito seguinte a Mello Reis, o advogado Tarcísio Delgado (derrotado em 1976), assumiu o Executivo local em 1983, ficando no poder durante seis anos. Durante o seu mandato, foi construído o cenário para as eleições de 1988, a primeira municipal após o fim do Regime Militar. Uma divisão política de representantes do seu governo causou algumas dissidências na base de Tarcísio, o que pulverizou a situação no pleito em candidaturas que se inviabilizaram do ponto de vista eleitoral, na partilha de votos, o que causou a derrota de seu candidato, o professor Murílio Hingel. Tarcísio não fez o seu sucessor e abriu um espaço na disputa para um *outsider*, um “forasteiro”, o radialista Carlos Alberto Bejani.

### 2.3 O FENÔMENO POLÍTICO CARLOS ALBERTO BEJANI

As eleições municipais de 1988 marcaram a ascensão de uma nova liderança política local: o radialista Carlos Alberto Bejani. Numa vitória improvável contra as mais distintas vertentes políticas tradicionais de Juiz de Fora, Bejani se apresentou como o candidato da renovação, alguém vindo de fora do cenário político estabelecido, com um discurso popular, de justiça social e de isomorfia junto às camadas mais pobres da população.

Muitos fatores terão contribuído para ascensão de Alberto Bejani. Inaugurando sua fase política, o ex-radialista, jogou em todo o seu passado como locutor a força de suas propostas que, em suma, basearam-se praticamente em apelos populares. O seu discurso, via de regra era um discurso que tratava poder e política como devendo ser controlados pelo dever moral como se isso resolvesse a questão de poder. Falando dos vícios dos candidatos, ou seja, dos políticos de modo geral, propunha sangue novo (o seu) na atividade política. (...) Assim, o exame do fenômeno Alberto Bejani está diretamente ligado ao momento em que o país ensaiou os primeiros passos - após vinte anos - de uma consolidação democrática ampla com a eleição direta em dois turnos para presidente da República (OLIVEIRA, 1990, p.3).

Bejani nasceu na cidade fluminense de São Gonçalo, em 27 de setembro de 1949, filho de Hélio Klinger Bejani e Isa Portilho Bejani. Ainda criança, o circo onde trabalhava com a mãe chegou a Juiz de Fora. Em depoimento a João Guerra (1991), Bejani relatou que a sua permanência na cidade deveu-se ao fato da sua mãe ter conhecido o pedreiro Geraldo Ferreira, que viria a ser o seu padrasto. Eles passaram a morar no Bairro Vila Ideal.

Cursou o ensino fundamental e médio na Escola Estadual Henrique Burnier. Durante a infância foi engraxate, vendedor de pirulitos na rua, lavador de carros. Na adolescência, trabalhou em lojas de calçados saindo para servir o Exército Brasileiro. Depois do serviço

militar obrigatório, foi ser motorista, vendedor, supervisor e gerente da filial de uma empresa de refrigerantes em Juiz de Fora. O rádio apareceria em seguida. Segundo Bejani:

Essa foi, talvez, a pior fase de minha vida. Desempregado, aos 26 anos, não tinha noção do que iria fazer. Peguei o gravador, companheiro de tantas ilusões, e voltei para casa na maior tristeza, decidido a sair daquela cidade que eu amava tanto. Fui para Barbacena e, aos 28 anos, sem jamais haver entrado sozinho num estúdio, apresentei-me como profissional ao diretor da Rádio Correio da Serra, o primeiro que acreditou em mim e me ofereceu uma grande oportunidade. Uma semana depois, sem saber direito como é que as coisas estavam acontecendo, já tinha um programa – o “Sábado Alegre” de 2 às 5 da tarde, e em dois meses estourei em audiência. O programa passou a ser o mais ouvido em Barbacena e nas cidades vizinhas (GUERRA, 1991, p. 38 e 39).

Após o sucesso em Barbacena, surgiram as oportunidades em Juiz de Fora. Encontrou respaldo em empresários de comunicação da cidade, como Geraldo Mendes, da Rádio Industrial, e Josino Aragão, proprietário da Rádio Nova Cidade.

Por volta de 1976, ingressou na antiga Rádio Industrial de Juiz de Fora como repórter esportivo, levado por Geraldo Mendes, a quem chama de “Grande Mestre”. Transferiu-se para a Rádio Nova Amizade, onde se tornou líder em audiência nas seguintes atividades: Narrador Esportivo, Repórter Esportivo, Repórter Policial, Analista Econômico, Disc Jôquei, Operador de Áudio (OLIVEIRA, 1990, p. 24).

Mas foi na Nova Cidade, que Bejani se destacou como o Repórter 730 e se tornou conhecido em toda a periferia da cidade como um verdadeiro defensor dos mais humildes, levando ao ar suas reclamações e ajudando-os a resolver os problemas pessoais ou de seus bairros. Atingiu, com o programa, tamanha popularidade que, o seu primeiro casamento, com Márcia Regina de Oliveira Bejani, anunciado no rádio, reuniu uma multidão na Catedral Metropolitana da cidade. Segundo Bejani, “mais de 500 táxis me acompanharam, de graça. Quando cheguei à entrada da Catedral, mais ou menos às 20 horas, não tinha nem jeito de entrar. Chamaram até polícia, para evitar maiores problemas. Mais de duas mil pessoas acotovelaram-se nas imediações, dentro e fora da igreja” (GUERRA, 1991, p.45).

Ao perceber todo esse alcance popular, Bejani resolveu se lançar na política. A ideia inicial era uma candidatura a vereador. Mas acabou se lançando a prefeito, como uma maneira de avaliar a sua aceitação nas urnas para uma possível disputa futura para a Assembleia Legislativa de Minas Gerais. Os grandes partidos, contudo, não deram abertura ao radialista. De acordo com Bejani, por muito pouco, ele não ficou sem filiação partidária e impossibilitado de entrar no jogo eleitoral de 1988.

Trinta dias antes de terminar o prazo para o registro de filiação partidária, resolvi ir ao TRE, em Belo Horizonte, e descobri por acaso, que o partido ao qual estava filiado tivera o seu pedido de registro indeferido. Por isso, eu estaria impedido de disputar as eleições. Voltei a Juiz de Fora sem comentar nada com ninguém, e daí a uns dias, com habilidade, manifestei o interesse de deixar o PDC. Por acaso, ou por força do destino, surgiu o que havia de mais desorganizado no Brasil, em termos de partido político: o frágil e obscuro Partido da Juventude, o famoso e inviável PJ. Depois disso, as gozações só aumentaram, e o meu nome passou a ser objeto de brincadeiras nos principais pontos do centro da cidade. Muitos diziam que eu estava doido, por enfrentar as elites, as forças políticas tradicionais, sem dinheiro, sem partido e sem o mínimo de organização de campanha (GUERRA, 1991, p.46).

Com poucos recursos financeiros para a campanha, Bejani usou métodos criativos e populares para conquistar o eleitorado. Deixava clara a sua “falta de dinheiro” na campanha. Nas suas aparições, sempre uma fisionomia de pessoa triste, desolada, sofrida. Os discursos eram baseados em vocabulários e expressões simples. Os comícios eram acompanhados, quase sempre, de shows sertanejos ou forró, gêneros mais populares da música brasileira.

Arranjamos uma Kombi velha, emprestada por um amigo, mas ela ficava mais parada do que rodando, pois não tínhamos dinheiro para o combustível. Durante os encontros com o povo, nos bairros, eu pedia jornal velho e explicava que não tinha dinheiro para fazer propaganda: “Se alguém puder arranjar jornais velhos, nós vamos escrever neles o meu número e nome, com pincel atômico, para a gente pregar nas casas de nossos companheiros, amigos e vizinhos”. Juntamos pilhas e mais pilhas de jornais, e esta foi a nossa propaganda. Como não tinha carro disponível, várias vezes cheguei aos comícios num ônibus comum, desses que fazem a linha para os bairros, e a minha chegada sempre era uma festa (GUERRA, 1991, p.47).

O candidato também apelou para a religiosidade popular na campanha. Ao se dizer católico convicto e devoto de Nossa Senhora da Rosa Mística, chegou a atribuir à Santa, parte do seu sucesso nas urnas.

- Na sua opinião, o que lhe deu, afinal, a vitória nas eleições?

- A Nossa Senhora da Rosa Mística e o povo. Não tem outra explicação. Foi uma inspiração divina, mandando que alguém olhasse pelos mais humildes. E acho que devo buscar também essa explicação nas raízes de minha própria experiência como criança pobre e sofrida (GUERRA, 1991, p. 47 e 48).

A campanha foi marcada por signos que levavam aos eleitores a ideia da renovação, de novo, do jovem. Como exemplo disso, o próprio nome da legenda - Partido da Juventude. Signos que sugeriam transformação, mudança. Uma alternativa para a população cansada do oportunismo de alguns políticos tradicionais – e cansada de ser governada pelos setores da elite que historicamente, à exceção de Olavo Costa, estiveram à frente do Executivo. A sua

experiência com comunicação de massas também fez com que ele adquirisse um grande número de fãs, ao longo da carreira de radialista.

Os meios de comunicação interagem ativamente com este filão de consumidores, como podemos perceber pela proliferação de programas que se propõem a substituir ou cobrar da esfera pública a solução de problemas sociais, promovendo uma “unidade” impossível para os políticos, fragmentados em partidos burocratizados e que “não colaboram entre si”. Já que os políticos são omissos, não fazem o que deveriam fazer, os únicos que se salvam são políticos “novos”, como os do PT, ou ligados aos meios de comunicação, como Roberto Jefferson e Garotinho (ALDÉ, 2001, p.70).

O caráter assistencialista de seus programas dava aos ouvintes uma sensação de “justiça social”, o que moldou o candidato numa conformação messiânica: foi recorrente sua caracterização a partir do mito do salvador, de alguém que os amenizava em momentos de crise, em quem o povo sofrido podia depositar suas esperanças de dias melhores. A carreira como comunicador fez com que ele conhecesse as linguagens dos veículos de comunicação, o que propiciou que seus discursos fossem adaptados às distintas mídias. Seus programas no Horário de Propaganda Eleitoral Gratuita (HPEG) de televisão são exemplos disso.

- Quem produziu os seus programas para o horário gratuito de televisão?

- Eu mesmo. Informaram-me que teria dois minutos, mas quando cheguei para gravar disseram que o programa seria de apenas 1 minuto e 27 segundos. Diante da dúvida, afirmei que a legislação me dava 2 minutos e gravei todos os programas com essa duração, deixando sempre para o final uma denúncia grave de corrupção ou desvio de verbas na Administração municipal. Na reta final da campanha, isso me ajudou muito a ganhar as eleições, pois o corte do programa era feito exatamente no momento em que eu anunciava as denúncias. Logo, logo, surgiu um boato que tomou conta da cidade: “Não estão deixando o Bejani falar a verdade. Toda vez que ele vai denunciar alguma coisa, cortam a sua imagem na televisão”. E o pior, para os meus adversários, é que, poucos dias antes das eleições, por pressão política, perdi o meu emprego na rádio. Acho que fui o único candidato a prefeito de uma cidade brasileira que não teve um tostão para gastar e, ainda por cima, estava desempregado (GUERRA, 1991, p. 47 e 48).

Mas, para Vânia Oliveira, essa campanha no Rádio e na TV, tanto quanto nos comícios, foi concentrada quase que exclusivamente nos ataques e nas críticas pessoais: quando não estava falando mal dos candidatos, seus concorrentes, Bejani estava criticando a administração de Tarcísio Delgado (raras foram as vezes em que se elogiou algum trabalho do então prefeito).

Pouco se ficou sabendo do projeto do candidato do Partido da Juventude à prefeitura de Juiz de Fora, já que as propostas não eram colocadas de maneira sistemática, mas o recurso às denúncias e ataques é uma estratégia que tem alcançado bastante sucesso junto ao povo já

descrente com a política.

No programas do HPEG televisivo, o PJ (Partido da Juventude) dispunha de dois minutos e 57 segundos. Para dar mais tempo ao candidato a prefeito, oito candidatos a vereador (pelo PJ) abriram mão de suas falas. Por ter um tempo tão reduzido (já que havia partidos que tinham trinta minutos de apresentação), Carlos Alberto Bejani se valeu de uma estratégia poderosa: ele procurava elaborar textos mais extensos que o tempo disponível.

Assim, dava-se a impressão que as ideias do candidato e suas denúncias estavam sendo cortadas, censuradas ou qualquer coisa do gênero. E isso repercutiu positivamente para Carlos Alberto Bejani, que parecia estar sendo perseguido, ganhando dessa forma a simpatia do povo, que vive impedido de falar. Tudo era razão para Alberto Bejani se fazer de vítima. Primeiro, foi seu trabalho na Rádio Nova Amizade, do qual foi dispensado. Ele procurou então se mostrar como um desempregado sofrido, e enquanto trabalhador desempregado, tinha uma forte identificação com a maioria da massa trabalhadora; nesse sentido ele necessitava assumindo a prefeitura de todos os desempregados, pois assim ele seria um igual a todos eles no poder. Dessa forma teria então reais chances de fazer alguma coisa para essa maioria sem vez nem voz (OLIVEIRA, 1990, p. 29 e 30).

A atuação dos meios de comunicação de Juiz de Fora no processo foi questionada. Segundo Vânia Oliveira, a mídia local é altamente comprometida com grupos dominantes, razão pela qual nas pesquisas de opinião veiculadas pelos jornais da cidade havia distorção dos resultados: elas teriam sido “dirigidas” (OLIVEIRA, 1990, p. 36). Se a dicotomia entre forças originárias das elites e o populismo<sup>1</sup> marcou o sistema político ao longo da República (e, na história da cidade, a balança historicamente pendeu para o primeiro polo), aquela eleição emblemática em 1988 - a primeira com o país redemocratizado - representou uma vitória do segundo campo. Muitos viram em Bejani uma oportunidade de renovar o quadro de representantes no Executivo – processo verificado também no Legislativo municipal.

---

<sup>1</sup> Classicamente, existem três grandes formas de abordagens analíticas do populismo. Ele pode ser estudado como um fenômeno de origem social, como uma forma de governo ou como uma ideologia específica (...). Em qualquer de suas formas, o populismo necessita de alguns elementos básicos para se concretizar: independente das particularidades das ocorrências, ele surge quando há uma massificação de amplas camadas da sociedade que desvincula os indivíduos de seus quadros sociais de origem e os reúne na massa, relacionados entre si por uma sociabilidade periférica e mecânica; quando há uma perda da representatividade e da exemplaridade da classe dirigente; quando há a presença de um líder dotado de carisma de massas. (...) O sentido de “populismo” que passou para a história tem uma carga semântica altamente negativa. Os políticos populistas são estigmatizados como enganadores do povo, por suas promessas jamais cumpridas e como aqueles capazes de articular retórica fácil com falta de caráter (...). O sentido negativo não diz respeito apenas à figura do político populista, mas ao fenômeno como um todo, pois só é possível a eleição de um populista por eleitores que não sabem votar ou que sempre se comportam de maneira dependente, como se estivessem à espera do “príncipe encantado”. (...) Populista, no caso, era aquele que estava próximo do povo, ouvia suas aflições e conseguia compreendê-lo. Sentido comum em sociedades nas quais as elites políticas encontram-se distante das massas: onde não há canais de interlocução convencionais, o povo busca alternativas para ver atendidas suas demandas. Quando os populistas passaram a ocupar espaço na política, vencendo as eleições contra liberais e conservadores, o conceito começou a receber uma conotação pejorativa. É verdade que politicamente o populismo encontrou uma certa funcionalidade em vários países latino-americanos ao servir de alternativa ao risco de uma onda comunista. (...) Com o afastamento do risco comunista, a presença de lideranças carismáticas marginais às elites políticas tradicionais à frente de Estados fortes passou a interferir de maneira negativa nos interesses dessas elites (CERVI, 2001, p. 151 e 152).

Assim que as ditaduras militares em toda a América Latina começaram a ceder espaço para as democracias, as eleições diretas transformaram-se novamente em instrumento de manifestação do descontentamento das massas em relação às elites políticas tradicionais. As lideranças carismáticas, carregadas de emocionalidade, voltam à cena com suas promessas de solução fácil para todos os problemas. Essas lideranças, não necessariamente nascidas de transformações sociais profundas (a evolução de uma sociedade tradicional para uma moderna, por exemplo), passaram a ser chamadas de “neopopulistas” (CERVI, 2001, p.152).

Uma opção que passou a ser uma alternativa para a crise de representação política. Segundo o jornalista Wilson Cid, Bejani foi um fenômeno exclusivo da política local, do estrangeiro, aquele que vem de fora do sistema. Com discurso popular e messiânico, ele conquistou a classe mais pobre da sociedade que não se sentia representada, já que, num processo histórico de acentuada diferença a favor das elites em ambientes de disputa, sentia-se sem voz. A vitória de Bejani nas eleições de 1988 foi, para Cid, “o deboche da classe média e o protesto da classe pobre” (CID, 2009).

Ninguém, ou melhor, quase ninguém considerava que Carlos Alberto Bejani saíria vitorioso. Haja vista que nessa mesma campanha estavam concorrendo candidatos mais experientes e inclusive com uma trajetória política significativa na cidade. Como exemplo citamos o candidato Francisco Antônio de Mello Reis, do Movimento Democrático Popular (MDP), que já havia sido Prefeito nesta cidade. (...) O partido do Governo, PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro) representado na cidade por Tarcísio Delgado que estava na administração municipal como prefeito e vinha desenvolvendo um trabalho de assistência social na periferia, não conseguiu fazer seu sucessor, o experiente Murílio Hingel, embora este fosse considerado o candidato que continuaria com as obras da administração “Todos Juntos” – slogan da prefeitura - administração 82-88. Os candidatos, num total de sete, Carlos Alberto Bejani, Custódio Mattos, Francisco Antonio de Mello Reis, Jorge Lima, José Luiz Guedes, José de Castro Ferreira e Murílio Hingel, não conseguiram atrair a maioria do eleitorado (OLIVEIRA, 1990, p. 1 e 2).

O candidato do Partido da Juventude, com grande apelo na luta pelo voto, em suas propostas de governo e administração apostava, entre outras coisas, na “caça aos Marajás Municipais”. Mas também apresentava um discurso ancorado em bases conservadoras. Assim, ele obteve o apoio de grupos econômicos e, principalmente, de comunicação. Foi ganhando a simpatia do eleitorado, sem que os demais candidatos percebessem, o que culminou com sua consagração nas urnas. Bejani foi eleito Prefeito, em 1988<sup>2</sup>, com 58.248 votos (33,8% dos votos válidos, eleição em um único turno), e levou o PJ a eleger quatro vereadores, inclusive sua mulher, na época, Márcia Bejani que foi a mais votada.

<sup>2</sup> Eleições 1988 (turno único): Eleitorado JF: 213.528 - Bejani (PJ) Eleito – 58.248 votos – 33,8%; Hingel (PMDB) – 39.946 votos – 23,2%; Custódio (PSDB/PDT) – 33.113 – 19,2%; Mello (PDS/PDC/PSC) - 28.104 – 16,3%; Jorge Lima (PT) – 4.747 – 2,75%; José de Castro (PTB) – 4.091 – 2,4%; José Luiz Guedes (PSB/PCB/PCdoB) - 3.897 – 2,3%. (Fonte: TRE-MG).



Bejani é “uma figura messiânica, popular e de certa forma irresponsável”, que soube catalisar o ressentimento da população. – “O próprio Bejani é um sujeito ressentido” -, particularmente daquela parcela desorganizada, alheia aos sindicatos, partidos políticos e outros instrumentos de organização da sociedade, que se sente deserdada e encontrou em Bejani uma saída. Alia-se a este fato o poder conferido pelos meios de comunicação, com o qual Bejani pode contar, como radialista que é (FILHO, Rubem Barboza in: TRIBUNA DA TARDE, 19/11/1988).

Sem experiência administrativa, fez um governo que foi alvo de diversas denúncias de corrupção, então não comprovadas oficialmente – foi processado, inclusive, por enriquecimento ilícito. Ficou no Executivo até 1992. Em 1993, Custódio Mattos, um dos candidatos derrotados em 1988, assumiu a Prefeitura após vencer Tarcísio Delgado. Nas eleições de 1996<sup>3</sup> e 2000<sup>4</sup>, Tarcísio Delgado venceu Bejani, ambas, no 2º turno.

Entre as derrotas para Tarcísio e as eleições de 2004, Bejani foi eleito duas vezes para o cargo de Deputado Estadual (para o período de 1999 a 2002, com 50.762 votos, e de 2002 a 2006, com 69.310 votos). Em 2004<sup>5</sup>, numa disputa marcada pela presença de personagens da política nacional e pela agressividade das campanhas, Bejani, com o *jingle* de campanha “Volta, volta, Bejani”, conseguiu uma vitória com uma diferença pequena sobre Custódio Mattos, no 2º Turno.

O candidato Alberto Bejani (PTB), por exemplo, sempre apareceu (...) caracterizado como aquele que seria “o prefeito da gente” (...), o que estaria “de mãos dadas com o povo”, preocupado com a população mais humilde. (...) O personagem é claro. Bejani, em toda a concepção discursiva de sua campanha, simboliza o *amigo*, aquele que é um semelhante. (...) É o discurso historicamente associado aos candidatos com penetração nas camadas populares (ou, numa visão crítica, o discurso populista): bom domínio do meio de comunicação (a formação de Bejani no rádio o ajuda a estabelecer uma fala de proximidade natural com o público) e tom assistencialista (como se espera dos bons e acessíveis amigos, que nos ajudam quando precisamos deles). (...) Já o candidato Custódio Mattos (PSDB) situou-se em perspectiva discursiva diametralmente oposta à de Bejani. Toda a ênfase dos programas consistiu em apresentá-lo como o mais competente para gerenciar a máquina pública. (...) Trata-se do *gerente*, daquele que tem conhecimento técnico para tomar as melhores decisões em nome dos outros. (...) O discurso era, indiscutivelmente, o mais economicista dentre os candidatos (LEAL, 2004, p. 95 e 96).

<sup>3</sup> Em 1996, Juiz de Fora tinha um eleitorado de 268.017 pessoas. Tarcísio venceu no 2º Turno com 134.540 votos (55,97% dos válidos) contra 89.397 (37,19%) de Bejani. Também concorreram, no 1º Turno: Reginaldo Arcuri (PSDB), Sebastião Helvécio (PPB), Paulo Delgado (PT) e José Elias Valério (PV). (Fonte: TRE-MG).

<sup>4</sup> Já em 2000, num universo de 312.474 eleitores, Bejani venceu o 1º Turno (34,94% contra 32,93% dos votos válidos), mas Tarcísio obteve a virada no 2º, e foi reeleito com 139.384 votos (54,60%). Bejani ficou com 115.916 (45,40%). Também disputaram o 1º Turno: Renê Gonçalves de Matos (PSB), Agostinho César Valente (PT), José Eduardo Araújo (PV). (Fonte: TRE-MG).

<sup>5</sup> Nas Eleições 2004, com eleitorado de 346.354 juizforanos, Bejani (PTB) venceu o 1º Turno: 91.024 votos (32,96% dos válidos) e foi para o 2º Turno com Custódio (PSDB), que obteve 72.394 votos (26,21%). Sebastião Helvécio (PDT), com 61.460 (22,25%), João Vítor (PPS), 41.150 (14,90%), Fabrício Linhares (PSTU), 5.816 (2,11%) e Josemar (PMN), 4.322 (1,57%), foram os demais concorrentes. No 2º Turno, com abstenção de 50.784 eleitores (14,66%), Bejani (PTB) venceu Custódio por 137.410 votos (50,67%) a 133.790 (49,33%). (Fonte: TRE-MG).

Contudo, em 2008, Bejani teve seu nome envolvido em denúncias de participação em um esquema fraudulento e foi preso pela Polícia Federal. Pasárgada, o poema de Manuel Bandeira que serviu de inspiração para batizar a operação da PF que prendeu cerca de dezesseis prefeitos no dia 09 de abril de 2008, descreve uma cidade paradisíaca onde tudo se pode por ser amigo do rei - “vou-me embora pra Pasárgada, lá sou amigo do rei” - no caso da operação, um juiz que supostamente vendia sentenças para facilitar a liberação irregular de verbas para as cidades. O desvio era do repasse do Fundo de Participação dos Municípios (FPM) – cerca de 20% da receita arrecadada com o Imposto de Renda e o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI). Juiz de Fora teria recebido, entre 2007 e 2008, em um ano, mais de R\$ 35 milhões vindos do FPM.

Os envolvidos foram acusados de desviar R\$ 200 milhões dos cofres públicos, que deveriam ser destinados, principalmente, à saúde e à educação. Após oito meses de investigação, foram presos em torno de 50 pessoas entre magistrados, prefeitos, advogados, procuradores municipais, assessores e lobistas. Entre eles, o então prefeito de Juiz de Fora, Carlos Alberto Bejani que permaneceu 13 dias preso na penitenciária Nelson Hungria, na cidade de Contagem - MG. Na casa dele, foram encontrados R\$ 1,12 milhão em dinheiro, um revólver de uso exclusivo das Forças Armadas, duas pistolas e duas carabinas. As investigações desta operação teriam como desdobramentos uma nova ação da Polícia Federal, a “De volta para Pasárgada”, no dia 12 de junho de 2008, na qual Bejani seria novamente preso, o que culminaria com a sua renúncia ao cargo de prefeito de Juiz de Fora. Ele ficou quase dois meses preso e foi solto, em 10 de agosto de 2008, após ser beneficiado por um *habeas corpus* dado pelo ministro Ricardo Lewandowski, do STF (Supremo Tribunal Federal). Hoje, está afastado momentaneamente da vida pública e responde a diversos processos por corrupção em suas administrações. Mas como essa trajetória foi percebida pela sociedade juizforana? Claramente a resposta a essa questão obriga a uma análise de como todos os episódios envolvendo Bejani foram retratados pelos meios de comunicação de massa – atores centrais na oferta de informação pública sobre a política. Tendo em vista que historicamente na cidade o jornalismo impresso teve papel central no acompanhamento da política (em muitos momentos, pautando os demais veículos nessa questão), é importante avaliar o quadro vivenciado por ele nesse período.

Entre o fim do primeiro mandato de Bejani, em 1992, e a renúncia, em 2008, três jornais, fundados em Juiz de Fora, tiveram destaque. Em 14 de junho de 1994, o empresário Josino Aragão, lança o jornal *Diário Regional*, em formato *standard*. Em 30 de novembro de 2003, começou a circular o *Jornal Panorama*, do empresário Omar Resende Perez.

Inicialmente, em formato *standard*<sup>6</sup>, ele era veiculado todos os dias da semana. Oito meses depois, em 30 de julho de 2004, o jornal passa a ser tablóide<sup>7</sup> e, cerca de dois anos após a sua primeira publicação, em 05 de dezembro de 2005, passa a ser distribuído gratuitamente, de domingo a sexta. O *Jornal Panorama* passaria por mais duas reformas gráficas: em 31 de maio de 2006 passa a ser *Berliner*<sup>8</sup>, um formato ligeiramente maior que o tablóide; e, em 03 de dezembro de 2007, volta a ser tablóide, até ser extinto em 31 de outubro de 2008. A redação do *Jornal Panorama*, em dezembro de 2007, passa a produzir também o *JF Hoje*. Com linguagem e preços populares, em formato tablóide, o primeiro número do jornal circula no dia 04 de dezembro de 2007. Atualmente, Juiz de Fora tem três jornais diários: *Tribuna de Minas*, *JF Hoje* e *Diário Regional*.

No próximo capítulo, serão analisados os discursos adotados pelos jornais impressos diários de Juiz de Fora sobre Alberto Bejani, entre 1988 e 2008, e se avaliará como ajudaram a construir e consolidar a imagem do político – parte-se do pressuposto de que esta imagem facilitou a identificação dele com uma parcela importante do eleitorado local, desejosa de encontrar uma figura pública com as marcas típicas daquilo que a literatura classifica como populismo. A opção pela análise de discurso deriva da suposição de que os jornais, como produtos da comunicação de massa, são fundamentais na reconstrução de identidades sociais na sociedade contemporânea – inclusive dos processos de identificação política -, concebendo-se identidades como a produção de narrativas por parte de um grupo qualquer (por exemplo, um segmento do eleitorado). A imagem projetada pelos jornais sobre Bejani gerou uma identificação de uma fatia do eleitorado juizforano com ele? Essa imagem foi (ou não) reconfigurada com os desdobramentos das duas prisões e a sua renúncia?

Se essa imagem de Carlos Alberto Bejani, plasmada pelos meios de comunicação, é construída pelos discursos adotados por esses veículos, a proposta do presente trabalho é nutrir-se do debate teórico sobre as influências dos meios de comunicação em cenários políticos e, em consequência, discutir como eles contribuem para a personalização da política ao focarem-se nos candidatos - tal debate propiciará melhor compreensão da trajetória de Bejani e de como se forjaram identificações entre ele e segmentos do eleitorado local. Que papel a imprensa teve nesse processo? É o que se discute a seguir.

---

<sup>6</sup> *Standard* é como se chama, em tipografia no Brasil e em Portugal, ao formato de jornal que possui cerca de 30 cm x 55 cm. É o maior formato desse tipo de publicação..

<sup>7</sup> *Tablóide* designa um formato de jornal no qual cada página mede aproximadamente a metade do tamanho de um jornal *standard* (ou seja, cerca de 25 cm x 30 cm), as notícias são tratadas num formato mais curto e o número de ilustrações costuma ser maior do que o dos outros formatos.

<sup>8</sup> *Berliner* ou Berlinense ou midi é um formato de jornal com páginas que normalmente medem 47 cm x 31,5 cm, ou seja, ligeiramente maior do que o formato tablóide.

### 3 A ANÁLISE DO DISCURSO: AS RELAÇÕES ENTRE LINGUAGEM E PODER

A presente dissertação tem por objetivo analisar o discurso dos jornais diários de Juiz de Fora sobre Carlos Alberto Bejani (durante as eleições por ele disputadas por duas décadas e no período anterior à sua renúncia ao cargo de prefeito da cidade): parte-se da hipótese de que estas coberturas ajudaram a plasmar a figura pública de Bejani ao associá-lo a determinados significados políticos e, deste modo, adensaram os processos de identificação com específicos setores do eleitorado. Este objetivo implica a utilização de categorias analíticas da Análise do Discurso (AD) – e, para tanto, é necessário antes explicitar quais categorias, dentre as muitas possibilidades analíticas ali existentes, serão mobilizadas.

Os estudos referentes à linguagem e aos discursos comportam grande diversidade de métodos de análise. Alguns centram-se nas observações sobre os aspectos formais. Outros, com base no contexto de sua produção, procuram trazer à tona os sentidos manifestos e latentes em um discurso. Existem, ainda, os que focam a representação linguística do sujeito da enunciação. Essa variedade faz com que um mesmo discurso, se observado por diferentes perspectivas, possa ter distintas interpretações.

Por isso, é fundamental que se explicitem claramente os procedimentos metodológicos a serem utilizados na análise dos textos que constituirão o *corpus* da dissertação. Tendo em mente os objetivos aqui pretendidos – apontar qual foi a narrativa sobre o personagem em questão e que efeitos políticos de identificação essa linha discursiva potencialmente produziu –, discutem-se, no presente capítulo, princípios gerais de Análise do Discurso.

Trata-se de um dos campos de pesquisa que mais vem se desenvolvendo desde a década de 1960 e, embora tenha herdado influências da Linguística, do Materialismo Histórico e da Psicanálise, vai além dessas regiões do conhecimento. A Análise do Discurso não estuda a língua ou a gramática – mesmo que essas dimensões lhe interessem – e, sim, o discurso. E, segundo Eni Orlandi, a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando (ORLANDI, 2005, p. 15).

Nesta tradição, procura-se entender a língua como construtora de sentidos – com as suas representações simbólicas – do ser humano e da sua história. A linguagem seria o instrumento de mediação entre o indivíduo e a realidade natural e social, o que torna possíveis as interferências humanas no seu ambiente.

A Análise do Discurso visa fazer compreender como os objetos simbólicos produzem sentidos, analisando assim os próprios gestos de interpretação que ela considera como atos no domínio simbólico, pois eles intervêm no real do sentido. A Análise do Discurso não estaciona na interpretação, trabalha seus limites, seus mecanismos, como parte dos processos de significação. Também não procura um sentido verdadeiro através de uma “chave” de interpretação. Não há esta chave, há método, há construção de um dispositivo teórico. Não há uma verdade oculta atrás do texto. Há gestos de interpretação que o constituem e que o analista, com seu dispositivo, deve ser capaz de compreender (ORLANDI, 2005, p. 26).

Desse modo, um discurso não é apenas de transmissão de informação, mas, sim, de um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos. “São processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade etc.” (ORLANDI, 2005, p.21).

Desde Descartes, com o racionalismo, o homem assumiu o status de condutor de seu destino, em nome de sua consciência e de seus saberes. A fórmula do homem plenamente detentor da construção de sua história, que já havia sido de certo modo abalada por Marx – o homem faz sua história, mas não em condições livremente escolhidas por ele –, caiu por terra com a introdução da noção de inconsciente por Freud. Não construímos um mundo apenas baseados em nossa consciência; ao contrário, somos, na maior parte das vezes, reféns de nosso inconsciente, de nossos desejos, preconceitos e sentimentos muitas vezes inconfessáveis, de marcas aparentemente legadas ao esquecimento. É essa noção de subjetividade que a Análise do Discurso vem resgatar (JACKS e MACHADO, 2001, p. 2).

A linguagem influencia os comportamentos do homem. Segundo José Luiz Fiorin, “o discurso transmitido contém em si, como parte da visão de mundo que veicula, um sistema de valores, isto é, estereótipos dos comportamentos humanos que são valorizados positiva ou negativamente” (FIORIN, 1990, p.55). Ou seja, graças à linguagem, a sociedade transmite aos indivíduos certos estereótipos, que determinam certos comportamentos.

O discurso seria, então, prática social cristalizada pela ideologia<sup>9</sup> e modelador de uma visão de mundo. Não existiriam representações ideológicas senão materializadas na linguagem.

Uma formação ideológica deve ser entendida como a visão de mundo de uma determinada classe social, isto é, um conjunto de representações, de ideias que revelam a compreensão que uma dada classe tem do mundo. Como não existem

---

<sup>9</sup>O conceito de ideologia, pode-se afirmar, é um dos mais amplos e variados a que se pode ter acesso. Até hoje, não se chegou a uma definição fechada deste conceito, que abrangesse toda a riqueza de significações do termo. (...) Entretanto, mesmo tendo uma variação de significados, o termo tem como uma de suas principais representações a transmissão de ideias de uma classe hegemônica, buscando legitimar um poder determinante. (...) Um conjunto de crenças motivadas por interesses sociais, isto é, representação das formas de pensamento dominantes de uma dada sociedade (DITTRICH e LOPEZ, 2005, p. 4).

ideias fora dos quadros da linguagem, entendida no seu sentido amplo de instrumento de comunicação verbal ou não-verbal, essa visão do mundo não existe desvinculada da linguagem. Por isso, a cada formação ideológica corresponde uma formação discursiva, que é o conjunto de temas e de figuras que materializa uma dada visão de mundo (FIORIN, 1990, p. 32).

Se é por meio do discurso, seja ele qual for, que as ideias hegemônicas ou predominantes de uma época ou de um grupo buscam o consentimento e a adesão, “o texto é unicamente um lugar de manipulação consciente, em que o homem organiza, da melhor maneira possível, os elementos de expressão que estão a sua disposição para veicular seu discurso” (FIORIN, 1990, p. 41).

Portanto, fica claro que a dimensão política é indissociável da análise discursiva – o que justifica a incorporação de tal metodologia neste trabalho. Mas quais vertentes de AD (com suas respectivas categorias de análise) prestam-se mais adequadamente ao escopo aqui pretendido? Para que se chegue a esta resposta, é preciso sumarizar as principais variantes relacionadas a esta tradição.

### 3.1 PRINCIPAIS ESCOLAS DA ANÁLISE DO DISCURSO

#### 3.1.1 A teoria de Bakhtin

A teoria de Mikhail Bakhtin foca o fenômeno enunciativo, nas representações linguísticas de quem enuncia, mas se preocupando com a relação entre a linguagem e o sujeito social. Para o teórico, signos ideológicos do discurso medeiam as interações sociais e estas influenciam a constituição da consciência individual.

Como apresenta o conceito bakhtiniano, a palavra é, por essência e por excelência, ideológica. Assim sendo, e levando-se em consideração que a palavra é o instrumento de trabalho do comunicador e o elemento que o relaciona com a sociedade, supõe-se, através do princípio da lógica aristotélica, que o discurso da mídia é, necessariamente, ideológico (DITTRICH e LOPEZ, 2005, p. 4).

Segundo Bakhtin, “o indivíduo enquanto detentor dos conteúdos de sua consciência, enquanto autor dos seus pensamentos, enquanto personalidade responsável por seus pensamentos e por seus desejos, apresenta-se como um fenômeno puramente sócio-ideológico” (BAKHTIN, 1995, p. 58 apud MENDES, 2009, p. 72).

A palavra penetra literalmente em todas as relações entre indivíduos, nas relações de colaboração, nas de base ideológica, nos encontros fortuitos da vida cotidiana, nas relações de caráter político, etc. As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios (BAKHTIN, 1995, p. 39).

Se a teoria de Bakhtin trabalha os valores da enunciação, o local de fala, ou seja, as influências sociais sobre quem fala, onde o enunciador está, o papel do interlocutor no processo de construção do enunciado é, portanto, fundamental. É a partir da interação locutor-interlocutor que se constrói o sentido do enunciado. Nesse processo de diálogos não existe uma única fala, a original. Outros fatores sociais também ajudam na construção dos sentidos, como discursos anteriores retomados e os que co-existem. Essa interação entre textos, onde um texto nunca é visto sozinho, mas sempre correlacionado a outro, esse dialogismo, é o conceito principal desta teoria.

As interações sociais, mediadas por signos, dentro desse ambiente intersubjetivo, constituem a consciência dos indivíduos. Segundo o autor, as ideologias manifestam-se por meio de determinados instrumentos sociais, construídos na relação dialética com as estruturas sociais, que fazem parte da realidade material de uma sociedade, refletindo e refratando uma realidade que lhe é exterior. Tudo que é ideológico constitui um signo.

Bakhtin classifica os gêneros de discurso para analisar os enunciados selecionados pelo indivíduo de acordo com influências sociais do grupo ideológico ao qual pertence e à sua época.

Apesar de serem estruturas relativamente estáveis, os gêneros se concretizam em enunciados únicos, irrepetíveis, construídos a partir da articulação de três níveis de sentido: o tema, a significação e o valor apreciativo. O primeiro é definido como “sentido da enunciação completa” (BAKHTIN, 1995, p. 128) e comporta a singularidade da enunciação, por ser totalmente dependente da situação histórica concreta que a originou. Já o segundo, tido como o aparato técnico de realização do tema, diz respeito aos aspectos lingüísticos, aos “[...] elementos de enunciação que são *reiteráveis e idênticos* cada vez que são repetidos” (BAKHTIN, 1995, p. 129). O terceiro, por sua vez, remete à semantização da língua realizada pelo sujeito a partir dos valores e julgamentos que são impressos pelo enunciador às palavras, seja por intermédio da entonação ou de acentos apreciativos de outra espécie (MENDES, 2009, p. 73).

O discurso, então, por se tratar de uma construção dialógica, se ancora, em grande medida, no real, na própria experiência dos receptores. Isso direciona a sua interpretação para

os caminhos definidos pelo produtor do discurso. Desse mesmo processo dialético, entre locutor e interlocutor, são construídos os imaginários sociais.

### 3.1.2 A Escola Francesa

A Escola Francesa de Análise do Discurso é uma corrente de análise surgida com elementos da Linguística, do Marxismo e da Psicanálise. Segundo Patrick Charaudeau e Dominique Maingueneau, o núcleo das pesquisas nesta vertente usa uma metodologia “que associava a linguística estrutural a uma ‘teoria da ideologia’, simultaneamente inspirada na releitura da obra de Marx pelo filósofo Louis Althusser e na psicanálise de Lacan (CHARAUDEAU e MAINGUENEAU, 2008, p. 202).

Trabalha a relação entre o ideológico e o linguístico, já que evita reduzir o discurso à análise somente da língua e busca pensar o discurso num contexto ideológico. O sentido é produzido na interação de elementos linguísticos e ideológicos. Na construção de sentidos, uma formação discursiva representa uma certa ideologia à medida em que um discurso usa palavras, expressões, adjetivos, proposições entre outros de significados que têm alguma ligação com a configuração ideológica.

A identificação de temas, expressões e regras discursivas, e os respectivos sentidos aos quais são interligados, também fazem parte dessa análise da construção do discurso. Dentro da análise francesa, um elemento analítico fundamental é o esquecimento. Segundo Eni Orlandi, o esquecimento é estruturante, ele é parte da constituição dos sujeitos e dos sentidos e é dividido em duas classes:

O esquecimento número dois, que é da ordem da enunciação: ao falarmos, o fazemos de uma maneira e não de outra e, ao longo de nosso dizer, sempre podia ser outro. (...) Este “esquecimento” produz em nós a impressão da realidade do pensamento. Essa impressão, que é denominada ilusão referencial, nos faz acreditar que há uma relação direta entre o pensamento, a linguagem e o mundo, de tal modo que pensamos que o que dizemos só pode ser dito com aquelas palavras e não outras, que só pode ser assim. (...) O outro esquecimento é o esquecimento número um, também chamado esquecimento ideológico: ele é da instância do inconsciente e resulta do modo pelo qual somos afetados pela ideologia. Por esse esquecimento temos a ilusão de ser a origem do que dizemos quando, na realidade, retomamos sentidos pré-existentes (ORLANDI, 2005, p.35).

Orlandi (2005) chama de ditos e não-ditos, respectivamente, algo que está explícito e implícito nos discursos, o que auxilia nas formações imaginárias. Esses elementos ajudam, por exemplo, o leitor a criar uma imagem do autor do texto, o interlocutor, e vice-versa. Essa



imagem é fundamental, já que o interlocutor escreve o texto de acordo com o seu leitor imaginário.

A relação entre memória e presente, atualidade, com base em discursos anteriores também é analisada por essa teoria. É a memória discursiva – algo a que, na escola francesa, dá-se o nome de interdiscurso. Segundo Orlandi “todo dizer, na realidade, se encontra na confluência de dois eixos: o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). E é desse jogo que tiram seus sentidos” (ORLANDI, 2005, p. 33).

A produção do discurso também é feita entre a paráfrase – a construção do mesmo sentido sob variadas formas – e a polissemia – responsável pela produção de sentidos diferentes, múltiplos. Segundo Gláucia Mendes, “para a AD, o discurso é muito mais o lugar da reprodução de sentidos sociais já existentes - e, por conseguinte, das próprias estruturas sociais - do que da instauração de novas relações significativas” (MENDES, 2009, p. 77).

### **3.1.3 A Análise Crítica do Discurso (ACD)**

Essa escola de análise de discursos, que tem como um dos seus fundadores o linguista Norman Fairclough, propõe um estudo da linguagem como prática social e, para tal, considera o papel crucial do contexto. Esse tipo de análise se interessa pela relação que há entre a linguagem e o poder. Busca a manifestação na linguagem das formas de relações de dominação, discriminação, poder e controle. Analisa o aspecto das transformações políticas, econômicas e sociais produzidas na contemporaneidade. A linguagem seria, então, um meio de dominação e de força social, servindo para legitimar as relações de poder estabelecidas institucionalmente.

Os textos agem como elementos de eventos sociais e causam efeitos, mudanças em nossas percepções do mundo, valores, atitudes, conhecimentos, entre outros. Eles também ajudam na formação de identidades, o que amplia o seu poder de influência. O discurso seria mais que uma estrutura textual; ele constitui uma prática social.

Um modo de ação e de representação que se encontra em relação dialética constante com a estrutura social, ora agindo dentro dos limites desta, ora provocando sua modificação. O evento discursivo também é visto por ele como um elemento tridimensional, no qual se articulam o texto, ou os aspectos linguísticos da enunciação; a prática discursiva, que diz respeito à interação, aos processos de produção, distribuição e consumo textual; e a prática social, na qual estão incluídas as circunstâncias institucionais e organizacionais do evento discursivo, a ideologia e as relações de poder (MENDES, 2009, p. 78).

Os sentidos ideológicos encontrados no discurso ajudam a cristalizar o que a ACD chama de relações de dominação das práticas discursivas. Assim, quando o contexto de ação coloca em jogo ideologias díspares em relação àquelas estabilizadas, abre-se a possibilidade de mudança discursiva e social. Estas, por sua vez, efetuam-se ou não em virtude das lutas travadas em torno da hegemonia (FAIRCLOUGH, 2001, p. 122 apud MENDES, 2009, p. 79). A ACD usa dispositivos de análise de discurso que buscam estudar três vertentes: o texto, a prática discursiva e a prática social.

No que diz respeito à primeira, destacam-se as categorias analíticas: vocabulário, que trata do sentido das palavras (de acordo com o contexto enunciativo e não com a definição documentada em dicionário); gramática, ou o estudo das combinações de palavras em orações e frases; coesão, que se ocupa da ligação entre orações e frases; e estrutura textual, que se foca nas propriedades organizacionais de larga escala dos textos. A prática discursiva, por sua vez, é analisada, sobretudo, com o auxílio de três categorias, que procuram desvelar, respectivamente, os processos de produção, distribuição e consumo de um discurso: a intertextualidade, as cadeias intertextuais e a coerência. (...) Por fim, a análise do discurso enquanto prática social é realizada por intermédio das ordens de discurso, conceito que remete aos conjuntos estruturados de convenções discursivas existentes em uma instituição ou na sociedade como um todo e às relações estabelecidas entre eles (MENDES, 2009, p. 79).

Com essas ferramentas analíticas, a ACD busca desvelar a ideologia nos textos e analisar as mudanças discursivas e sociais, dentro das formas de poder que se estabelecem no discurso.

### **3.1.4 A pragmática**

Essa categoria trata dos processos de interpretação dos enunciados em um contexto, trabalhando o estudo da linguagem, em oposição ao estudo do sistema linguístico. Ou seja, os estudos referentes à sintaxe e à semântica dos textos da enunciação perdem relevância para ressaltar o que está por trás daquele discurso, os objetivos que o locutor espera alcançar com aquele texto.

A essa abordagem associa-se, de fato, uma concepção inferencial do sentido, segundo a qual os sujeitos falantes constroem inferências, apoiando-se no contexto e no pressuposto de que as máximas conversacionais são compartilhadas pelos dois parceiros. A intersubjetividade está, desse modo, no centro da semântica. O locutor tem a intenção de produzir um certo efeito sobre seu interlocutor e ele deve fazê-lo reconhecer essa intenção (CHARAUDEAU e MAINGUENEAU, 2008, p. 394).

Tal concepção da linguagem retoma algumas preocupações da retórica tradicional, colocando em primeiro plano a força dos signos e o caráter ativo da linguagem. De acordo com Charaudeau e Maingueneau, ela insiste também na sua reflexividade fundamental (o fato de que a linguagem se refere ao mundo mostrando sua própria atividade enunciativa), seu caráter interativo, sua relação essencial com um quadro que permite interpretar os enunciados, sua dimensão jurídica. (CHARAUDEAU e MAINGUENEAU, 2008, p.395).

Na pragmática, as regras e os mecanismos de expressão são vistos como estratégias acionadas conscientemente pelo emissor, visando a implantação de determinados objetivos. Segundo Gláucia Mendes (2009), “o sentido é por ela concebido como uma construção intersubjetiva, cooperativa, que se realiza a partir da associação de um significado literal inerente à mensagem e das circunstâncias discursivas imediatas” (MENDES, 2009, p. 83).

### 3.2 FERRAMENTAS E DISPOSITIVOS ANALÍTICOS DO DISCURSO: EXPLICITAÇÃO DAS CATEGORIAS

Todas as vertentes de análise anteriormente citadas apresentam numerosas divergências entre si – mas há também pontos de convergência. As influências e determinações sociais e ideológicas “do” e “no” enunciadore são perspectivas comuns entre algumas escolas, como a teoria bakhtiniana, a escola francesa e a ACD.

Essas afinidades entre elas permitem incorporar contribuições e dispositivos de variadas correntes para formar um modelo de categorias e ferramentas metodológicas – é exatamente o que se fará nesta dissertação. Adota-se como pano de fundo a assertiva de que a mídia exerce um papel fundamental na percepção que as pessoas têm da realidade - influência que se estende à oferta de discursos (e dos consequentes processos de identificação por eles produzidos) com os quais indivíduos ou grupos constroem suas próprias narrativas de pertencimento.

Se um discurso nunca pode ser analisado isoladamente, mas à luz dos muitos discursos que o antecederam e o atravessam, fica patente que os discursos jornalísticos produzidos sobre Carlos Alberto Bejani devem ser entendidos em sua dimensão social – e não apenas como construções conscientes dos jornalistas que os escreveram (motivo pelo qual não provêm da Pragmática as categorias analíticas que aqui serão mobilizadas).

Aí os aportes das demais vertentes de Análise do Discurso tornam-se especialmente úteis: é somente no bojo de uma cultura política em que determinados processos vicejaram na experiência brasileira e juizforana – por exemplo, o populismo – que se pode compreender em que medida as matérias sobre Bejani constituem construções simbólicas que refletem mais do que meras escolhas textuais: refletem as relações de poder e as estruturas sociais nas quais estão assentadas.

Mesmo que nesta dissertação não se realize pesquisa de recepção, pode-se inferir, pela análise dos textos, quais são as representações projetadas sobre aquela liderança política e como elas produzem mecanismos de identificação com segmentos do eleitorado desejosos pela repetição desse mesmo discurso – talvez encarnado, em momentos históricos anteriores, por outros nomes.

Com isso, a metodologia que aqui se utilizará para a análise dos textos deve ter como uma de suas características centrais a ênfase nos processos de determinação sócio-ideológica do discurso. Entre as perspectivas que analisam esse quesito, optou-se pela inclusão, no modelo a ser utilizado, de mais categorias advindas da AD francesa, já que a Escola Francesa é a vertente que mais se coaduna com perspectiva construcionista aqui adotada.

Portanto, serão mobilizadas na análise dos textos dos jornais juizforanos sobre Bejani as seguintes categorias de análise:

#### **a) Escolhas semânticas**

A escolha de determinadas palavras - adjetivos, expressões valorativas, construções irônicas, ambíguas, entre outras - conduz à construção de determinado sentido para os objetos (ou personagens) que são descritos. Cada palavra não depende de si mesma, mas da relação que ela estabelece com as demais palavras e com a estrutura que está em permanente formação e transformação. Por isso, o sentido das palavras e dos textos é relativo. Um texto é sempre aberto, ou seja, o sentido preciso não existe e as mesmas palavras podem significar coisas diferentes para quem as lê.

Ainda assim, um texto está sempre aberto à interpretação dos campos semânticos que nele são mais intensamente acionados – e, a partir daí, torna-se possível a inferência dos sentidos sociais atribuídos ao objeto da narrativa. Logo, é factível analisar as mudanças de sentido das palavras a fim de determinar os significados sócio-ideológicos por trás daquele texto. Um outro ponto de análise importante é referente a lexicalizações alternativas e sua significação tanto política quanto ideológica.

Em nível de vocabulário, é interessante constatar que a criação de itens lexicais gera novas categorias culturalmente essenciais. De acordo com Pedrosa, quando determinada metáfora é escolhida para significar coisas, constrói-se uma realidade de uma maneira específica, e não de outra. As metáforas estão naturalizadas de tal forma nas culturas que se torna difícil identificá-las e, ao mesmo tempo, escapar delas (PEDROSA, 2005, p. 6). Mas, na análise de discurso, ela não é considerada, como na retórica, como figura de linguagem, mas como uma tomada de uma palavra por outra.

Na análise de discurso, ela significa basicamente “transferência”, estabelecendo o modo como as palavras significam. (...) Em princípio, não há sentido sem metáfora. O sentido é sempre uma palavra, uma expressão ou uma proposição por uma outra palavra, uma outra palavra, uma outra expressão ou proposição; e é, por esse relacionamento, essa superposição, essa transferência (metaphora), que elementos significantes passam a se confrontar, de modo que se revestem de um sentido (ORLANDI, 2005, p. 44).

## **b) Coerência**

A coerência diz respeito às ligações estabelecidas entre as diversas partes constituintes do texto, com o propósito de produzir sentidos. Para isso, é necessário que os intérpretes encontrem uma maneira de convencionar seus vários dados em uma unidade coerente. Ao indicar percursos necessários para a compreensão, essas conexões acabam por definir uma posição para os leitores, que podem ou não assumi-la. Segundo Pedrosa, “a coerência deixa de ser abordada como propriedade do texto para ser tratada como propriedades de interpretação, pois um texto só faz sentido para alguém, quando lhe é possível interpretá-lo, ao gerar leituras coerentes” (PEDROSA, 2005, p. 53). Contudo, há a possibilidade de fazerem-se leituras diferentes da proposta pelo texto.

Os textos postulam sujeitos intérpretes e implicitamente estabelecem posições interpretativas para eles que são ‘capazes’ de usar suposições de sua experiência anterior, para fazer conexões entre os diversos elementos intertextuais de um texto e gerar interpretações coerentes. Não se deve entender com isso que os intérpretes sempre resolvam plenamente as contradições de textos (FAIRCLOUGH, 2001, p.171).

A coerência, então, seria o equilíbrio de um texto, entre informações pressupostas e informações retomadas de frase em frase, sobre as quais os novos enunciados se apóiam, de um lado. De outro, há a contribuição de novas informações (CHARAUDEAU e MAINGUENEAU, 2008, p.98).

### c) Coesão

Na coesão, por sua vez, pode-se considerar como as orações são ligadas em frases e como essas são ligadas para formar unidades maiores nos textos. Pode-se utilizar vocabulário de um mesmo campo semântico, repetição de palavras, uso de sinônimos próximos. Os mecanismos são variados em termos de referência e substituição. Isso vai formar a arquitetura do texto. A coesão, com suas escolhas semânticas, pode tornar-se um modo significativo de trabalho ideológico que ocorre em um texto.

A forma como o texto se organiza pode expandir a percepção dos sistemas de crenças e conhecimentos e alargar, também, a percepção dos pressupostos sobre as relações sociais dos tipos de texto mais diversos. Por intermédio dela, verificar-se-á como a organização do texto jornalístico salienta, apaga e hierarquiza informações sobre um acontecimento, inserindo-as num quadro de tendências interpretativas (GOMES, 2004 apud MENDES, 2009, p. 89).

### d) Intertextualidades

Uma formação discursiva é comumente definida como aquilo que pode e deve ser dito, em oposição ao que não pode e não deve ser dito.

A concepção do discurso como fenômeno, ao mesmo tempo, autônomo e determinado obriga a análise a voltar-se para dentro e para fora, para o texto e para o contexto, para os mecanismos internos de agenciamento de sentido e para a formação discursiva que governa o texto. A análise, embora não negue a relativa autonomia do discurso, não o vê como uma autarcia, pois a chave para a sua inteligibilidade última não está nele mesmo, mas na formação ideológica que o governa. As determinações últimas no texto estão nas relações de produção. O itinerário pelo discurso não se esgota no interior do próprio discurso, mas se projeta na história. É preciso levar em conta o intertexto para ler o texto (FIORIN, 1990, p.77).

Representam, respectivamente, os já-ditos que constituem a memória dos dizeres, e a formulação do discurso, a sua atualização. Para fazer sentido, é necessário que os discursos formulados no intradiscurso estejam inscritos em um interdiscurso, numa memória discursiva que reúne os dizeres, mesmo aqueles já esquecidos e que determinam os discursos.

Nos discursos de forma geral e no discurso da imprensa em particular, os sentidos são constituídos na relação entre o intradiscurso e o interdiscurso, na relação entre a formulação do dizer e o já-dito.

Elas compreendem fundamentalmente os sujeitos e a situação. Também a memória faz parte da produção do discurso. A maneira como a memória “aciona”, faz valer, as condições de produção. (...) Temos as circunstâncias da enunciação: é o contexto imediato. E se as consideramos em sentido amplo, as condições de produção incluem o contexto sócio-histórico, ideológico. (...) O contexto amplo é o que traz para a consideração dos efeitos de sentidos elementos que derivam da forma de nossa sociedade (ORLANDI, 2005, p. 30).

Ainda segundo Orlandi, o interdiscurso é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. É o que ele chama de memória discursiva: “o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra” (ORLANDI, 2005, p. 31). Para se compreender o funcionamento do discurso, a sua relação com sujeitos e com a ideologia, é fundamental o fato de que há um já-dito. Em outras palavras, os textos absorvem e são construídos de textos do passado, assimilando-os, respondendo-lhes, reacentuando-os e retrabalhando-os. Assim, cada texto ajuda a fazer história, contribuindo para que ocorram processos de mudança mais amplos, já que também antecipa e molda textos subsequentes.

A intertextualidade é subdividida em intertextualidade constitutiva (ou interdiscursividade) e intertextualidade manifesta. A intertextualidade divide-se em intertextualidade constitutiva ou interdiscursividade, constituição heterogênea através de elementos das ordens do discurso, e intertextualidade manifesta, quando o texto recorre explicitamente a outros textos específicos (o texto constitui-se heterogeneamente através de outros textos). Essa construção pode se concretizar por diversas estratégias discursivas.

O texto de um outro pode estar claramente separado do resto do texto por aspas e verbo dicendi, ou pode não estar marcado e estar integrado estrutural e estilisticamente, talvez por nova reformulação do original, no texto em sua volta. Novamente, os textos podem ou não ser ‘reacentuados’; eles podem ou não recorrer ao estilo ou ao tom predominante (irônico ou sentimental) do texto circundante. Ou novamente, os textos de outros podem ou não ser fundidos com suposições do segundo plano do texto que não são atribuídas a ninguém (FAIRCLOUGH, 2001, p.137 apud MENDES, 2009, p. 80).

Podemos analisar um texto a partir da identificação dos tipos de textos que surgem dele ou dos quais onde ele tenha sua origem. A essa relação damos o nome de cadeias intertextuais. Essas ligações discursivas, analisadas sob o viés da categoria de intertextualidades manifestas, vão permitir a apreensão das formações discursivas e como os interlocutores usam o texto - ao fazer determinadas escolhas e atribuir sentidos às declarações de sujeitos sociais - para materializar a ideologia do seu jornal. No presente trabalho, o interdiscurso será utilizado quando se for analisar o modo como os fatos são designados.

Como dissemos, o interdiscurso – a memória discursiva – sustenta o dizer em uma estratificação de formulações já feitas, mas esquecidas e que vão construindo uma história de sentidos. É sobre essa memória, de que não detemos o controle, que nossos sentidos se constroem, dando-nos a impressão de sabermos do que estamos falando. Como sabemos, aí se forma a ilusão de que somos a origem do que dizemos. Resta acentuar o fato de que este apagamento é necessário para que o sujeito se estabeleça um lugar possível no movimento da identidade e dos sentidos: eles não retornam apenas, eles se projetam em outros sentidos, constituindo outras possibilidades dos sujeitos se subjetivarem (ORLANDI, 2005, p. 54).

A categoria utilizada para essa análise será a das intertextualidades manifestas, da ACD. “Esse termo designa ao mesmo tempo uma propriedade constitutiva de qualquer texto e o conjunto das relações explícitas ou implícitas que um texto ou um grupo de textos determinado mantém com outros textos” (CHARAUDEAU e MAINGUENEAU, 2008, p. 288).

#### **e) Silêncios**

Mas não é apenas o dito e o já-dito que produz sentidos em um discurso. O não-dito, o silenciamento, os dizeres silenciados, também participam de sua constituição. O discurso é, então, resultado de tudo que lhe parece externo. Por meio de estratégias discursivas, os interlocutores mostram ou escondem o que lhes convém. A dialética lembrar e esquecer é fundamental na construção de memórias e identidades sociais. Ela trabalha na construção de sentidos, já que o apagamento de determinados argumentos com a intenção de manifestar uma determinada ideia dominante é uma das estratégias, das marcas discursivas da ideologia. É o que Orlandi trata como silêncio:

Este pode ser pensado como a respiração da significação, lugar de recuo necessário para que se possa significar, para que o sentido faça sentido. É o silêncio como horizonte, como iminência de sentido. Esta é uma das formas de silêncio, a que chamamos de silêncio fundador: silêncio que indica que o sentido pode sempre ser outro. Mas há outras formas de silêncio que atravessam as palavras, que “falam” por elas, que as calam. Desse modo, distinguimos o silêncio fundador (que, como dissemos, faz com que o dizer signifique) e o silenciamento ou política do silêncio que, por sua vez, se divide em: silêncio constitutivo, pois uma palavra apaga outras palavras (para dizer é preciso não-dizer: se digo “sem medo” não digo “com coragem”) e o silêncio local, que é a censura, aquilo que é proibido dizer em uma certa conjuntura (é o que faz com que o sujeito não diga o que poderia dizer: numa ditadura não se diz a palavra ditadura não porque não se saiba mas porque não se pode dizê-lo) (ORLANDI, 2005, p. 83).

No segundo tipo de esquecimento, o sujeito apaga a noção de que seu discurso nada mais é do que a escolha de determinadas estratégias de expressão. Tudo que é dito de uma



forma poderia ser dita de outra, senão oposta, ao menos diferente. O sujeito faz uma escolha, mas poderia ter feito outra. Escolhe uma forma, em detrimento de outra.

O silêncio pode ser mais revelador do que a fala evidente. Vasculhar os silêncios do discurso jornalístico nos diz mais sobre ele, suas intenções, seus interesses e sua força do que a análise de superfície da informação relatada. Neste trabalho, com base na tradição francesa de análise do discurso, vamos utilizar como dispositivos analíticos de silenciamento, o silêncio **fundador**, o **local** e o **constitutivo**.

Distinguimos entre a) o silêncio fundador, aquele que existe nas palavras, que significa o não dito e que dá espaço de recuo significante, produzindo as condições para significar e b) a política do silêncio que se subdivide em b1) silêncio constitutivo, o que nos indica que para dizer é preciso não dizer (uma palavra paga necessariamente as outras palavras) e b2) o silêncio local, que se refere à censura propriamente (aquilo que é proibido dizer em uma certa conjuntura) (ORLANDI, 1995, p. 24).

Com base na aplicação desse modelo teórico-metodológico, o capítulo seguinte dedicar-se-á à análise discursiva de textos dos principais jornais diários impressos da cidade de Juiz de Fora sobre Bejani.

Optou-se por analisar os dois jornais diários impressos locais mais importantes em cada recorte de tempo. Em 1988, apenas a *Tribuna da Tarde* e o *Diário da Manhã* mantinham uma circulação constante na maioria dos dias da semana, com as maiores tiragens. Em 1992, a *Tribuna da Tarde* retomava o nome original de *Tribuna de Minas* (utilizado, anteriormente, entre os anos de 1981 e 1986), e se mantém entre os jornais mais importantes até os dias de hoje. Com a extinção do *Diário da Manhã* (em 1992), o principal concorrente da *Tribuna* (pela tiragem e circulação) passou a ser o *Diário Regional*, criado em 1994.

Os dois jornais dominaram o cenário de impressos juizforanos até o surgimento do *Jornal Panorama*, em 2003. O *Panorama* representava, então, uma concorrência mais forte para a *Tribuna de Minas*, desbancando o *Diário Regional*, que ainda continua em circulação. Após diversas reformas gráficas, o *Jornal Panorama* saiu de cena em 2008, mas, antes mesmo do seu fim, a estrutura de sua redação, o prédio e os funcionários, diretores e empresários responsáveis passaram a produzir o *JF Hoje*, em circulação desde 2007.

O objetivo da análise dos referidos jornais é desvelar as representações identitárias projetadas sobre o político e como estas configuraram estereótipos sobre ele.

## 4 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE BEJANI NAS PÁGINAS DOS JORNAIS

Ao considerar o recorte desse estudo, definindo como objeto de análise a construção da imagem do político Carlos Alberto Bejani nas capas, editoriais, colunas opinativas de política e matérias das editoriais relacionadas a ele nos dois principais jornais impressos diários de Juiz de Fora em cada respectiva ocasião, a investigação se dará nos seguintes períodos: 10 dias antes e cinco dias após as eleições municipais de 1988 (jornais *Tribuna da Tarde* e *Diário da Manhã*); 10 dias antes das eleições municipais de 1996 e 2000 (*Tribuna de Minas* e *Diário Regional*); 10 dias antes e cinco dias após as eleições municipais de 2004 (*Tribuna de Minas* e *Jornal Panorama*).

Nas matérias relativas à crise de 2008, serão analisadas as publicações cinco dias após a primeira prisão, em 09 de abril de 2008 (*Tribuna de Minas* e *JF Hoje*), e à segunda, em 12 de junho de 2008, e no dia posterior à renúncia ao cargo de prefeito, em 16 de junho de 2008 (devido à repetição de certas formas discursivas nas matérias, não serão analisados de maneira individualizada todos os textos neste capítulo): procurou-se fazer uma análise que abrangesse os sentidos majoritariamente associados a Bejani, para indicar o modo como os discursos relacionados a ele ajudaram a construir uma específica imagem ao longo de vinte anos, e apontar se – e de que maneira – houve deslocamentos parciais dessa imagem após suas prisões e renúncia.

### 4.1 O “FENÔMENO” EM 1988: A PRIMEIRA VITÓRIA DO “REI DOS POBRES”

Os dois principais jornais impressos diários de Juiz de Fora, durante a cobertura das eleições municipais de 1988, *Tribuna da Tarde* (TT) e *Diário da Manhã* (DM), adotam discursos semelhantes na construção da imagem do político Carlos Alberto Bejani. Por vezes, são utilizados termos e expressões que acentuam um caráter de representante das camadas mais pobres da população e acabam por instaurar o sentido de defensor dos mais carentes, o que reforça o isomorfismo do candidato com os eleitores desta camada social.

Como atestam as **escolhas semânticas** realizadas na construção das sentenças do *Diário da Manhã*: “não é aquele candidato que tem a melhor cantiga, o melhor discurso, que faz shows caros com artistas de fora, que ganha voto na redondeza, mas, sim, aquele que fala

a linguagem do povo, que manifesta sua insatisfação, que se rebelou contra a carestia da vida” (DM, 18/11/1988, p. 2)<sup>10</sup>, ou “a votação expressiva de Bejani, ‘prova que Juiz de Fora não tem dono, que essa cidade não tem coronel, que ela é do povo e o povo escolheu com liberdade o seu candidato’” (DM, 18/11/1988, p. 3).

O mesmo tom é reforçado pela reprodução, em matérias do periódico, de falas da então esposa de Bejani, Márcia: “nós somos do povo, somos como eles” e “uma das minhas preocupações é também o problema de moradia. Nós moramos em casa alugada e conhecemos de perto o problema” (DM, 18/11/1988, p. 3). Ou no texto: “Emocionado, Bejani revelou que o resultado das apurações o sensibilizava muito, mas que ia guardar as lágrimas para chorar junto com sua gente. Chorar e pagar a promessa que fez a Nossa Senhora Aparecida” (DM, 18/11/1988, p. 4).

O jornal vale-se de estruturas discursivas que acabam remetendo à ideia de que Bejani não seria um político “igual aos outros”, seria um representante dos pobres, que se emociona, que chora, que tem fé: “Pagar promessa de ir a Aparecida do Norte-SP ‘mas para conseguir os ônibus terá de contar com a colaboração das empresas, já que não dispõe de fundos para bancar a ida’ (DM, 18/11/1988, p. 3), “Ele encarna perfeitamente o ressentimento de camadas mais carentes da população que se sentem deserdadas” (DM, 18/11/1988, p. 3) e “correligionários gritavam palavras de ordem como ‘O Bejani é o povão, o resto é ilusão’” (DM, 16/11/1988, p. 3).

Tratamento semelhante está presente no discurso adotado pela *Tribuna da Tarde*: Na matéria “Políticos perdem peso em campanha”, o diário faz referência à dificuldade encontrada pelo candidato: “Almoço? Não tem, diz ele, que geralmente faz um lanche rápido, muitas vezes oferecido pelas próprias pessoas das casas em que por acaso esteja visitando durante a campanha” (TT, 06/11/1988, p. 3). Palavras usadas no texto como “apenas” e “só agora está recuperando” por causa da gravidez, reforçam a ideia do esforço feito na campanha: “Com esta rotina, Alberto Bejani conseguiu perder 12 quilos, estando agora com apenas 52. Sua mulher, Márcia, também em campanha pela Câmara Municipal, emagreceu 14 quilos e só agora está recuperando o antigo peso, em função da gravidez” (TT, 06/11/1988, p. 3).

A **coerência** é encontrada em expressões que remetem ao povo mais carente como “alto do morro”, que também são utilizadas na cobertura e remetam à identificação com o eleitorado da periferia: “ele procurou votar no *alto do morro*. A explicação dada pelo

---

<sup>10</sup> Em todo esse capítulo, os trechos das matérias dos jornais estão reproduzidos da mesma forma em que foram publicados, sem correções de grafia ou gramática.

candidato foi o fato de durante toda a sua vida no rádio ter sido mais no *alto do morro* do que no centro da cidade” (TT, 16/11/1988, p. 3). Ou em declarações do tipo: “O povo é quem decide e ele está com o Bejani” (TT, 17/11/1988, p. 10), “os votos apurados são dos marajás e o povão está com o Bejani” (TT, 17/11/1988, p. 10) reforçam essa identidade.

As coberturas dos jornais, além de passar a imagem de aproximação da candidatura Bejani com a causa popular - “candidatura identificada com o povo de Bejani. Com o povo que se encontra desiludido com os políticos tradicionais” (TT, 18/11/1988, p. 4) -, traz escolhas semânticas que o associam a um novo estilo político que surgira naquele pleito:

Eles, talvez, não precisem tanto de creches ou de assistência, mas de gente nova, de mensagens diferentes, de rostos diferentes, de gente igual que se identifique com os problemas comuns do dia-a-dia e que não mostre promessas enganosas (...) Com Alberto Bejani renascem as esperanças do povão em ter, pelo menos água em casa, um grande aliado identificado com seus problemas, homem de rua e que percorre bairros, mais jovem, mais igual ao homem comum (DM, 19/11/1988, p.2).

Além de ser uma alternativa política, os jornais o colocam como um candidato inteligente, criativo: “As campanhas não apresentaram novidades – a não ser o melhor e mais criativo aproveitamento dos horários gratuitos na tevê, resta, aos observadores políticos e aos estudiosos da comunicação de massas analisarem um fenômeno especial: o de Carlos Alberto Bejani, que de locutor de periferia de repente se viu lançado a líder messiânico (TT, 16/11/1988, CAPA).

O enquadramento majoritário da cobertura é marcado pela recorrente menção ao fato de Bejani ser “pobre” e, por isso, um “injustiçado” por fazer uma campanha com poucos recursos financeiros. São sintomáticos desse caso fragmentos como: “com o tempo muito restrito no horário gratuito de propaganda eleitoral, o candidato Alberto Bejani, do Partido da Juventude, faz o que pode para passar sua mensagem. Como não há espaço suficiente para expor seu projeto de governo, Bejani faz comentários que, invariavelmente, ficam pelo meio” (DM, 08/11/1988, p. 3) e “teve seu programa diário tirado do ar dez dias antes da data fixada pelo Tribunal Regional Eleitoral, sem que a demissão fosse explicada convenientemente” (DM, 09/11/1988, p. 3). Segundo o jornal, o adversário Mello Reis teria comprado a rádio em que Bejani trabalhava e tirado ele do ar antes do prazo legal.

Uma outra característica atribuída à imagem de Bejani nos jornais é a de um candidato corajoso. Um dos recursos textuais que indicam este último comportamento é o acionamento de palavras do campo semântico da coragem, como “reagir”, “enfrentar”, “luta”, “denúncia” e “desafio”. Como vemos em alguns trechos: “O candidato do PJ *denunciou* manobras para

lançar às vésperas da eleição uma farta propaganda sobre sua renúncia. ‘Esses boatos são a demonstração do medo que certos candidatos têm de *enfrentar* Alberto Bejani nas urnas’, *desafiou*’ (DM, 10/11/1988, CAPA) e “O postulante do PJ argumentou que não tem nenhuma razão para agir dessa forma (...) ‘Além disso, jamais iria trair os meus candidatos à Câmara Municipal, que me acompanham desde o início, passando sacrifícios, enfrentando covardias e injustiças’” (TT, 10/11/1988, p. 3).

A “coragem” do candidato também está associada à honestidade: “Eu não sou homem de duas palavras, e não há dinheiro que compre a minha candidatura”. (DM, 10/11/1988, p. 3) e “O candidato afirmou que, inclusive, que chegou a negar proposta em dinheiro para que renunciasse – ‘proposta que até podia tornar a minha situação financeira independente de política’. (...) Bejani garante que não há dinheiro que compre sua candidatura” (TT, 10/11/1988, p. 3).

Os atributos de Bejani nos dois jornais também são expressos a partir de **coesões frasais**. Vejamos a construção abaixo:

O único candidato à Prefeitura de Juiz de Fora que compareceu ao calçadão foi Alberto Bejani, do PJ. Ele desceu em passeata pela rua Halfeld, conseguindo reunir um *grande* número de simpatizantes, que gritavam: “chega de ilusão, Bejani é povão”. Mas o *grande* momento da caminhada de Bejani foi o encontro com o senador Itamar Franco, que trocou um *caloroso* abraço com o candidato do PJ. O próprio Bejani incentivou o coro: “Bejani é Itamar”. Após uma rápida conversa com o senador, o candidato do PJ seguiu, em *alto estilo*, sua caminhada pela av. Rio Branco, rua Marechal Deodoro e av. Getúlio Vargas (TT, 13/11/1988, p. 3).

Adjetivos como “grande”, “caloroso”, ou expressões como “alto estilo” sugerem que o candidato do PJ é querido pela população, possui influência política a ponto de trocar abraços “calorosos” com o então senador Itamar Franco, além de reforçar os traços de ser alguém do povo, mas com “estilo”.

Mostra-se, também, como um político que permite a participação popular (uso da expressão “convida o povo”) que tem coragem para entrar na disputa sem medo de correr riscos, como em: “Quando *convida o eleitor* a refletir sobre as palavras dos candidatos do PMDB e do PDS, Bejani se *inscreve na disputa e corre o risco* de se tornar ele o alvo das acusações, como já começa a acontecer” (DM, 08/11/1988, p. 3)

As dificuldades por ele possuir poucos recursos financeiros para a campanha são exaltadas em termos como “conseguiu perder 12 quilos” e “estando agora com *apenas* 52” (TT, 06/11/1988, p. 3). A palavra “apenas” exalta o fato dele estar muito magro pela batalha em busca dos votos, já que passa mais dificuldades que os “candidatos ricos”. Ele seria pobre,

portanto precisa ir à luta e, com isso, não tem recursos para se alimentar direito, conseqüentemente, perde peso, como a maioria da população pobre da qual ele era o “defensor”.

Pode-se ter a ideia de como a coesão frasal dá essa impressão de defensor dos pobres se analisarmos trechos como: “*dei apoio* às pessoas e, inclusive, carreguei várias pessoas no carro da reportagem” – no caso da Vila da Prata, onde teria defendido populares após a ação de despejo – ou “sua preocupação é a mesma de oito anos atrás, quando começou a trabalhar em Juiz de Fora: *defender* os menos favorecidos pela sorte da vida” (TT, 06/11/1988, p. 3) vemos o uso de palavras como “defender” e “apoio” que atestam essa faceta do político na defesa dos mais necessitados. Outras expressões como “tenha gasto menos”, “pôde contar com o auxílio de amigos que contribuíram” ajudam a corroborar a ideia de pouco dinheiro na campanha.

O recurso linguístico da coesão frasal também sugere o protagonismo de Bejani quando o assunto é a busca de novos políticos: “O eleitor juizforano trocou, até agora, a anulação motivada pelo descrédito pelo voto de confiança. O voto no novo” (DM, 17/11/1988, p. 3). Ou seja, o eleitor deu um voto de confiança no novo, em Bejani.

A sua ligação com o então governador de Alagoas, Fernando Collor de Mello, famoso na época pela sua “caça aos marajás”, também exalta esse caráter de novidade, de honestidade do político, como no enunciado: “Collor mantém seu apoio para Bejani” (TT, 13/11/1988, p. 3). Essa analogia entre Bejani e Collor remete a uma **memória discursiva** dos eleitores ao fato do governador ter ficado conhecido por ser o “justiceiro”, o político novo e honesto. Essa relação interdiscursiva remete, no discurso do veículo, à ideia de que Bejani seria honesto como Collor e encontra eco em intertextualidades manifestas, como na expressão: “chegam a compará-lo a uma versão mineira de Fernando Collor de Mello” (TT, 19/11/1988, p. 2).

Ou ainda: “intenção de Bejani é promover uma ‘caça aos marajás municipais’, através de um censo que vai detectar quem é quem nos órgãos de administração. O secretariado será escolhido por um conselho ‘de pessoas idôneas’, sem vinculação partidária (DM, 16/11/1988, p. 3). O jornal usa aspas para mesclar palavras que teriam sido ditas pelo candidato ao seu texto, em um discurso indireto. Nesse caso do discurso indireto, a “voz” da fonte se mistura à do jornal, não sendo possível separá-las uma da outra. Esse uso das aspas pode acentuar o valor dessas expressões, como pode ajudar a abrandar o discurso do jornal, remetendo ao candidato, a autoria das frases.

O interdiscurso também é encontrado em casos em que se conecta a imagem do político a Ayrton Senna, o “novo” herói nacional da época: “Como Ayrton Senna – apelido

que lhe carinhosamente foi dado por alguns eleitores” (TT, 18/11/1988, p. 3). Remete ao fato de ele ser novo e herói como o campeão de Fórmula 1.

A cobertura da *Tribuna da Tarde*, com apoio claro ao candidato Mello Reis, é tema de um editorial do *Diário da Manhã* – “Rasgando sedas” (DM, 18/11/1988, p. 2) - sobre como foi a mudança de tratamento dado a Bejani pelo Grupo Solar de Comunicação (responsável pelo TT), após confirmada a vitória do “candidato do povo”.

Os jornais também recorrem à memória discursiva, quando entra em debate a “Carta do Conselho Diocesano de Leigos a seus irmãos de fé”, publicada na *Tribuna da Tarde* (TT, 06/11/1988, p. 3). Nela, pedia-se diretamente que não votassem em alguns candidatos do PDS, do PFL, do PMDB e em Bejani. Ele é o único candidato que se manifestou, aproveitando a situação para dar uma entrevista que reforçasse o seu vínculo com a população mais carente:

Bejani respondeu também a acusação de que não teria feito nada pelos moradores da Vila da Prata na época do despejo, veiculada pela “Carta do Conselho Diocesano de Leigos a seus irmãos de fé”, no último domingo nas igrejas da cidade. Bejani classificou essa iniciativa de desespero dos candidatos que não conseguiram provar à população através do farto horário eleitoral e a rica propaganda, que estão bem intencionados. De acordo com o candidato do PJ, eles usaram indevidamente a igreja como instrumento, “e os leigos, que se dizem fiéis, cometeram o pecado mortal de divulgar uma nota mentirosa que leva a crer que eles é que não estavam na Vila da Prata naquela ocasião” (DM, 10/11/1988, p. 3).

E acrescenta um depoimento do advogado dos posseiros da Vila da Prata:

Não concordo porque, por princípios de justiça, fora de quaisquer interesses políticos, é meu dever afirmar que Alberto Bejani deu irrestrito apoio aos posseiros no despejo do Vila do Prata, lá comparecendo naquela triste véspera de Natal de 1981, quando ocorreu o despejo do Vila do Prata. Justiça seja feita (DM, 10/11/1988, p. 3).

A *Tribuna da Tarde* também aborda a polêmica envolvendo a Carta do Conselho:

O candidato do PJ, Alberto Bejani, que teve sua candidatura e seu partido nominalmente citados na carta, atribuiu “tudo o que foi dito no documento a um candidato a prefeito que se considera derrotado”. Segundo Bejani, “foi o desespero que levou este candidato a escrever a nota, porque, quando ele diz que na Vila da Prata ele e os fiéis estavam lá ajudando e o Alberto Bejani estaria na rádio criticando a ação de Dom Juvenal, chego à conclusão de que ele é quem não estava no local. Eu estava lá, dei apoio às pessoas e, inclusive, carreguei várias pessoas no carro da reportagem”. Alberto Bejani afirmou que “sua preocupação é a mesma de oito anos atrás, quando começou a trabalhar em Juiz de Fora: defender os menos favorecidos pela sorte da vida e, se Deus permitir chegar à Prefeitura, iremos fazer obras sem política e independente de qualquer religião, desde que essa obra seja de interesse de uma comunidade e não de grupos interesseiros” (TT, 06/11/1988, p. 3).

Tais expressões permitem a recuperação da memória discursiva do jornal e possibilitam, pelo interdiscurso, a interpretação de que as investidas de Bejani para reforçar a sua identificação com o eleitorado mais carente da população.

Na cobertura das eleições de 1988, percebem-se certas escolhas semânticas realizadas pelos jornais na construção de enunciados que instauram **silêncios constitutivos** que acabam por reforçar as características citadas junto à imagem do candidato do PJ – como, por exemplo, o uso de “candidato do povo”, ou “votos que vem da periferia”, sendo que o “povo” também poderia optar por outros candidatos – como certa parcela da população carente fez – e o próprio Bejani recebeu votos de bairros considerados de classe média e alta. A opção por só apresentar o candidato a partir desta chave de leitura impede que outros enquadramentos possíveis venham à tona (ou seja, silenciam-se outras possibilidades de focar facetas variadas do personagem).

Tal opção editorial dos veículos por esta caracterização simplista de Bejani manifesta-se na escolha por textos como: “Andando pelos bairros da cidade percebe-se a paixão que existe por este radialista que se caracteriza como sendo ‘povão’ e por isso sabe o que eles sentem e precisam” (TT, 18/11/1988, p. 5), “Bejani se posicionou como um candidato de oposição ‘a tudo o que está aí’” (TT, 19/11/1988, p. 2), “E mostra inteligência bastante para que se veja na escolha do eleitorado juizforano, de um político fora dos padrões usuais” (TT, 19/11/1988, p. 2), “ele promete ser rigoroso com os funcionários ociosos da prefeitura” (TT, 20/11/1988, p. 3), “vencerá quem for sincero, puro, honesto e correto, sem promessas, apontando realizações simples e verdadeiras” (TT, 18/11/1988, p. 2).

No mesmo diapasão, aparecem: “candidatura identificada com o povo” (TT, 18/11/1988, p. 4), “um candidato sem lastro político, sem partido consolidado e de tradição em Juiz de Fora e que nunca esteve ligado ao metier, um simples e ousado radialista” (TT, 19/11/1988, p. 2), “Eles, talvez, não precisem tanto de creches ou de assistência, mas de gente nova, de mensagens diferentes, de rostos diferentes, de gente igual que se identifique com os problemas comuns do dia-a-dia e que não mostre promessas enganosas” (TT, 19/11/1988, p. 2), nos mostra, claramente, o uso do discurso para criar essa identificação do candidato às características já citadas.

**Silêncios fundadores** ajudam a construir o sentido de que Bejani é o único candidato que irá atender às demandas da população mais carente da cidade. Que, por ser pobre como eles, saberia quais são as suas dificuldades. É uma alternativa política, o novo, sem recursos financeiros, mas criativo e inteligente. Um novo estilo de se fazer política, honesto e corajoso, que estaria fora do “sistema antigo” de políticos nacionais.



A falta de contraditório sobre esse discurso e a tendência ao silenciamento de fontes da elite, de pessoas de classe média e alta, personalidades, empresários etc. que questionassem o programa de governo do candidato Bejani, também é notado nos discursos. Não se questiona as ações prometidas pelo político e silencia sobre o uso dos meios de comunicação para reforçar a identidade dele com a população mais carente.

Somente após a vitória de Bejani que a *Tribuna da Tarde* apresenta poucas falas contrárias ao candidato, embora sem serem muito ressaltadas: “Na administração o único a comentar a performance de Bejani foi o secretário de Obras, José Maurício Gomes. Ele já admite a derrota do PMDB, mas adverte que ‘a cidade vai se arrepender desta decisão, pois vai enfrentar um retrocesso de 10 anos’” (TT, 18/11/1988, CAPA) e uma fala da candidata a vereadora, Cida Fonseca, do PMDB: “Foi eleito um anticristo, que acabará também sendo crucificado mais tarde (...) Esta eleição representa uns dez anos de retrocesso para Juiz de Fora” (TT, 18/11/1988, p. 3).

Na cobertura, não há matérias com questionamento sobre essa identificação de Bejani com a população mais carente. Produz-se um silenciamento de adversários políticos que contestem o uso que ele fez da imagem de defensor do povo. Entre esses mesmos candidatos, nenhum assume uma postura de também se considerar do “povo”, o que dividiria a atenção dos populares. As declarações que ajudam a construir esse arquétipo de “rei dos pobres” têm certa preferência nas matérias, já que aparecem com frequência, como atestam os exemplos das escolhas semânticas ou no fragmento que destaca a entrevista de um eleitor: “O Bejani vai ganhar disparado porque ele é o nosso rei, toda a periferia da cidade considera o Bejani o Rei dos Pobres e por isso estamos com ele” (TT, 17/11/1988, p. 10).

Tabela 1

**Elementos discursivos que remetem às características de injustiçado, pobre, defensor do povo e novo, inteligente, corajoso e honesto ao político Carlos Alberto Bejani nos noticiários do *Diário da Manhã* e da *Tribuna da Tarde*, em 1988.**

	<b>DIÁRIO DA MANHÃ</b>	<b>TRIBUNA DA TARDE</b>
	<b>Injustiçado, pobre, defensor do povo, novo, corajoso, inteligente, honesto.</b>	<b>Injustiçado, pobre, defensor do povo, novo, corajoso, inteligente, honesto.</b>
<b>Escolhas semânticas majoritárias</b>	<p>“Faz o que pode”, não tem “espaço suficiente para expor seu projeto”, “superar os obstáculos”, “tirado ele do ar antes do prazo legal”, “demissão”, “carregado pela pequena multidão”, o candidato que não faz “shows caros”, “O Bejani é o povão, o resto é ilusão”, “caça aos marajás municipais”, “Eu não tenho dinheiro”, “Juventude”, “votos que descem da periferia”, “fala a linguagem do povo”, “manifesta sua insatisfação”, “se rebelou contra a carestia da vida”, “voto do meu povo”, “não dispõe de fundos”, “o povo escolheu com liberdade o seu candidato”, “ressentimento de camadas mais carentes”, “figura messiânica”, “somos do povo, somos como eles”, “moramos em casa alugada”, “conhecemos de perto o problema”, “guardar as lágrimas para chorar junto com sua gente”, “candidatura identificada com o povo”, “Língua dos pobres”, “renascem as esperanças do povão”, “homem de rua”, “por princípios de justiça”, “mais igual ao homem comum”, “aplausos populares”, “trabalhar pelos mais sacrificados”, “minha campanha vai a frente com recursos divinos”, “governo sem a participação de mandantes”, “sereno”, “convida o eleitor a refletir”, “denunciou manobras”, “medo que certos candidatos têm”, “não sou homem de duas palavras”,</p>	<p>“Quase não tem almoçado”, “faz um lanche rápido, muitas vezes oferecido pelas próprias pessoas das casas”, “preciso”, “exato”, “recordes de sua campanha”, “perder 12 quilos, estando agora com apenas 52”, “gravidez”, “reage”, “carreguei várias pessoas no carro da reportagem”, “defender os menos favorecidos pela sorte da vida”, “receio” de “enfrentar-me”, “não há dinheiro que me faça mudar de idéia”, “recusou ofertas tentadoras”, “jamais iria trair os meus”, “passando sacrifícios, enfrentando covardias e injustiças”, “nos ombros de seus admiradores”, “chega de ilusão, Bejani é povão”, “alto estilo”, “melhor e mais criativo aproveitamento dos horários gratuitos na tevê”, “fenômeno”, “líder messiânico”, “emocionado”, “reconhecimento do povo”, “sem dinheiro”, “votar no alto do morro”, “meu voto era do povão e do rico inteligente”, “meu povo”, “setores mais populares”, “O povo é quem decide e ele está com o Bejani”, “os votos apurados são dos marajás e o povão está com o Bejani”, “rei dos pobres”, “periferia”, “conquistar”, “luta”, “Ayrton Senna”, “vitória”, “Nossa Senhora Aparecida”, “mãe de Cristo”, “pagar promessa”, “gente simples”, “Guardar suas lágrimas para serem derramadas junto com a sua gente”, “o Governo do povo é o Governo de Deus”, “herói”, “popularidade”, “juventude”, campanha ter sido “limpa e honesta”, “tenha gasto menos de”, “pôde contar com o auxílio de amigos que contribuíram”, “essa cidade não tem</p>

	<p>“não há dinheiro que compre a minha candidatura”, “desafiou”, “massacre”, governo de “pessoas idôneas”, “mudanças reais na política”, “O voto no novo”, “Nossa Senhora Aparecida”, “pagar promessa”, “não ganhará aquele que tenha enganado o povo”, “sincero”, “puro”, “honesto”, “correto”, “simples”, realizações “verdadeiras”, “pés no chão”, “prova que Juiz de Fora não tem dono, que essa cidade não tem coronel, que ela é do povo”, “medo de topar comigo pela frente”, “moralizar”, “mãos limpas”, “fenômeno político”.</p>	<p>dono, não tem coronel, essa cidade é do povo”, “Seu trabalho era denunciar as irregularidades que via e proteger a classe mais pobre da população dos abusos que sofriam”, “paixão que existe por este radialista que se caracteriza como sendo povão e por isso sabe o que eles sentem e precisam”, “amigo”, “grande pessoa”, “sincero, e não quer prejudicar ninguém”, “fala a linguagem dos pobres”, “esperança”, “é pobre igual a nós”, “só fala a verdade”, “não esquecerá de nós”, “conhece como ninguém o que é ser pobre”, “É o único político honesto e além disso faz parte do povo”, “fenômeno político”, “cara bacana”, “versão mineira de Fernando Collor de Mello”, “caçamarajás”, “entusiasmo”, “candidato de oposição a tudo o que está aí”, “mostra inteligência”, “político fora dos padrões usuais”, “figura messiânica, popular e de certa forma irresponsável”, “defendendo pessoas”, “pessoas carentes”, “ao lado do certo”, “injustiçados”.</p>
<b>Coerências</b>	<p>Deixa a impressão de que Bejani é o candidato mais identificado com as classes mais baixas da população. Expressa sentidos de coragem, honestidade no candidato.</p>	<p>Deixa a impressão de que Bejani é o candidato mais identificado com as classes mais baixas da população. Expressa sentidos de coragem, honestidade, inteligência e criatividade no candidato.</p>
<b>Coesões</b>	<p>Expressa a identificação de Bejani com o povo. Cria o sentido de que ele é um candidato honesto, corajoso e, por ser pobre, sabe as dificuldades pelas quais as classes mais baixas passam.</p>	<p>Suscita o sentido de que Bejani é o candidato que veio para ajudar os pobres. Evoca a idéia de que ele é corajoso, inteligente e defensor dos pobres.</p>

<b>Interdiscursos</b>	Expressões e situações remetem a atos de campanha, propaganda eleitoral, histórico de candidatos e cobertura jornalística de outros veículos.	Expressões e situações remetem a atos de campanha, propaganda eleitoral e histórico de candidatos.
<b>Silêncios Constitutivos</b>	<p>“O candidato do PJ denunciou manobras para lançar às vésperas da eleição uma farta propaganda sobre sua renúncia”, “Bejani classificou essa iniciativa de desespero dos candidatos que não conseguiram provar à população através do farto horário eleitoral e a rica propaganda, que estão bem intencionados”, “parece lógico que o candidato do Partido da Juventude jamais faria tais coisas”, “Mesmo sem a presença de Fernando Collor de Mello, que só chega no domingo, Bejani faz seu comício de encerramento”, “não ganhará aquele que tenha enganado o povo com sua voz doce e demagoga”, “vencerá quem for sincero, puro, honesto e correto, sem promessas, apontando realizações simples e verdadeiras”, “candidatura identificada com o povo”, “um candidato sem lastro político, sem partido consolidado e de tradição em Juiz de Fora e que nunca esteve ligado ao metier, um simples e ousado radialista”, “Eles, talvez, não precisem tanto de creches ou de assistência, mas de gente nova, de mensagens diferentes, de rostos diferentes, de gente igual que se identifique com os problemas comuns do dia-a-dia e que não mostre promessas enganosas”.</p> <p>A opção por só apresentar o candidato a partir desta chave de leitura impede que outros enquadramentos possíveis venham à tona (ou seja, silenciam-se outras possibilidades de focar facetas variadas do personagem).</p>	<p>“Almoço? Não tem, diz ele”, “um candidato a prefeito que se considera derrotado”, “passando sacrifícios, enfrentando covardias e injustiças”, “Com um comportamento mineiro, apesar de ter nascido em São Gonçalo, no Rio de Janeiro”, “uma comparação sua com Ayrton Senna, o novo herói do esporte nacional”, “Andando pelos bairros da cidade percebe-se a paixão que existe por este radialista que se caracteriza como sendo ‘povão’ e por isso sabe o que eles sentem e precisam”, “Bejani se posicionou como um candidato de oposição ‘a tudo o que está aí’”, “E mostra inteligência bastante para que se veja na escolha do eleitorado juizforano, de um político fora dos padrões usuais”, “ele promete ser rigoroso com os funcionários ociosos da prefeitura”.</p> <p>A opção por só apresentar o candidato a partir desta chave de leitura impede que outros enquadramentos possíveis venham à tona (ou seja, silenciam-se outras possibilidades de focar facetas variadas do personagem).</p>

<p><b>Silêncios fundadores</b></p>	<p>Ajuda a construir o sentido de que Bejani é o único candidato que irá atender às demandas da população mais carente da cidade. Que seria um novo estilo de se fazer política, honesto e corajoso, que estaria fora do “sistema antigo” de políticos nacionais. Logo, silencia-se sobre possibilidades alternativas a esta.</p>	<p>Apesar de apoiar a candidatura de Mello Reis, trabalha na construção do sentido de que Bejani seria o único candidato do “povão”, dos mais carentes. Que, por ser pobre como eles, saberia quais são as suas dificuldades. É uma alternativa política, o novo, sem recursos financeiros, mas criativo e inteligente. Logo, silencia-se sobre possibilidades alternativas a esta.</p>
<p><b>Silêncios locais</b></p>	<p>Tendência ao silenciamento de fontes da elite, pessoas de classe média alta, personalidades, empresários etc. que questionassem o programa de governo do candidato Bejani. Silenciamento de adversários políticos que contestassem o uso que ele fez da imagem de defensor do povo. Ausência de candidatos que também se considerassem do “povo”.</p>	<p>Poucas falas contrárias ao candidato, mas existentes, embora sem serem muito ressaltadas nas matérias. Tendência ao silenciamento de fontes de contestação do programa de governo do candidato Bejani. Não se questiona as ações prometidas pelo candidato e silencia sobre o uso dos meios de comunicação para reforçar a identidade dele com a população mais carente.</p>

## 4.2 AS DERROTAS DE 1996 E 2000

Ao analisar os discursos dos jornais impressos diários, *Tribuna de Minas* (TM) e *Diário Regional* (DR), nas eleições municipais de 1996 e 2000 - em ambas, o candidato Alberto Bejani (PFL) perdeu no segundo turno para Tarcísio Delgado (PMDB) -, verifica-se que a imagem construída do político ainda o relaciona como um candidato identificado com a população mais carente e como o político que conhece as dificuldades dos mais pobres e, por isso, lutaria pelos direitos do “povo”.

Com isso, também são reiteradas majoritariamente construções discursivas que o apresentam como político honesto, equilibrado, preparado, religioso e preocupado com a família. Mas, numa medida maior que em 1988, começa-se a desenhar um quadro em que defeitos (como a imagem de um político agressivo, irritado, que intimida a sua equipe e que seria mal assessorado na campanha) convivem com as qualidades.

As **escolhas semânticas** de termos e expressões que ligam a imagem de Bejani às classes mais baixas da população estão presentes em trechos como: “‘O maior dos partidos políticos é o povo’, disse Bejani, para uma platéia atenta” (TM, 05/11/1996, p. 3); “Bejani garantiu aos que o ouviam que será apenas um síndico, se vencer as eleições: ‘Quem vai mandar é o povo, são vocês’” (TM, 05/11/1996, p. 3); “Trabalhadores se unem a Bejani - Tendo como principal justificativa o fato de que ele é o candidato mais preocupado com os problemas enfrentados pela classe trabalhadora” (DR, 05/11/1996, p. 4); “‘Ele sempre lutou pela sociedade mais carente’” (DR, 05/11/1996, p. 4); “‘É só ver o que pensa o povo na rua’, recomendou” (TM, 06/11/1996, p. 5); “‘Bejani é do pobre e realmente se preocupa com o povo de Juiz de Fora’, afirmava” a proprietária de um escritório de contabilidade (TM, 10/11/1996, p. 13);

A mesma estrutura discursiva aparece em: “Avaliando a eleição em Juiz de Fora, o senador Francelino Pereira afirmou que as pesquisas a que teve acesso, em Brasília, ‘apontam Bejani como o candidato de maior respaldo popular’” (TM, 12/11/1996, p. 3); “Carlos Alberto Bejani (PFL) teve um programa voltado basicamente para o tom emocional. Desde a abertura, quando Dona Isa, sua mãe, enalteceu a ‘bondade’ do candidato, até o próprio discurso de Bejani. (...) Bejani insistiu em revelar as dificuldades de sua vida” (TM, 13/11/1996, p. 3); “Milhares de ‘bejanistas’ foram ao delírio ontem no Largo do Riachuelo, no último comício do candidato” (TM, 13/11/1996, p. 3); “Depois de agradecer o apoio do povo, da família e de militantes do partido durante a campanha, o prefeitável voltou a

prometer uma administração voltada para os mais carentes” (TM, 13/11/1996, p. 3); “Antes de deixar o palanque o prefeitável solicitou ainda aos presentes para que não o abandonem, ‘porque vocês são a minha família’. Emocionado, tornou a agradecer o apoio popular e jogou rosas para a multidão, que tentava tocá-lo” (TM, 13/11/1996, p. 3).

Ou em: “A situação em Juiz de Fora foi analisada pelo presidente estadual do PFL, Clésio Andrade. Ele se mostra otimista quanto às pesquisas que, segundo ele, revelam a possibilidade de Alberto Bejani voltar a ocupar a Prefeitura. ‘Já houve uma virada em Juiz de Fora. A população percebe o quanto o projeto é bom’. Francelino completa: ‘Bejani é o ideal porque veio do povo e continua no povo’” (TM, 19/10/2000, p. 3); “O senhor se considera um populista? - Se populista for ficar do lado do povo, eu sou. Se for lidar com a camada mais pobre, sim” (TM, 22/10/2000, p. 4); “‘Nossa maior atração é o povo. Aproveito, então, para convocar as pessoas do lado ótimo para fechar essa campanha com chave de ouro’, afirmou Bejani” (TM, 26/10/2000, p. 3); “Na fala, repetiu algumas frases ditas no debate de sexta-feira. ‘O povo não precisa de softwares. Precisa de arroz com feijão’, afirmou” (TM, 29/10/2000, p. 3); Matéria com o candidato a vice na sua chapa, Fagundes Netto: “Na sua avaliação, a campanha de Bejani se caracteriza pela falta de recursos” (DR, 10/11/1996, p. 18);

Alberto Bejani se julga na sua melhor forma. Garante ter ouvido a população nos últimos quatro anos e estar preparado para administrar novamente a Prefeitura de Juiz de Fora. O candidato do PFL até que tentou mudar o seu estilo ao longo da campanha. Só aguentou o primeiro turno. No ataque, Bejani equilibrou forças, motivou a militância e partiu com tudo na reta final de campanha. (...) Orgulha-se de ser populista e antecipa o perfil da Juiz de Fora nas suas mãos (TM, 22/10/2000, p. 4).

Outra característica notada nos discursos que pode reforçar essa identificação com o povo é a de um político religioso, como vemos em: “Pedi a proteção divina que o conduzisse à Prefeitura Municipal de Juiz de Fora” (DR, 13/11/1996, p. 4); “‘Deus sempre foi soberano’, concluiu Bejani, antes de criticar os padres que o acusam de demagogo” (TM, 27/10/2000, p. 3); “Bejani encerra comício com rosas e procissão - Bejani discursou cerca de dez minutos. O suficiente para o público ir ao delírio” (TM, 27/10/2000, p. 3); “Era a vez do sucesso de Roberto Carlos, ‘Jesus Cristo’, completar a cena. Enquanto isso, rosas vermelhas foram jogadas à população. Depois do comício, Bejani saiu a pé, em procissão, até a gruta de Nossa Senhora Aparecida, na Catedral. ‘Espalharam por aí que Bejani não é mais católico. Não negocio minha fé. Prometi fazer essa caminhada ao final da campanha’, explicou” (TM,

27/10/2000, p. 3);

A dimensão religiosa aparece igualmente em: “Rezou na capela que mantém em casa, agradecendo e pedindo um bom resultado nas urnas” (TM, 29/10/2000, p. 3). Em vários momentos da cobertura, Bejani aparece também como um candidato voltado para a sua família, como no exemplo: “Expectativa e calma. Depois do debate de sexta-feira na TV, do qual se julga vencedor, o candidato do PFL aproveitou a manhã de sábado para curtir a família na paz e tranquilidade do lar. Ao lado da mulher e dos filhos, ele descansou após a exaustiva maratona de comícios, debates e entrevistas que ocorreram nas últimas semanas” (TM, 29/10/2000, p. 3).

Junto com as imagens de defensor dos mais pobres, religioso e preocupado com a família, aparece a de político honesto: “Ao declarar que não é homem de duas palavras, Bejani garantiu que vai cumprir suas promessas” (TM, 13/11/1996, p. 3); Ou numa discussão sobre a Lei de Responsabilidade Fiscal: “Alberto Bejani vê a medida como muito positiva. (...) Bejani não vê a possibilidade de prisão para o administrador como exagero da lei. ‘O dinheiro público tem que ser tratado com respeito. Basta saber administrar’” (TM, 21/10/2000, p. 3); Vemos características de honestidade também na entrevista: “Ao longo de sua vida pública, o senhor foi alvo de processos de improbidade administrativa e de enriquecimento ilícito. O senhor acredita que as pessoas ainda lhe vêm com essas características? - Não, isso já mudou muito. As pessoas estão vendo que Bejani trabalha muito o ano inteiro. Eu não tive nenhum enriquecimento. Continuo uma pessoa de classe média” (TM, 22/10/2000, p. 4).

Percebem-se também sinais de candidato equilibrado e preparado em momentos como: “Bejani mantém equilíbrio em reta final de campanha - Equilíbrio é a palavra-chave adotada pelo candidato do PFL, deputado estadual Alberto Bejani, para estes dois últimos dias de campanha” (DR, 26/10/2000, p. 3); “O candidato pelo PFL, deputado estadual Alberto Bejani, afirma ter conseguido equilíbrio suficiente para conduzir sua campanha sem provocações ao adversário, o que resultaria também em uma administração que ele chama de equilibrada. ‘Eu estou mais educado’” (DR, 29/10/2000, p. 3); “‘Quero ser prefeito por que me sinto preparado para administrar Juiz de Fora’. Assim o candidato do PFL, deputado estadual Alberto Bejani, justificou sua pretensão de ser prefeito da cidade” (DR, 29/10/2000, p. 3).

Nas duas eleições, Bejani também aparece como um político de prestígio dentro do seu partido: “Lideranças dão apoio a Bejani - Líderes do PFL estiveram ontem na cidade para apoiar a candidatura de Alberto Bejani” (DR, 12/11/1996, p. 4); “O comando nacional da Frente Liberal veio ontem à cidade para dar uma demonstração de prestígio do seu candidato,



Alberto Bejani, no seu entender, o único que pode contrapor ao governador Itamar Franco” (TM, 19/10/2000, p. 2).

Mas os discursos adotados pelos jornais também constroem – mesmo que numa chave de enquadramento minoritária ao longo da cobertura – a imagem de um político que usa de uma campanha agressiva contra o adversário: “Assim, ele vai agredir o adversário” (DR, 07/11/1996, p. 3); “Os sociólogos ressaltam que gestos agressivos do pefelista pouco adiantam. ‘O eleitor do Bejani também detesta a agressividade’, constata” Gilberto Salgado (TM, 15/11/1996, p. 3); “O candidato Alberto Bejani, que durante toda a semana ficou na ofensiva” (TM, 21/10/2000, p. 2); “Tarcísio e Bejani partem para o confronto pessoal - Adversários deixam sutilezas de lado na reta final de campanha” (TM, 22/10/2000, CAPA).

Também apontam-se, no comportamento de Bejani, traços de irritação: “O único senão foi a irritação do candidato, que não gostou da pergunta de uma repórter, intrigada com tantos políticos na Santa Casa para resolver uma questão meramente administrativa. Ele saiu da sala, puxou seu vice e ainda criticou os jornalistas” (TM, 19/10/2000, p. 2); “Bejani, por sua vez, bateu boca com jornalista” (TM, 20/10/2000, p. 3).

Ele também é retratado como um político que “intimida” e exige demais: “Preocupado com os comentários sobre o ‘apagamento’ de seu vice, Alberto Bejani (PFL) resolveu dar uma intimação a João Batista (PL) exigindo uma maior participação de sua imagem na campanha. Bejani explicou o porquê do sumiço de seu parceiro de chapa. ‘Até agora ele não apareceu no programa pela timidez com a câmera. Mas hoje ele vai gravar de qualquer jeito’” (TM, 19/10/2000, p. 2).

Os seus assessores de campanha também são colocados como mal intencionados, ou Bejani como mal assessorado: “Sem a pirotecnia do primeiro turno, quando filmou uma tensa conversa com o prefeito Custódio Mattos e a utilizou no horário eleitoral, o candidato Alberto Bejani esteve, de novo, ontem, na Prefeitura. (...) Menos um ponto. Bejani reconheceu que seu gesto do primeiro turno foi impensado. Pediu desculpas e disse que estava mal assessorado” (TM, 08/11/1996, p. 2); “O programa eleitoral gratuito na TV do candidato a prefeito do PFL, Carlos Alberto Bejani, tem usado depoimentos de algumas pessoas sem pedir a autorização para veicular as imagens. ‘Agiram de má-fé comigo’, protesta” um feirante. (...) “Ele reconhece que houve a utilização de imagens sem autorização. Bejani afirma que isso não irá acontecer novamente, pois foi um erro primário da equipe de gravação do programa” (TM, 09/11/1996, p. 5).

Esta dimensão seria, inclusive, uma das causas para a rejeição do político revelada em pesquisas: “A rejeição de Bejani praticamente se manteve: 46,8% dos eleitores não votariam

no candidato do PFL de ‘jeito nenhum’” (TM, 05/11/1996, CAPA). Bejani, então, tenta mudar a postura para não perder votos, o que os jornais mostram em: “Esse tipo de comportamento, no primeiro turno, não funcionou bem para os candidatos mais exaltados, um deles o próprio Bejani, que teve tropeços e, por isso mesmo, acabou deixando a agressividade de lado” (TM, 05/11/1996, p. 3); “Justificou a nova postura, menos agressiva, adotada por seu candidato” (DR, 10/11/1996, p. 18)

Na **coerência**, palavras que reforçam o estereótipo de “defensor dos pobres” aparecem de forma recorrente, ao longo dos textos, como “povo”, “popular”, “dificuldades”, como nos exemplos: “Creio que o fato de ter tido uma infância cheia de *dificuldades* contribui para seu carinho com as crianças em geral” (DR, 10/11/1996, p. 19); “Em outros temas, o pefelista usou o artifício de *popularizar* os debates. Quando Tarcísio falava de indústria de software, por exemplo, ele argumentava que o ‘*povo quer saber de saúde decente*’” (TM, 28/10/2000, p. 3).

Ao se analisarem os discursos sob o viés da **coesão frasal**, vê-se que os textos usam muitas expressões e termos que reforçam a identificação de Bejani com o povo mais carente, como no trecho: “Durante 40 minutos, ele discursou para cerca de 30 pessoas na sede da entidade, lembrando que a construção civil é um setor que emprega grande parte da mão de obra da cidade, *composta principalmente por cidadãos carentes*, que necessitam de apoio. *Identificado com a plateia*, Bejani afirmou várias vezes que, mesmo após ser prefeito de Juiz de Fora, não mudou. ‘Eu conheço o que é a *pobreza*, eu vim de lá’, frisou” (TM, 06/11/1996, p. 3). Ao falar que a plateia é “composta principalmente por cidadãos carentes” e que Bejani está “identificado” com ela, quer dizer que ele se identifica com os carentes. A matéria ainda inclui uma fala do político falando de sua origem na “pobreza”.

Algumas expressões são, sim, formas de reforçar essa identificação. Na entrevista com a esposa de Bejani, há escolhas textuais que ligam o candidato às classes mais baixas da população: “Vanessa Cardoso acredita que *a população carente depende de um bom prefeito*, que *a defenda sempre como um pai defende os filhos*. E esta responsabilidade com o município, *ela diz saber que o marido tem* e ele pretende, se eleito, *resolver os problemas e as situações difíceis por que passa o povo juizforano*” (DR, 10/11/1996, p. 19).

Frases como “a população carente depende de um bom prefeito, que a defenda sempre como um pai defende os filhos” e “resolver os problemas e as situações difíceis por que passa o povo juizforano” colocam Bejani como “pai dos pobres”, assim como a construção de um político responsável em “esta responsabilidade com o município, ela diz saber que o marido tem”. Responsabilidade e honestidade que também é percebida na construção: “Ele faz da

vida política o melhor para a cidade e, *em hipótese alguma, visando benefício próprio*” (DR, 10/11/1996, p. 19). Assim, Bejani se preocuparia apenas com a cidade, não visando a benefícios pessoais decorrentes dos poderes do cargo de prefeito.

Em alguns momentos da cobertura, os jornais adotam o recurso da memória discursiva, da **intertextualidade**, ao falar de Bejani. No exemplo: “O empresário Edmar Moreira é o ‘guru político’ responsável pela radical mudança na campanha de televisão do candidato do PFL à Prefeitura de Juiz de Fora, Alberto Bejani. Ele buscou em São Paulo o seu amigo Duda Mendonça, o responsável pela campanha de Celso Pitta à Prefeitura paulistana e, com isso, fez profundas mudanças na campanha do segundo turno em Juiz de Fora” (DR, 14/11/1996, p. 2). Ele faz uma analogia da campanha de Bejani com a de Celso Pitta e ainda cita um dos principais “marketeiros” políticos do país, Duda Mendonça.

A ligação de Bejani com o Governo Federal, o que poderia beneficiar a cidade numa futura administração dele, aparece em fragmentos como: “Bejani, por exemplo, insiste nas questões polêmicas como saúde e a ligação de seu partido com o Governo federal” (TM, 22/10/2000, p. 2); Ou, até mesmo ao tentar se livrar de uma imagem de neoliberal, o candidato cita o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso e o ex-governador Eduardo Azeredo (PSDB): “‘Apesar de ser acusado de neoliberal, nunca trabalhei com os dois’, provocou Bejani” (TM, 27/10/2000, p. 3).

Outras administrações municipais também foram resgatadas como em: “Depois com o depoimento do ex-prefeito Mello Reis, que falou com todas as letras que o pefelista era a continuidade da administração tucana” (TM, 27/10/2000, p. 3), no caso o ex-prefeito Custódio Mattos (PSDB). Ou disputas anteriores pela Prefeitura:

Não havia quem pudesse imaginar, por exemplo, que em 2000 o governador Itamar Franco e o ex-prefeito Mello Reis se confrontariam na TV, defendendo candidatos diferentes, mas tudo num clima de cortesias e urbanidades. (...) Essa clima nunca foi a marca das referências mútuas. Eles se divergem e se distanciam desde 72, quando ambos disputaram a prefeitura, e depois disso nunca tiveram as mesmas posições na política local (DR, 27/10/2000, p. 3).

Porém, essa memória também é utilizada para ligar a imagem de Bejani à de um político que representa o “atraso”, segundo uma entrevista concedida pelo oponente Tarcísio Delgado: “A mesma coisa que está acontecendo com o Maluf em São Paulo vai acontecer com o Bejani em Juiz de Fora” (TM, 22/10/2000, p. 5).

Os **silêncios constitutivos** são encontrados em trechos em que se notam as escolhas dos discursos que ressaltam o vínculo, a preocupação do candidato com as classes mais baixas

da população, como nas expressões grifadas: “Bejani *quer desviar preocupações para setores mais pobres* e nesse sentido, *retomando um projeto assistencialista*, ‘a começar por retirar famílias que vivem debaixo das pontes’” (DR, 15/11/1996, p. 3). Silencia-se sobre outras possibilidades de enquadramento do candidato, sobre as suspeitas de enriquecimento ilícito na sua primeira administração. Também se veem trechos em que o candidato é caracterizado como um político que “mexe” com a população: “Cercado pelos eleitores, o candidato saiu do carro e, de dentro de uma farmácia, fez um discurso pequeno, mas *suficiente para inflamar a ‘torcida’*” (TM, 29/10/2000, p. 3). Logo, silencia-se sobre a rejeição de Bejani.

A construção textual da matéria que segue apresenta expressões como “é com muita certeza” e “saber que o homem que ama faz bem ao povo”. Ao citar o exemplo da ajuda a um menino pobre, veem-se silêncios que formatam a ideia de que Bejani é um político que defende o povo mais carente:

*É com muita certeza* que Vanessa Loçasso Cardoso, esposa do candidato a prefeito pelo PFL, Carlos Alberto Bejani, afirma ser motivo de muita felicidade para ela *saber que o homem que ama faz bem ao povo*. Ficou orgulhosa do marido, ao saber, em um comício em Benfica, que *ele financiou o tratamento de um menino de 11 anos, que teve que amputar as pernas*, e hoje consegue andar com perna mecânica (DR, 10/11/1996, p. 19).

Notamos nos **silêncios fundadores** um reforço da construção do sentido de que Bejani é o único candidato preocupado com as necessidades da população mais carente da cidade, que, embora seja agressivo na campanha e mal assessorado, é honesto e religioso. Nos **silêncios locais** não se encontram questionamentos sobre essa identificação de Bejani com a população mais carente. Não se contesta o uso que ele faz da imagem de defensor do povo. As declarações que ajudam a construir esse arquétipo de “pai dos pobres” e “honesto” têm certa preferência nas matérias.

Tabela 2

**Elementos discursivos que remetem à caracterização de Bejani como popular, defensor dos pobres, honesto, equilibrado e religioso; e, por outro lado, agressivo, irritado e mal assessorado, nos noticiários do *Diário Regional* e da *Tribuna de Minas*, em 1996 e 2000.**

DIÁRIO REGIONAL		TRIBUNA DE MINAS	
Popular, defensor dos pobres, honesto, equilibrado, religioso. Agressivo, irritado, mal assessorado.		Popular, defensor dos pobres, honesto, equilibrado, religioso. Agressivo, irritado, mal assessorado.	
<b>Escolhas semânticas majoritárias</b>	<p>"Candidato mais preocupado com os problemas enfrentados pela classe trabalhadora"; "carentes"; "povo"; "falta de recursos"; "preparado para administrar"; "equilíbrio"; "governo participativo"; "proteção divina".</p> <p>"Agridir o adversário"; "agressividade".</p>	<p>"Povo"; "respaldo popular"; "apoio popular"; "carentes"; "Bejani é do pobre e realmente se preocupa com o povo de Juiz de Fora"; "dificuldades de sua vida"; "veio do povo e continua no povo"; "orgulha-se de ser populista"; "o dinheiro público tem que ser tratado com respeito"; "eu não tive nenhum enriquecimento"; "continuo uma pessoa de classe média"; "equilíbrio"; "Bejani encerra comício com rosas e procissão"; "Deus"; "Bejani saiu a pé, em procissão, até a gruta de Nossa Senhora Aparecida, na Catedral"; "rezou na capela que mantém em casa".</p> <p>"Agressividade"; "gestos agressivos"; "ficou na ofensiva"; "confronto pessoal"; "deixam sutilezas de lado"; "irritação"; "criticou os jornalistas"; "bateu boca com jornalista"; "intimação"; "mal assessorado"; "má-fé".</p>	
<b>Coerências</b>	<p>Deixa a impressão de que Bejani é o candidato mais identificado com as classes mais baixas da população. Expressam-se sentidos de honestidade no candidato, mas também de agressividade.</p>	<p>Deixa a impressão de que Bejani é o candidato mais identificado com as classes mais baixas da população. Expressam-se sentidos de honestidade no candidato, mas também de agressividade.</p>	

<b>Coesões</b>	Suscita o sentido de que Bejani é o candidato que representa a camada mais pobre da população. Evoca a idéia de que ele é honesto, religioso e defensor dos pobres. Mas, também, agressivo e mal assessorado.	Expressa a identificação de Bejani com o povo. Cria o sentido de que ele é um candidato honesto, religioso e, por ser pobre, sabe as dificuldades pelas quais as classes mais baixas passam. Contudo, agressivo e mal assessorado.
<b>Interdiscursos</b>	Expressões e situações remetem a atos de campanha, propaganda eleitoral, administrações e eleições passadas, disputas eleitorais em outras cidades.	Expressões e situações remetem a atos de campanha, propaganda eleitoral, prefeitos anteriores, ligação com presidente e governador e analogia com políticos de renome nacional.
<b>Silêncios Constitutivos</b>	“Bejani quer desviar preocupações para setores mais pobres e nesse sentido, retomando um projeto assistencialista, ‘a começar por retirar famílias que vivem debaixo das pontes’”; “É com muita certeza”; “saber que o homem que ama faz bem ao povo”. Logo, silencia-se sobre a construção de outras imagens do candidato, sobre as suspeitas de enriquecimento ilícito na sua primeira administração.	“Cercado pelos eleitores, o candidato saiu do carro e, de dentro de uma farmácia, fez um discurso pequeno, mas suficiente para inflamar a ‘torcida’”. Logo, silencia-se sobre a construção de outras imagens do candidato, como a rejeição de Bejani. Sobre as suspeitas de enriquecimento ilícito na sua primeira administração.
<b>Silêncios fundadores</b>	Trabalha na construção do sentido de que Bejani seria o único candidato do “povão”, dos mais carentes. Que, por ser pobre como eles, saberia quais as suas dificuldades. É um candidato que, embora apresente sinais de agressividade na campanha, aparenta ser honesto, religioso e preocupado com a cidade. Silencia-se sobre outras possibilidades de enquadramento do candidato.	Ajuda a construir o sentido de que Bejani é o único candidato que irá atender às demandas da população mais carente da cidade. É um candidato que, embora apresente sinais de agressividade na campanha, aparenta ser honesto, religioso e preocupado com a cidade. Silencia-se sobre outras possibilidades de enquadramento do candidato.
<b>Silêncios locais</b>	Silenciamento de adversários políticos que contestassem o uso que ele fez da imagem de defensor do povo. Ausência de candidatos que também se considerassem do “povo”.	Silenciamento de adversários políticos que contestassem o uso que ele fez da imagem de defensor do povo. Ausência de candidatos que também se considerassem do “povo”.

### 4.3 “VOLTA, VOLTA, BEJANI”: O RETORNO À PREFEITURA NOS “BRAÇOS DO POVO”

Na cobertura das eleições municipais de 2004, feita pelos dois principais jornais impressos diários de Juiz de Fora naquele ano - a *Tribuna de Minas* (TM) e *Jornal Panorama* (PAN) -, os discursos sobre o político Carlos Alberto Bejani (PTB) associam a sua imagem, em certos momentos, a um candidato maduro, experiente, equilibrado, defensor do povo, injustiçado, alheio às provocações, honesto. Contudo, também já se notam discursos contrários a essa construção, que o colocam como um político com indícios de desonestidade e corrupção.

Os termos e expressões utilizadas ajudam a reforçar um estereótipo de político amadurecido, sem perder a sua representatividade junto às classes mais baixas da população. Assim, se instaura o sentido de que Bejani é um candidato preparado para assumir a Prefeitura e defender os interesses dos mais carentes.

As **escolhas semânticas** a seguir mostram exemplos dessa construção da imagem de um candidato equilibrado, como nos trechos de uma mesma matéria: “Não vim aqui participar de ato falso, mas de sentimento verdadeiro e demonstrei isso”, “o trabalhista garantiu que não criará rugas com ninguém”, “Só uma pessoa equilibrada pode administrar uma cidade como JF” (TM, 21/10/2004, p. 7). Ou nos fragmentos: “Equilíbrio é a palavra chave” (TM, 01/11/2004, p. 8); “Durante a campanha, manteve a mesma postura de tranquilidade e, enquanto assegurava que continuaria a propor soluções para a cidade, sem agredir o adversário, nos bastidores garantia que suas pesquisas já davam a ele o direito de dizer que ‘esta eleição já era’ e ‘está no saco’” (PAN, 01/11/2004, p. 3).

Estrutura similar aparece em: “O que dizer de uma campanha em que coube ao sempre cordial Custódio Mattos o papel daquele que coloca a faca entre os dentes e ao antes combativo Alberto Bejani a função do estadista, de paz e equilíbrio?” (PAN, 31/10/2004, p. 4); “Bejani se diz pronto para novamente administrar, ressaltando que sabe da dureza que será. Porém, com a mesma segurança com que se aferrava às pesquisas que dizia ter, coloca como certeza a experiência adquirida de 89 para cá” (PAN, 01/11/2004, p. 3); “Bejani venceu a eleição por ter sido cordial e equilibrado ao longo da campanha. Foi mérito próprio” (PAN, 02/11/2004, p. 3).

Algumas declarações de aliados políticos também passam a ideia de candidato mais preparado: os candidatos derrotados no 1º turno, Sebastião Helvécio (PDT): “Fui em todos

debates do primeiro turno e ninguém melhor que Bejani para representar Juiz de Fora nesta eleição” (TM, 23/10/2004, p. 5) e João Vítor Garcia (PPS): “Tudo indica que ele vá promover o município e fazer tudo para que a cidade avance sempre” (PAN, 01/11/2004, p. 5). E o deputado federal, Júlio Delgado (PPS): “Reconheço o amadurecimento de Bejani” (TM, 23/10/2004, p. 5).

Os enquadramentos do *Jornal Panorama*, por exemplo, mostram Bejani como um candidato amadurecido, mudado em relação ao político que administrou a cidade entre 1989 e 1992: “Hoje, o político Alberto Bejani tem outra imagem, pois se refinou nas vestes e no trato, eliminando dos eleitores mais receosos os temores do bicho-papão” (PAN, 01/11/2004, p. 7). Esse amadurecimento e mudança também aparecem no discurso da *Tribuna de Minas*:

O petebista avisou que será candidato a governador de Minas em 2010. Para manter esse “sonho”, pretende fazer de Juiz de Fora um espelho para o estado em todas as áreas em que as melhorias dependem exclusivamente do prefeito. “Quando tudo estiver funcionando bem, os mineiros saberão que eu estou preparado para administrar o estado”. (...) O Alberto Bejani (PTB) que foi eleito prefeito de Juiz de Fora, no último domingo, mudou muito, principalmente, quando comparado às disputas anteriores. No melhor estilo “paz e amor”, ele próprio auto-avaliou-se como mais maduro e mudado. (...) Uma verdadeira transformação (TM, 02/11/2004, p. 3).

Outra característica ressaltada em algumas matérias é a de um candidato injustiçado: “Houve um massacre à pessoa do Bejani jamais visto na história política de Juiz de Fora” (TM, 31/10/2004, p. 3); “Bejani se sentiu perseguido” (PAN, 29/10/2004, p. 5); e “Bejani tem sido vítima de ‘ofensas’” (TM, 21/10/2004, p. 7). Ou no editorial da *Tribuna de Minas* no dia seguinte: “nem por isso houve tumultos, e a exceção – quando o candidato Alberto Bejani foi vítima de uma agressão – foram condenados pela opinião pública” (TM, 22/10/2004, p. 2).

O apelo popular de Bejani é destacado nos trechos: “Ele representa a massa popular” (...) “Sempre fui amigo dos trabalhadores e jamais vou perseguir algum servidor porque não pertence ao meu partido” (TM, 23/10/2004, p. 4); Segundo uma eleitora, “Bejani é que nem o Flamengo, quem é não troca nunca” (TM, 31/10/2004, p. 3); “A afirmação revela segurança num eleitorado fiel, que não está, em sua maioria, concentrado nas classes sociais mais propícias a viagens” (...) “O povo sai preocupado apenas em votar em Bejani” (TM, 31/10/2004, p. 3); “Cumprimentou homens, abraçou mulheres, segurou crianças no colo, acenou para todos” (TM, 31/10/2004, p. 4), “Reafirmou ontem, durante entrevista à TV Panorama, que as pessoas não podem continuar morrendo em consequência da demora no atendimento médico” (PAN, 22/10/2004, p. 2).



Dados eleitorais citados pelo periódico são chamados para sustentar a afirmação sobre o perfil do candidato: “Bejani ainda manteve melhor desempenho entre os eleitores com grau de instrução entre 5ª e 8ª séries do ensino fundamental e entre os que têm renda mensal de até dois salários-mínimos” (PAN, 23/10/2004, p. 3); “O petista acrescentou que sua decisão foi influenciada pela sinceridade do candidato petebista, acreditando que este pode fazer um governo comprometido com a luta dos trabalhadores, principalmente com os menos favorecidos” (PAN, 26/10/2004, p. 3); “Bejani volta à Prefeitura nos braços do povo” (PAN, 01/11/2004, p. 3); “Trajetória humilde serve de inspiração para motivar os mais necessitados na escala social” (PAN, 01/11/2004, p. 7); “Bejani renasce como novo ‘pai dos pobres’” (PAN, 01/11/2004, p. 7); “Foi o defensor e ‘pai dos pobres’ à frente do ‘Comando 730’, doando alimentos e agasalhos e denunciando o sofrimento dos humilhados e ofendidos” (PAN, 01/11/2004, p. 7); “Firmou o seu nome como defensor das camadas mais pobres da população” (PAN, 01/11/2004, p. 7); “O Bejani é do povo” (TM, 01/11/2004, p. 8).

Após a vitória, algumas falas de aliados políticos reforçam o elo entre Bejani e o povo. Segundo o vereador Vicente de Paula, o Vicentão (PTB), Juiz de Fora “elegeu um candidato em prol do povo” (PAN, 01/11/2004, p. 6); Ou, para o vereador Eduardo Novy (PRP): “foi uma vitória do povo de Juiz de Fora” (PAN, 01/11/2004, p. 6); O também vereador Rogério Ghedin (PTB) completa: “Foi a vitória do povo sobre o preconceito” (TM, 01/11/2004, p. 8); O presidente do PCdoB, José Luiz Guedes, diz que “a cidade já tinha uma tradição estabelecida do Bejani como adversário, mas agora Juiz de Fora resolveu pôr fim a esse teatro. É impressionante como as pessoas estão felizes. Isso tudo é uma lição para a elite” (TM, 01/11/2004, p. 8); Para o deputado federal, Júlio Delgado (PPS): “a maior força que ele possui não são os políticos ao seu lado, é o povo que está sempre junto com ele” (TM, 23/10/2004, p. 5).

Até mesmo o candidato derrotado no 1º turno, que apoiou Custódio Mattos no 2º, João Vitor Garcia (PPS) referendou essa identificação: “o povo se manifestou em todos os níveis e Alberto Bejani mostrou que é o prefeito de todos” (PAN, 01/11/2004, p. 5). Outra caracterização de Bejani presente na cobertura dos jornais foi a de um político religioso: “o cidadão Alberto Bejani, e não o político candidato a prefeito - como ele mesmo fez questão de frisar - interrompeu ontem a campanha para uma visita a Aparecida (SP), onde está a Basílica de Nossa Senhora Aparecida, Padroeira do Brasil. Foi bem cedo (...) e agradeceu à santa pelo bom andamento da campanha (TM, 28/10/2004, p. 2); E a de um “homem de família”: “durante a carreata, Bejani teve o apoio da família” (TM, 31/10/2004, p. 4).

A figura do candidato honesto pode ser verificada em: “O candidato à PJF, por sua vez, prometeu apenas, caso seja eleito, trabalhar com os bem-intencionados e as pessoas de bem” (TM, 28/10/2004, p. 6); “Representantes dos três conselhos tutelares da cidade entregaram um termo de compromisso para estruturação dos órgãos para que Bejani assinasse. Ele disse que não poderia assinar, porque dessa forma estaria comprando votos” (PAN, 28/10/2004, p. 3); “- Nosso trabalho será com equilíbrio e com honestidade – afirmou” (PAN, 01/11/2004, p. 5).

Ao contrário de eleições anteriores, em que Bejani era visto como um candidato provocador, em 2004 ele apresentou um discurso conciliador. Exemplos: “não vou comentar os xingamentos e as fofocas que venho recebendo do adversário. Não me interessa! Isso é desespero” (TM, 23/10/2004, p. 5); “São boatos. Estou acostumado a lidar com eles, os favoráveis e os maldosos, e sempre sair caminhando de cabeça erguida” (TM, 02/11/2004, p. 3).

Mas, mesmo diante da presença sistemática desse discurso de mudança e amadurecimento, podem ser verificadas nos periódicos a associação da imagem de Bejani a temas como corrupção, crime eleitoral, processo na justiça, demagogia, levianismo, desonestidade, atraso, “lado ruim da política” e racismo.

Pode-se perceber a aparição desses elementos, principalmente, nas matérias que abordam o seu adversário no pleito, Custódio Mattos (PSDB): “denúncias de enriquecimento ilícito na propaganda do PSDB” (TM, 21/10/2004, p. 8); “Falando para simpatizantes de Custódio, João Vitor lembrou que ele e o tucano são de centro-esquerda e disparou contra o grupo de Alberto Bejani (PTB), deixando entender que, lá, muitos apoios foram fechados com base no clientelismo e na barganhas (sic) de cargos” (TM, 23/10/2004, p. 4); “- Quem está hoje com uma série de pendências na justiça é o candidato, todas por denúncias do Ministério Público” (PAN, 27/10/2004, p. 4).

Igualmente se informa que Custódio “chegou a dizer que a ‘leviandade é característica’ do concorrente e pediu para que as pessoas não se deixem enganar pelo dom do carisma do outro candidato. (...) Não usou meias palavras contra Bejani e o grupo que o apóia. ‘Na última campanha, havia o lado bom e o lado ruim; este candidato virou lado bom da noite para o dia?’ (...) Disse que ele ‘usou a prefeitura para enriquecer’” (TM, 23/10/2004, p. 5); “O vereador Carlos Alberto Gasparete (PPS) afirmou ontem que decidiu abraçar a candidatura do deputado federal Custódio Mattos (PSDB-PSB) e disse que ‘o atraso todo está do outro lado’, na candidatura do deputado estadual Alberto Bejani (PTB-PL)” (PAN, 21/10/2004, p. 5).

Bejani tem sua imagem relacionada a crime, dúvida, mentira, demagogia em exemplos, como: “Bejani é uma incógnita” (PAN, 24/10/2004, p. 4); “Inquéritos contra Bejani e Paulo Rogério são abertos por suspeita de crime eleitoral” (TM, 22/10/2004, p. 4); “Deputado Marcello Siqueira (PMDB) sai da base do Governo Lula, por causa da aparição do presidente nacional do PT, José Genoíno, no horário eleitoral (...) No plenário, mostrou até um processo contra o deputado Alberto Bejani que continua tramitando na justiça sem uma sentença definitiva” (TM, 23/10/2004, p. 2); “Para Marcello, o PT está incentivando um ‘demagogo populista’ e alguém com essas características tinha que ser considerado o pior inimigo das esquerdas” (TM, 23/10/2004, p. 4);

Petistas que escolheram um ou outro lado estão sofrendo questionamentos e recebendo cobranças diárias nas ruas. As maiores recaem sobre os que bandearam para o lado do deputado estadual Alberto Bejani, tendo em vista as polêmicas advindas de sua administração à frente da Prefeitura, de 1989 a 92. O presidente Chico Oliveira “adepto do distanciamento”, acredita que Bejani, mesmo estando no PTB, base aliada do presidente Lula, “não vai conseguir esconder as divergências”. Divergências que um dia colocaram o ex-vereador petista Natanael do Amaral em rota de colisão direta com o ex-prefeito. Chico relembrou que “Natanael, Cidinha Louzada e Leopoldo Tristão foram tratados de forma discriminatória por Bejani”. Natanael, além de pertencer ao Bloco Progressista, também sofreu na pele as agruras da discriminação racial. O presidente do PT espera que a situação não vá se repetir, na eventual vitória do petebista. (...) Recém-chegado à candidatura de Alberto Bejani, o secretário nacional de Combate ao Racismo, Martvs das Chagas, não considera o momento apropriado para remexer nestas feridas. Porém, enfatizou que “as pessoas podem vir a cometer erros, mas podem vir a corrigí-los” (PAN, 27/10/2004, p. 3);

“O mais difícil para Bejani será trabalhar seu perfil controverso, que divide a população e a classe política de Juiz de Fora” (TM, 02/11/2004, p. 4); “Seu governo coincidiu com o período em que o Legislativo foi rotulado como ‘a pior Câmara Municipal da História de Juiz de Fora’. Houve um momento de independência, no dia 2 de julho de 91, quando a Câmara aprovou em sessão histórica uma Representação de Leopoldo Tristão, um dos principais opositores, que pedia a investigação profunda sobre os ‘sinais exteriores de riqueza’ do prefeito (PAN, 01/11/2004, p. 7); “Final melancólico do governo” (PAN, 01/11/2004, p. 7).

Fazendo alusões a Jerusalém, cidade bíblica transformada em sede de um verdadeiro império pelo Rei Davi, o prefeito divulgou um documento intitulado “O que fizeram com a nossa Jerusalém?”, onde faz uma avaliação das eleições deste ano. Em oito páginas permeadas de citações bíblicas e filosóficas, Tarcísio não poupou nenhum dos candidatos “milagreiros” que chegaram ao segundo turno (Custódio Mattos - PSDB e Bejani) (...) A divisão do grupo da Prefeitura causada pela candidatura do PPS, com apoio do PT, conduziu “ao fato de se dividirem os votos dos ‘santos’ para

garantir a eleição do ‘diabo’” (TM, 04/11/2004, p. 3).

A **coerência** reforça os “dois lados” da imagem de Bejani construída pelos jornais. Encontram-se expressões que remetem à imagem de candidato mais experiente por toda a cobertura. Por exemplo, as palavras como “preparado”, “amadurecido”, “equilibrado”, “pronto”, “experiência”, “mudou”, “novo Bejani”, em fragmentos: “eu estou *preparado*” (TM, 02/11/2004, p. 3); “Bejani fala que está *amadurecido*” (PAN, 27/10/2004, p. 4); “Bejani venceu a eleição por ter sido cordial e *equilibrado* ao longo da campanha” (PAN, 02/11/2004, p. 3); “Bejani se diz *pronto* para novamente administrar, ressaltando que sabe da dureza que será. Porém, com a mesma segurança com que se aferrava às pesquisas que dizia ter, coloca como certeza a *experiência* adquirida de 89 para cá” (PAN, 01/11/2004, p. 3).

A ênfase no amadurecimento é reforçada em textos como: “O Alberto Bejani (PTB) que foi eleito prefeito de Juiz de Fora, no último domingo, *mudou* muito, principalmente, quando comparado às disputas anteriores. No melhor estilo ‘paz e amor’, ele próprio auto-avaliou-se como mais *maduro e mudado*” (TM, 02/11/2004, p. 3); “No discurso, ele diz que *mudou*, que *amadureceu*. Não sabemos quem é o *novo Bejani*” (PAN, 01/11/2004, p. 5); “*Equilíbrio* é a palavra chave” (TM, 01/11/2004, p. 8); “Coube ao sempre cordial Custódio Mattos o papel daquele que coloca a faca entre os dentes e ao antes combativo Alberto Bejani a função do *estadista*, de *paz e equilíbrio*” (PAN, 31/10/2004, p. 4).

Esses recortes reforçam a ideia de que o Alberto Bejani das eleições anteriores estaria, em 2004, melhor preparado e apto a assumir a Prefeitura e “cuidar” dos interesses do povo mais carente. O seu vínculo com as camadas mais pobres da população também é ressaltado, se analisarmos a presença de termos como “popular”, “povo”, “defensor”, “pobres” ou em expressões como “prefeito do povo”, “novo pai dos pobres”, “defensor e pai dos pobres”, “menos favorecidos”, “nos braços do povo”, “denunciando o sofrimento dos humilhados e ofendidos”, “defensor das camadas mais pobres da população”, “olhar sempre para os mais carentes”.

É o que se vê nos trechos: “Bejani renasce como novo ‘*pai dos pobres*’” (PAN, 01/11/2004, p. 7); “Bejani volta à prefeitura *nos braços do povo*” (PAN, 01/11/2004, p. 3); “Ingressou na Rádio Nova Cidade, onde firmou o seu nome como *defensor das camadas mais pobres da população*” (PAN, 01/11/2004, p. 7); “Foi o *defensor* e ‘*pai dos pobres*’” (PAN, 01/11/2004, p. 7); “- Queira ou não os almofadinhas de plantão, a população de Juiz de Fora vai escolher um *prefeito do povo* – disparou” (PAN, 30/10/2004, p. 4).

Contudo, um outro lado de Bejani (desta vez prejudicial à sua imagem) também está presente na cobertura dos jornais. Termos e expressões que dão sinais de que ele poderia ser um político desonesto e corrupto são usados como “enriquecimento ilícito”, “crime eleitoral”, “inquéritos”, “pendências na justiça”, “enganar”, “armação”, “mentira”, “demagogo populista”, “sujeira”, “vergonha”, “desonestidade”, “corrupção”, “discriminação racial”, “nazista”, “milagreiros”, “diabo”.

É o que vemos nos trechos: “denúncias de *enriquecimento ilícito* na propaganda do PSDB” (TM, 21/10/2004, p. 8); “*Inquéritos* contra Bejani e Paulo Rogério são abertos por suspeita de *crime eleitoral*” (TM, 22/10/2004, p. 4); “- O Bejani está adotando uma estratégia *nazista*, de repetir a *mentira* um milhão de vezes para torná-la verdade - disparou Custódio” (PAN, 24/10/2004, p. 3); “A política da cidade nunca mais será a mesma se a *sujeira*, a *vergonha*, a *desonestidade* prevalecer nesta eleição” (TM, 25/10/2004, p. 5); “Natanael, Cidinha Louzada e Leopoldo Tristão foram tratados de forma *discriminatória* por Bejani. Natanael, além de pertencer ao Bloco Progressista, também sofreu na pele as agruras da *discriminação racial*” (PAN, 27/10/2004, p. 3); “Tarcísio não poupou críticas ao prefeito eleito, comparando sua eleição com a vitória do ‘*diabo*’. (...) Ele avaliou cada uma das medidas já anunciadas por Bejani, considerando-as medidas ‘*milagreiras*’” (PAN, 04/11/2004, p. 3).

O recurso da **coesão** frasal expressa que Bejani está mais maduro e preparado, como nas construções semânticas já citadas: “Durante a campanha, *manteve a mesma postura de tranquilidade* e, enquanto assegurava que continuaria a propor soluções para a cidade, *sem agredir o adversário*” (PAN, 01/11/2004, p. 3), vemos nas expressões destacadas que o discurso passa uma imagem de um político tranquilo e que não apresentou indícios de agressividade durante a campanha, mesmo sabendo que, em alguns momentos da disputa, o próprio Bejani admitiu que foi provocador, agressivo como no fragmento: “entre um palanque e outro, disse que ontem estava ‘*menos light*’ que o de costume” (TM, 27/10/2004, p. 4).

A coesão também ajuda a relacionar Bejani ao povo mais carente, ele seria ainda o candidato com mais identificação popular, diferente do seu oponente. No trecho: “o petebista *representa o projeto ‘popular’* para a PJF, *ao contrário de Custódio, ‘o candidato da elite’*” (TM, 26/10/2004, p. 6), percebe-se que o uso da expressão “representa o projeto popular” o coloca como defensor dos interesses do povo, seguido da oposição “ao contrário de” mostra que ele está do lado dos mais carentes e o seu adversário, ao lado dos ricos, da elite.

Contudo, há igualmente algumas vozes que o apresentam como um político desonesto

e corrupto. Vejamos a construção: “*não usou meias palavras* contra Bejani e o grupo que o apóia. ‘Na última campanha, havia o *lado bom* e o *lado ruim*; este candidato *virou lado bom da noite para o dia?*’ (...) *Usou a prefeitura para enriquecer*” (TM, 23/10/2004, p. 5), a expressão “*não usou meias palavras*” quer dizer que o adversário apresentou um discurso contundente contra Bejani, o chamando claramente de “*lado ruim da política*” e, de forma subentendida, de ladrão, quando fala em usar “*a prefeitura para enriquecer*”.

A formatação do trecho a seguir sugere, implicitamente, uma forma de enfraquecer o apoio obtido por Bejani:

Chico lembrou que “Natanael, Cidinha Louzada e Leopoldo Tristão foram tratados de forma discriminatória por Bejani”. Natanael, além de pertencer ao Bloco Progressista, também sofreu na pele as agruras da discriminação racial. O presidente do PT espera que a situação não vá se repetir, na eventual vitória do petebista. (...) Recém-chegado à candidatura de Alberto Bejani, o secretário nacional de Combate ao Racismo, Martvs das Chagas, não considera o momento apropriado para remexer nestas feridas (PAN, 27/10/2004, p. 3).

Ou seja, como o secretário nacional de Combate ao Racismo pode apoiar um candidato que apresenta suspeitas de discriminação racial? A opção por resgatar essa informação da administração anterior de Bejani dá a impressão de que o discurso pretende diminuir a importância do apoio de Martvs à candidatura do PTB, ao mesmo tempo em que constrói uma imagem de discriminação em Bejani.

O *Jornal Panorama* apresenta ainda uma matéria em que se noticia um documento que revela o apoio da classe artística da cidade ao candidato do PSDB: “Além disso, destacam que ‘não podemos esquecer que o outro candidato (*deputado estadual Alberto Bejani, do PTB*), quando prefeito, fechou o Cinema Paraíso, foi responsável pelo desmonte do acervo Silva Mello e pôs fim ao carnaval de Juiz de Fora” (PAN, 28/10/2004, p. 3). O nome de Bejani é vinculado a atos negativos para a cultura da cidade.

Esses dois exemplos trabalham com o resgate do primeiro governo de Alberto Bejani, entre 1989 e 1992 – uma evidência das **intertextualidades** que podemos notar em diversos momentos da campanha. Numa eleição marcada pela participação de grandes nomes da política nacional, vemos que os dois jornais usam muito o recurso da memória discursiva na construção da imagem do candidato Alberto Bejani (como já vimos, nesta eleição, filiado ao PTB – Partido Trabalhista Brasileiro). O seu partido fazia parte da base de sustentação do Governo Lula, logo o político teve o apoio, em 2º turno, do Partido dos Trabalhadores.

Os diários destacam essa ligação entre Bejani e Governo Lula, em fragmentos como:

“Segundo a assessoria do candidato, as apresentações da cantora (Wanessa Camargo) e de Leonardo, no dia 26, são ‘um presente do PT para Bejani’. (...) Custeado pela executiva nacional do PT” (TM, 22/10/2004, CAPA); “Presidente do PCdoB mineiro apóia Bejani (...) Ressaltando que Bejani é filiado a um partido que faz parte da base do Governo Lula” (PAN, 23/10/2004, p. 5); “Bejani virou o candidato do presidente Lula” (PAN, 31/10/2004, p. 4); “Segundo ele (Genoíno, na época, presidente nacional do PT), o candidato é o ‘melhor para Lula, para os petistas e para o povo de Juiz de Fora’” (TM, 22/10/2004, p. 3).

Ao ser apoiado pelo PT, Bejani teria as mesmas qualidades que o Governo Lula, ao contrário do seu adversário, Custódio Mattos, do PSDB, que seria uma continuidade local da administração Fernando Henrique Cardoso, como vemos nos trechos: Martvs das Chagas, “também deixou claro que ‘o PT é constituído de maiorias e a maioria está com Bejani, o melhor aliado para o presidente Lula corrigir os oito anos de mazelas do Governo Fernando Henrique’” (PAN, 26/10/2004, p. 3) e “Martvs disparou: - Falam muito que o Bejani é isto ou aquilo, fez isto ou aquilo. E o que foi FHC (Fernando Henrique Cardoso) nos oito anos de presidente?” (PAN, 26/10/2004, p. 3).

Na cobertura da *Tribuna de Minas*, vemos na coluna Painel, sobre política, uma nota que associa o candidato a grandes nomes do cenário nacional: o texto fala de uma “possível caravana de apoio a Bejani com José Genoíno, ministro Ciro Gomes, vice-presidente da República, José Alencar” (TM, 26/10/2004, p. 2).

Já o *Jornal Panorama*, na coluna política “O domingo de Wilson Cid”, o compara ao ex-prefeito de Juiz de Fora, Olavo Costa, o primeiro a possuir traços populares no Executivo local.

Quando vieram os resultados do primeiro turno ficou confirmado que o deputado Alberto Bejani tem votos enrustidos, aqueles que não aparecem claramente nas pesquisas, mas existem. Veteranos políticos lembram que Olavo Costa, duas vezes prefeito e deputado federal, também gozava dessa camuflagem. Seus eleitores não gostavam de se expor (PAN, 24/10/2004, p. 11).

Se, na primeira eleição, em 1988, Bejani foi comparado a Ayrton Senna, em 2004, seu estilo foi relacionado a outro nome do esporte nacional: o jogador de futebol, campeão do mundo em 1994, Romário: “Da mesma forma que o jogador Romário faz quando marca seus gols, traz o dedo sobre a boca, como se estivesse mandando todos ficarem calados, enquanto deixa entrever um sorriso matreiro” (PAN, 01/11/2004, p. 3).

Muitos dos interdiscursos, contudo, também remetem o candidato a situações que podem prejudicar a construção da sua imagem como um bom político ou como sendo o representante do Governo Lula no pleito. Como exemplo, matérias que enfocam os simpatizantes do seu adversário:

Ele (o embaixador do Brasil na Itália, à época, Itamar Franco) revelou estar seguro de que a intervenção da alta cúpula petista na cidade não partiu do presidente e nem do ministro-chefe da Casa Civil, José Dirceu. Além da certeza de que o apoio do PT nacional se restringe apenas ao dirigente José Genoíno, o embaixador recebeu como afago um convite para almoçar com Lula e Dirceu, hoje, no Alvorada (TM, 28/10/2004, p. 5).

Ou em declarações de Itamar: “O ministro da Casa Civil garantiu que ele e Lula não participaram da campanha de Bejani” (TM, 30/10/2004, p. 4); “Ele reforçou que viu com tristeza a participação do petista na campanha de Bejani” (PAN, 28/10/2004, p. 3). A divisão do Partido dos Trabalhadores no apoio a Bejani também foi destaque na edição de 28 de outubro:

Os petistas que assinam a nota enfatizam que “não votamos e nem damos nenhum apoio à candidatura de Custódio Mattos (PSDB) e repudiamos veementemente qualquer tentativa de apresentar (Alberto) Bejani como uma alternativa que esteja de acordo com os interesses dos trabalhadores e do Governo Lula”. (...) O documento ressalta que “é fundamental que não nos deixemos enganar por essa tentativa de federalização que o candidato do PTB, Alberto Bejani, vem tentando criar”. (...) “Bejani surgiu para a política no mesmo ano e partido de Collor e juntos se posicionaram contra o presidente Lula. (...) É um candidato que passou por seis partidos. São muitas contradições”, enfatiza (PAN, 28/10/2004, p. 5).

Na edição do dia seguinte, a imagem do candidato voltou a aparecer vinculada ao partido do Presidente da República: “Durante a entrevista José Dirceu defendeu, ao lado de Itamar, a participação de Genoíno na campanha de Bejani. Segundo Dirceu, é normal que Genoíno, como presidente do PT, faça campanha para os candidatos apoiados pelo partido” (PAN, 29/10/2004, p. 4).

No texto “o tucano ainda elogiou o Ministério Público, órgão que denunciou Collor de Mello, Sérgio Naya e Bejani” (TM, 26/10/2004, p. 5), o candidato do PTB é comparado a dois políticos que são sinônimos de corrupção no país: Collor e Naya. A primeira administração de Bejani também foi recordada, como neste tópico da coluna política assinada pelo jornalista Michael Guedes, intitulada “Memória”:



Os tucanos acreditam que boa parte das intenções de voto apontadas para Alberto Bejani acontece pelo desconhecimento da população mais jovem sobre o político do PTB. Quando Bejani assumia a Prefeitura, em 1989, um juizforano que hoje tem 30 anos era um adolescente de 15. Os eleitores da faixa entre 16 e 24 anos - onde o ex-prefeito abocanha mais da metade dos votos - tinham de 1 a 9 anos. Ou seja, os coordenadores do PSDB vão fazer de tudo para trazer para o debate eleitoral os fatos ocorridos durante a administração de Bejani (PAN, 21/10/2004, p. 4).

Este trecho carrega, também, traços de silenciamento. Ao dizer que os adversários “vão fazer de tudo” para levantar os fatos do primeiro governo bejanista, ele deixa implícito que a administração não foi boa para a cidade – mas não se explicitam os elementos que comprovariam esta posição, silenciando sobre evidências que a ela dariam sustentação.

Na cobertura das eleições de 2004, a presença de **silêncios constitutivos** acaba por reforçar as características já citadas junto à imagem do candidato do PTB – como exemplo, o uso de “amadurecido”, “equilibrado”, como se a escolha por esse tipo de adjetivo o colocasse como um candidato mudado em relação aquele Bejani das outras disputas e, por isso, mais preparado para assumir a Prefeitura. Silencia-se sobre a possibilidade de que o mesmo possa ter ocorrido com seu adversário – Custódio, apesar de também ter acumulado novas experiências parlamentares e administrativas, é apresentado como o Custódio de sempre.

A identificação do petebista com a população mais carente também está presente nos discursos dos jornais, em 2004. A opção por escolhas como “prefeito do povo”, “proximidade com o povo”, mesmo que na opção por reproduzir um discurso direto do candidato, reafirma o seu elo com os mais carentes: “Bejani não voltou ao tema, detendo-se na *sua proximidade com o povo* e criticando os ‘almofadinhas de plantão’” (TM, 30/10/2004, p. 4) ou “- Queira ou não os almofadinhas de plantão, a população de Juiz de Fora vai escolher *um prefeito do povo* – disparou” (PAN, 30/10/2004, p. 4).

Em trechos como: “Bejani renasce como novo ‘pai dos pobres’” (PAN, 01/11/2004, p. 7), vemos que a escolha por termos como “pai dos pobres” o coloca como o defensor dos interesses das classes mais baixas da população. Apesar de suas propostas englobarem todas as classes sociais da cidade. Mais uma vez, ele é alçado como o único representante do “povo”. Silencia-se sobre outras possibilidades de enquadramento do candidato.

Como notamos nos **silêncios fundadores** que ajudam a construir o sentido de que Bejani é o único candidato que irá atender às demandas da população mais carente da cidade, que é o mais preparado entre os dois na disputa. Verifica-se a presença de algum contraditório a esta imagem de honesto, como já vimos, com as escolhas semânticas que dão o sentido de

corrupto, desonesto. Mas verificam-se silenciamentos relativos às posições antagônicas à tese sobre seu suposto amadurecimento e quase nenhuma vez se questiona o fato de ele ser o “representante do povo”.

Nos **silêncios locais**, novamente, não temos matérias com questionamento sobre essa identificação de Bejani com a população mais carente. Não se contesta o uso que ele fez da imagem de defensor do povo. As declarações que ajudam a construir esse arquétipo de “pai dos pobres” e “equilibrado” têm certa preferência nas matérias. Os elos de sua imagem com a corrupção são notados, em sua maioria, na cobertura da candidatura do seu adversário, Custódio Mattos (PSDB).

Tabela 3

**Elementos discursivos que remetem às características de equilibrado, maduro, preparado, popular, vítima, honesto; em oposição a estas qualidades, indicações da imagem de corrupto, demagogo e desonesto vinculadas ao político Carlos Alberto Bejani nos noticiários do *Jornal Panorama* e da *Tribuna de Minas*, em 2004.**

	<b>JORNAL PANORAMA</b>	<b>TRIBUNA DE MINAS</b>
	<b>Equilibrado, maduro, preparado, popular, vítima, honesto. E corrupto, demagogo e desonesto.</b>	<b>Equilibrado, maduro, preparado, popular, vítima, honesto. E corrupto, demagogo e desonesto.</b>
<b>Escolhas semânticas majoritárias</b>	<p>“contra o atraso”, “pessoas não podem continuar morrendo”, “otimismo”, “tratou os servidores como amigos, da minha família, não como empregados”, “jamais perseguiu alguém”, “viável”, “confiável”, “sinceridade”, “governo comprometido com a luta dos trabalhadores”, “menos favorecidos”, “o PT é constituído de maiorias e a maioria está com Bejani”, “amadurecido”, “Ele disse que não poderia assinar, porque dessa forma estaria comprando votos”, “Bejani se sentiu perseguido”, “prefeito do povo”, “estadista”, “de paz e equilíbrio”, “o candidato do presidente Lula”, “nos braços do povo”, “autoconfiança”, “Romário”, “tranquilidade”, “propor soluções para a cidade”, “sem agredir o adversário”, “pronto”, “experiência”, “mudou”, “amadureceu”, “novo Bejani”, “equilíbrio”, “honestidade”, “o prefeito de todos”, “inclusão social”, “candidato em prol do povo”, “vitória do povo”, “trajetória humilde”, “mais necessitados”, “renasce”, “novo pai dos pobres”, “respaldo popular”, “defensor e pai dos pobres”, “doando”, “denunciando o sofrimento dos humilhados e ofendidos”,</p>	<p>“frieza”, “sentimento verdadeiro”, “não criará rugas”, “pessoa equilibrada”, “vítima de ofensas”, “vítima de uma agressão”, “base de sustentação do Governo Lula”, “o que há de melhor em princípios democráticos”, “ele representa a massa popular”, “amigo dos trabalhadores”, “jamais vou perseguir algum servidor”, “ninguém melhor que Bejani”, “amadurecimento”, “povo que está sempre junto com ele”, “apoio a Bejani”, “popular”, “com a padroeira”, “agradeceu à santa”, “visita a Aparecida (SP)”, “bem-intencionados”, “pessoas de bem”, “irônico”, “proximidade com o povo”, “eleitorado fiel”, “massacre à pessoa do Bejani”, “confiança”, “família”, “alegria”, “volta”, “poder”, “cidade que lhe confiou”, “eu quero é paz”, “Meu coração não carrega mágoa”, “equilíbrio”, “vitória do povo”, “Santa Luzia ama o Bejani”, “O Bejani é do povo”, “cabeça erguida”, “preparado”, “populista”, “paz e amor”, “transformação”, “maduro”, “mudado”.</p>

	<p>“defensor das camadas mais pobres da população”, “popularidade”, “olhar sempre para os mais carentes”, “transparência”, “cordial”, “equilibrado”, “mérito”.</p> <p>“atraso”, “ofensas”, “boatos”, “falsas denúncias”, “armação”, “nazista”, “mentira”, “divergências”, “discriminatória”, “discriminação racial”, “pendências na justiça”, “enganar”, “contradições”, “multado”, “sinais exteriores de riqueza”, “final melancólico do governo”, “diabo”, “medidas milagreiras”.</p>	<p>“boatos”, “baixo nível da campanha”, “denúncias de enriquecimento ilícito”, “suspeita de crime eleitoral”, “inquéritos”, “multados”, “clientelismo”, “barganha de cargos”, “demagogo populista”, “pior inimigo”, “leviandade”, “enganar”, “usou a prefeitura para enriquecer”, “sujeira”, “vergonha”, “desonestidade”, “vingança contra a cidade”, “pior candidato”, “irritado”, “corrupção”, “controverso”, “milagreiros”, “diabo”.</p>
<b>Coerências</b>	<p>Deixa a impressão de que Bejani é um candidato mais preparado, maduro e experiente do que nas eleições anteriores. Ele continua identificado com as classes mais baixas da população, mas agora age de forma mais equilibrada. Expressa sentidos de equilíbrio, sensatez. Em contrapartida, há sinais de que ele poderia ser um político desonesto e corrupto.</p>	<p>Deixa a impressão de que Bejani é um candidato mais preparado, maduro e experiente do que nas eleições anteriores. Ele continua identificado com as classes mais baixas da população, mas agora age de forma mais equilibrada. Expressa sentidos de equilíbrio, sensatez. Em contrapartida, há sinais de que ele poderia ser um político desonesto e corrupto.</p>
<b>Coesões</b>	<p>Expressa que um Bejani mais maduro e preparado ainda é o candidato com mais identificação com o povo. Cria o sentido de que ele é um candidato experiente e equilibrado, alheio a provocações. Percebem-se alguns sinais de suspeitas de corrupção em sua carreira política, desonestidade e discriminação.</p>	<p>Suscita o sentido de que Bejani é um candidato amadurecido, preparado para a Prefeitura e que continua ajudando os pobres. Evoca a ideia de que ele é experiente, corajoso e defensor dos pobres. Contudo, há algumas vezes que o apresentam como um político desonesto e corrupto.</p>

<b>Interdiscursos</b>	Expressões e situações remetem a atos de campanha, propaganda eleitoral e histórico de candidatos. Nacionalização da cobertura com a presença de analogias entre Presidentes e candidatos, referências a ex-prefeitos, e personalidades esportivas.	Expressões e situações remetem a atos de campanha, propaganda eleitoral e histórico de candidatos. Nacionalização da cobertura com a presença de analogias entre Presidentes e candidatos.
<b>Silêncios Constitutivos</b>	<p>“Os tucanos acreditam que boa parte das intenções de voto apontadas para Alberto Bejani acontecem pelo desconhecimento da população mais jovem sobre o político do PTB. (...) Ou seja, os coordenadores do PSDB vão fazer de tudo para trazer para o debate eleitoral os fatos ocorridos durante a administração de Bejani”,</p> <p>“- Queira ou não os almofadinhas de plantão, a população de Juiz de Fora vai escolher um prefeito do povo – disparou”, “Bejani renasce como novo ‘pai dos pobres’”.</p> <p>Silencia-se sobre outras possibilidades de enquadramento do candidato.</p>	<p>“Bejani não voltou ao tema, detendo-se na sua proximidade com o povo e criticando os ‘almofadinhas de plantão’”</p> <p>Silencia-se sobre outras possibilidades de enquadramento do candidato.</p>
<b>Silêncios fundadores</b>	Ajuda a construir o sentido de que Bejani é um candidato maduro, experiente que irá atender às demandas da população mais carente da cidade. Há algum contraditório à uma imagem de honesto, mas pouco se apresentam objeções à tese relativa a seu suposto amadurecimento - e há quase total silenciamento a discordâncias quanto a ele ser o “representante do povo”.	Ajuda a construir o sentido de que Bejani é um candidato maduro, experiente que irá atender às demandas da população mais carente da cidade. Há algum contraditório à uma imagem de honesto, mas pouco se apresentam objeções à tese relativa a seu suposto amadurecimento - e há quase total silenciamento a discordâncias quanto a ele ser o “representante do povo”.
<b>Silêncios locais</b>	Não há questionamento sobre a identificação de Bejani com a população mais carente. Não se contesta o uso que ele fez da imagem de defensor do povo. As declarações que ajudam a construir esse arquétipo de “pai dos pobres” e “equilibrado” têm certa preferência nas matérias. Os elos de sua imagem com a corrupção são notados, em sua maioria, na cobertura da candidatura do seu adversário.	Não há questionamento sobre a identificação de Bejani com a população mais carente. Não se contesta o uso que ele fez da imagem de defensor do povo. As declarações que ajudam a construir esse arquétipo de “pai dos pobres” e “equilibrado” têm certa preferência nas matérias. Os elos de sua imagem com a corrupção são notados, em sua maioria, na cobertura da candidatura do seu adversário.

#### 4.4 PASÁRGADA 2008: A QUEDA OU A REAFIRMAÇÃO DA IDENTIFICAÇÃO?

Na cobertura do período posterior às duas prisões de Alberto Bejani (PTB) pela Polícia Federal, o que coincidiu com a sua renúncia ao cargo de prefeito de Juiz de Fora, em 2008, os dois principais jornais impressos diários da cidade, *JF Hoje* (JF) e *Tribuna de Minas* (TM), utilizam discursos distintos na construção da imagem do político no início da cobertura, mas, ao fim, já assumem posições semelhantes na identificação de Bejani.

Isso é evidenciado pelas **escolhas semânticas** usadas pelos jornais. Na *Tribuna de Minas*, os motivos que levaram à prisão do prefeito, por vezes, são tratados no campo das hipóteses, o que dá a possibilidade de caracterizarmos o político como inocente, vítima de uma armadilha. É o que vemos nos trechos: “Segundo o advogado, ‘o prefeito não sabia que esta era uma arma de uso restrito, porque ele a ganhou de presente e nunca a utilizou’” (TM, 10/04/2008, p. 3); “O presidente da Câmara, Vicentão (PTB), ‘destacou que nenhuma audiência de urgência vai acontecer enquanto o Legislativo não tiver documentos que provem o envolvimento de Bejani nos crimes investigados pela PF na Operação Pasárgada’” (TM, 10/04/2008, p. 4).

A mesma estrutura não condenatória aparece em: “Porém, o presidente do PTB - partido do prefeito -, Rogério Ghedin, denunciou que Bejani está sendo ‘vítima do lobista’. ‘Ele não sabe o que está acontecendo’” (TM, 10/04/2008, p. 4); “Ele preferiu não fazer avaliações a respeito do caso, mas disse que Bejani é inocente até que se prove o contrário” (TM, 12/04/2008, p. 3); Líder do Governo, Rose França (PSC): “Não podemos nos aproveitar da desgraça alheia para instaurar uma investigação sem subsídios” (TM, 10/04/2008, p. 4); “Grupos importantes que estavam ao seu lado, sob o argumento de que ele estava sendo perseguido politicamente” (TM, 14/06/2008, p. 4). Essa construção de injustiçado e vítima corrobora uma caracterização que reforça o elo do político com as camadas mais carentes da população - construído nas coberturas de eleições anteriores e mantido mesmo na cobertura da crise-, injustiçadas como ele.

O discurso adotado pelo *JF Hoje*, porém, é mais contundente. Não se tem a possibilidade de uma voz diferente daquela que coloca o Chefe do Executivo como um político corrupto, um criminoso. Como nesse fragmento do editorial publicado na capa, no dia seguinte a sua primeira prisão:

Permitiram, com seu silêncio, que Alberto Bejani instalasse aqui uma cleptocracia, na qual a vasta corrupção beneficia a muitos, mas principalmente a ele próprio. Ontem, numa operação da Polícia Federal, Bejani foi finalmente cercado e preso. Espero que tenha começado a pagar seus muitos pecados. (...) Por fim, onde está aquele pedaço vagabundo da elite de Juiz de Fora, useiro em tirar proveito das safadezas do prefeito? (JF, 10/04/2008, CAPA).

Ou em momentos como: “Bejani veste uniforme de presidiário - Bejani está preso em uma penitenciária de segurança máxima e, como os detentos comuns, usa uniforme vermelho” (JF, 11/04/2008, CAPA); “Todos são tratados como presos comuns, sem direito a regalias. Eles não tiveram os cabelos cortados, de acordo com o procedimento padrão, porque são presos da PF, que não adota esta prática” (JF, 11/04/2008, P. 3); “Está sendo acusado também de combinar depoimento com suspeitos detidos na Operação Pasárgada” (JF, 14/04/2008, CAPA);

Que cidade é esta, meu Deus? - Vejam se seria possível imaginar tamanha infâmia. Um homem tira o macacão de presidiário, veste paletó e gravata e volta à cidade para reassumir a prefeitura, depois de permanecer cinco dias preso. (...) Coisa tão escabrosa, que só vendo para acreditar. Se ele voltar agora ou em qualquer outro dia, será uma cusparada na cara da cidade, já tão ofendida e humilhada nesse episódio policial. (...) Ele é alvo de um rito de investigações sobre o farto prontuário de corrupção que construiu nos últimos anos, onde o alegado desvio de dinheiro do Fundo de Participação dos Municípios é um pecadinho diante dos crimes que pratica, não é de hoje (JF, 13/04/2008, p. 2).

Ou nos termos e expressões usadas no editorial do dia 14 de abril: “Esse prefeito fez de Juiz de Fora referência de sede de quadrilha”; “Quando se trata de um prefeito irresponsável e corrupto, por isso mesmo confinado em cela de penitenciária”; “Não resta ao senhor Bejani condição mínima para cumprir o resto de seu mandato, até porque lhe falta o principal, que é o respeito público”; “Generoso com seu próprio bolso”; “Banimento do prefeito definitivamente inviável” (JF, 14/04/2008, p. 2).

Contudo, nota-se, também, a construção de textos que ressaltam a possibilidade de manutenção do apoio popular, como em: “Na saída, o prefeito aparentava estar muito abatido. Além da imprensa, *uma multidão esperava por ele do lado de fora*” (JF, 10/04/2008, p. 3). Em alguns momentos, ainda se evidenciam traços desse elo entre Bejani e o povo: “Quem foi responsável pela eleição de Bejani? – Bem, em primeiro lugar, a maioria da população” (JF, 13/04/2008, p. 3).

A dimensão da surpresa, ou seja, de que não se esperava que o político fosse preso, também aparece na voz de personagens importantes da política nacional: “No seu primeiro comentário sobre a Operação Pasárgada, o governador Aécio Neves admitiu que se surpreendeu com alguns nomes envolvidos” (TM, 11/04/2008, p. 2); “A cidade amanheceu ainda surpresa com a repercussão da prisão de Alberto Bejani” (JF, 11/04/2008, p. 3).

Na *Tribuna de Minas*, inclusive, vemos poucas expressões que dão o sentido de criminoso e corrupto após a primeira prisão, como em: “Adolescentes discutem corrupção de prefeitos - Nas discussões sobre corrupção, a detenção de Alberto Bejani não foi esquecida. Alguns alunos lembraram o fato em fotografia que sugere a visão do interior de uma cadeia, acompanhada da frase: ‘Prefeito Bejani vendo o sol nascer quadrado’” (TM, 11/04/2008, p. 4).

Já após a segunda prisão, a *Tribuna* usa um discurso mais crítico na construção da imagem de um político desonesto, como no editorial “Pela ficha limpa”, no dia posterior à ação “De volta para Pasárgada”: “O prefeito Alberto Bejani, que voltou ontem para a prisão, saiu de sua primeira gestão com uma série de ações e indícios pesando contra si, mas nem por isso teve qualquer obstáculo para um segundo mandato vitorioso e outras tentativas frustradas, como em 1996 e 2000. Recebeu o aval da lei e foi à busca do voto” (TM, 13/06/2008, p. 2); Ou em momentos da cobertura como: “Bejani é preso e flagrado recebendo propina - A Polícia Federal voltou a prender, na manhã de ontem, o prefeito Alberto Bejani (PTB) por obstrução das investigações da Operação Pasárgada. Ele é acusado de forjar documentos para comprovar a origem do dinheiro encontrado em sua residência” (TM, 13/06/2008, p. 2); “O flagrante do crime” (TM, 13/06/2008, p. 3).

Apesar de expressões condicionantes ainda aparecerem na *Tribuna*, as evidências são apontadas: “Embora a prisão de Bejani seja preventiva, a informação da Polícia Federal é de que, pela gravidade das denúncias, dificilmente ele será liberado antes da conclusão do inquérito” (TM, 13/06/2008, p. 3); “Apontado pelo prefeito Alberto Bejani (PTB) como principal álibi para explicar a procedência de R\$ 1.120.290 encontrado em sua residência, o advogado Marcelo Abdalla, de fato, acabou ajudando a elucidar a real origem do dinheiro, mas numa versão bem diferente da combinada (...) Ele revelou que, na verdade, o dinheiro seria proveniente de propinas pagas ao prefeito por empresas de ônibus de Juiz de Fora” (TM, 13/06/2008, p. 3).

Quanto mais as informações vinham à tona, mais o jornal desqualificava o ceticismo inicial quanto à comprovação das denúncias: “Um esquema milionário de propinas pagas ao



prefeito Alberto Bejani (PTB) foi divulgado ontem à CPI, poucas horas depois da prisão do chefe do Executivo. (...) Os parlamentares revelaram também um suposto plano para matar o empresário Omar Peres durante uma viagem ao Rio de Janeiro” (TM, 13/06/2008, p. 5); “As fitas mostradas na TV foram uma ducha de água fria no discurso de que o chefe do Executivo estava sendo vítima de uma armação” (TM, 14/06/2008, p. 2); “Diferente da primeira vez em que foi preso, em abril, o prefeito foi obrigado a usar uniforme de presidiário desde quando foi encaminhado para cela. O tratamento recebido também modificou. Nenhum aliado veio para Belo Horizonte para acompanhar as tentativas de libertá-lo” (TM, 14/06/2008, p. 3);

No início da noite, reportagem da revista “Época” divulgou dois vídeos onde o prefeito e Bolão aparecem negociando pagamento e recebimento de propina referente ao aumento da passagens de ônibus em Juiz de Fora. Parte das imagens, datadas de dezembro de 2005, mostra Bejani recebendo maços de dinheiro em troca do compromisso de aumentar a tarifa de ônibus. O reajuste negociado, que acabou sendo praticado, elevava a passagem de R\$ 1,30 para R\$ 1,55. “Eu vou dar a tarifa, eu vou dar”, garante o prefeito, que exige que todo o lucro referente ao primeiro mês do novo reajuste fosse integralmente repassado para ele. “Não, a primeira tarifa não. O primeiro aumento é meu”. Para tentar demovê-lo, Bolão alega que a empresa Santa Luzia não teria condições de cumprir o acordo. “A Santa Luzia está pronta para quebrar”. Bejani rebate: “Vende, pô!”. No segundo vídeo, o prefeito menciona uma suposta reunião com o ex-ministro da Casa Civil José Dirceu para tratar da liberação de R\$ 70 milhões para o projeto de revitalização do Rio Paraibuna. Pelos cálculos de Bejani, a comissão seria gorda. “Sabe quanto isso dá de comissão? R\$ 7 milhões”. Segundo a revista “Época”, o contrato entre PJJ, Caixa Econômica Federal e o Ministério das Cidades foi assinado 50 dias depois após o suposto encontro (TM, 13/06/2008, p. 3).

Após a segunda prisão, o *JF Hoje* mantém a postura crítica. A imagem de Bejani como corrupto e criminoso é reforçada. Como na coluna de política do jornalista Wilson Cid, do dia 13 de junho: “O mais importante da operação de ontem é que a polícia começa a deitar as mãos na quadrilha de bejani. Ele é o chefe da gangue, mas não é o único. (...) Se restasse a alberto bejani um mínimo de rubor e respeitasse o constrangimento das pessoas que o cercam, renunciaria. Atitude honrosa, que, já disse, não tomará, até porque os assessores que poderiam recomendar a renúncia são exatamente os parceiros na malandragem. Não se sentem à vontade para sugerir um ato de dignidade” (JF, 13/06/2008, p. 2).

Outros exemplos: “R\$ 1,5 milhão por mês em propina - Segundo CPI, empresas contratadas irregularmente pela PJJ pagavam ‘salário’ a Bejani. (...) Das empresas de transporte urbano (Astransp), a propina paga a Bejani chegava a R\$ 2,4 milhões por ano. Figueirôa explicou que o real valor da passagem seria R\$ 1,63, mas foi colocado em R\$ 1,75, para que Bejani recebesse R\$ 200 mil para cada R\$ 0,01 a mais pago pelos passageiros” (JF,

13/06/2008, p. 5); “Sabem por que alberto bejani chegou a esse ponto, desafiando a lei, achincalhando o cargo e fazendo de boba uma população inteira? Foi porque a Justiça mineira colocou a impunidade a seu serviço. Roube à vontade, que nada vai acontecer, recado acolhido com prazer por quem já não tinha princípios. Há dez anos, o vereador Leopoldo Tristão desmascarou esse bejani, quando estava no seu primeiro mandato. Corrupção deslavada. Tudo claro, tudo comprovado, tudo documentado” (JF, 16/06/2008, p. 2); “O inquérito da CPI mostra como a Prefeitura foi usada como um ‘escritório de negociatas para tenebrosas transações’” (JF, 17/06/2008, p. 8); Na matéria intitulada “Vídeos incriminam Bejani”:

Dois vídeos em que o prefeito Bejani aparece negociando propina com Francisco Carapinha, o Bolão, foram provas que a Polícia Federal (PF) utilizou para justificar a prisão do chefe do Executivo de Juiz de Fora ontem. Os DVDs foram encontrados na Prefeitura. Nas filmagens, que foram divulgadas ontem pelo site da revista “Época”, Bejani reclama da quantia que iria receber caso decretasse o aumento da passagem. Em outro, de maio de 2006, aparece contando sacos de dinheiros que teria recebido durante as negociações com os empresários de ônibus. No dia 21 de dezembro de 2005, Bejani e Bolão se encontraram no escritório da concessionária de carros Solução Car, da família Carapinha, para negociar a propina referente ao aumento de ônibus. Carapinha diz que os dois vão receber R\$ 150 mil todo mês, sendo que R\$ 120 ficariam para o prefeito e R\$ 30 mil o sócio da Auto Viação Norte. A primeira parcela seria paga no dia 10 de janeiro de 2006. No entanto, Bejani não concorda e pede para que o valor seja aumentado. Carapinha insiste.

— Mas os 150 (mil reais) vão ficar para nós! Cento e vinte para você e 30 para mim. Todo dia 10. Dia 10 de janeiro já entra um. Já foi combinado assim.

Bejani retruca e diz que quer todo o valor referente ao reajuste do primeiro mês.

— Não, a primeira tarifa, não. O primeiro aumento é meu!

Em maio de 2006, Bejani aparece em outro vídeo recebendo as propinas. O dinheiro estava em sacos plásticos. O prefeito pega um deles e confere o número de maços de notas. Enquanto reúne o dinheiro, comenta com Bolão que tinha que ir embora logo, porque às 15h tinha uma reunião com o ex-ministro José Dirceu, que já havia sido cassado, para liberar R\$ 70 milhões para Juiz de Fora.

— Setenta milhões! “Cê” sabe quanto dá isso? Sete milhões de comissão — empolga-se Bejani, referindo-se ao valor que iria diretamente para ele (JF, 13/06/2008, p. 7).

Até mesmo a imagem de um “homem de família” é arranhada com o enquadramento: “Bejani suportaria a pressão por mais um dia, quando a primeira-dama e ex-secretária de Política Social, Vanessa Loçasso, resolveu abandonar o barco. Ela teria tomado a decisão após descobrir que o marido manteria relações extraconjugais. Alguns encontros amorosos do ex-prefeito, segundo amigos da família, teriam sido filmados, e as gravações enviadas a Vanessa” (TM, 17/06/2008, p. 3).

Outro sentimento revelado pelas escolhas semânticas é o da vergonha causada pelos atos do prefeito. Como nos exemplos: “A prisão do prefeito Alberto Bejani já produziu um tema para os palanques: o substantivo vergonha” (TM, 11/04/2008, p. 2);

Nas próximas horas a cidade se livra dele, por bem ou por mal. (...) Livra-se, penso que para sempre, porque as feridas e manchas que Bejani vai deixar são tão profundas, tão sensíveis, sua capacidade de ser desonesto é tão ilimitada, que só um eleitorado de menoridade mental teria coragem de lhe devolver a representação popular. (...) Mal praticado contra Juiz de Fora, condenando-a a um vexame nacional (JF, 15/06/2008, p. 3).

No dia posterior à renúncia, a *Tribuna de Minas* recorda a carreira de Bejani e faz escolhas semânticas que mantêm a imagem de defensor dos pobres e de político popular, mesmo após a renúncia do prefeito:

Populista, ele fez da profissão de radialista o trampolim para a política. Muito combativo, o então repórter do programa Comando 730 criticava desde as filas do antigo Inamps até o banditismo e vários homens públicos da cidade, passando a ser visto como defensor do povo. Bejani levou apenas cinco anos entre o posto de radialista na Nova Cidade, em 83, e a eleição para o Executivo, em 88, onde ficou de 89 a 92. (...) Suas principais promessas foram a instalação de quatro policlínicas e construção de um centro de saúde no Bairro Santa Cruz. Sua esposa na época, Márcia Bejani, assumiu aos 23 anos uma cadeira na Câmara. Na posse, segurando a imagem de Nossa Senhora da Rosa Mística, o prefeito disse que seu único compromisso seria “representar o povo mais simples e humilde” (TM, 17/06/2008, p. 3).

Também se realçam os traços de identificação com o povo em: “Como da primeira vez, assina a posse ao lado da imagem da Rosa Mística. (...) Volta anunciando o propósito de fazer um Governo de oito anos e de caminhar rumo ao Palácio da Liberdade, tendo Juiz de Fora por “espelho de Minas.” (TM, 17/06/2008, p. 5)

Encontramos na **coerência** dos textos o uso recorrente de palavras como “preso”, “crime”, “quadrilha”, “cassação”, “impeachment”, “renúncia”, “CPI”, “corrupção”, “enriquecimento”, “ilícito”, “traiu” que remetem à identificação do político com atos de corrupção, com crimes e o seu julgamento, além da atitude de renunciar ao cargo de prefeito.

Como vemos nos trechos: “O prefeito Alberto Bejani (PTB) foi *preso* ontem na Operação Pasárgada, que desmantelou o esquema de liberação irregular de verbas do Fundo de Participação dos Municípios (FPM)” (TM, 10/04/2008, CAPA); “Bejani *preso* e sem regalias” (JF, 11/04/2008, p. 3); “Bejani continua *preso* em Contagem” (JF, 14/04/2008, p. 6);

“Bejani volta para a prisão - O prefeito Alberto Bejani foi *preso*, na manhã de ontem, durante a operação De Volta para Pasárgada” (JF, 13/06/2008, p. 3); “Bejani é *preso*, e vídeos flagram negociação e recebimento de propina” (TM, 13/06/2008, CAPA); “Bejani faz parte de *quadrilha* que desviou mais de R\$ 200 milhões” (JF, 10/04/2008, CAPA); “Um homem que *traiu* a confiança de eleitores incautos” (JF, 13/04/2008, p. 2); “A *quadrilha* que tomou conta da prefeitura, liderada por Carlos Alberto Bejani” (JF, 13/06/2008, p. 2); “Enfim, à *quadrilha*” (JF, 13/06/2008, p. 2);

O mesmo campo semântico é acionado em: “CPI espera entregar o relatório final, com o pedido de *cassação* do mandato” (TM, 13/06/2008, p. 5); “As especulações indicam que Bejani deve, ainda neste fim de semana, ou segunda-feira, apresentar seu pedido de *renúncia*” (14/06/2008, p. 2); “Bejani já pensa em *renúncia*” (TM, 15/06/2008, p. 4); “O ex-prefeito Alberto Bejani (PTB) comunicou à Câmara, na manhã de ontem, sua *renúncia* ao mandato, tornando-se o primeiro político de Juiz de Fora a se afastar da função para fugir de um processo de *cassação*” (TM, 17/06/2008, p. 2); “O prefeito Carlos Alberto Bejani, *detido* na Penitenciária Nelson Hungria, em Contagem, desde quinta-feira, *renunciou* à Prefeitura de Juiz de Fora no domingo” (JF, 17/06/2008, p. 3); “- Ele *renunciou* porque sabia que ia ser *cassado* - afirmou” o vereador Vicentão (PTB) (JF, 17/06/2008, p. 8).

Mesmo numa cobertura em que a figura de Bejani está, constantemente, associada à corrupção, ainda é recorrente o uso de palavras como “bejanistas” (TM, 17/06/2008, p. 2 e 3) para adjetivar os eleitores que se identificam com o político.

O recurso da **coesão frasal** também é encontrado nesse processo de construção de uma imagem de criminoso e corrupto para Alberto Bejani (mesmo que, como ocorreu com discurso adotado pela *Tribuna de Minas*, num primeiro momento, termos e expressões deixassem tudo no campo das hipóteses): “*Não se sabe ainda o nível de envolvimento* do prefeito de Juiz de Fora no esquema, porque há várias frentes de investigação” (TM, 10/04/2008, p. 3); “*Cedo para CPI - A criação imediata* de uma CPI na Câmara Municipal para discutir o impeachment do prefeito Alberto Bejani *foi afastada*, pelo menos por enquanto, em razão dos próprios fatos” (TM, 10/04/2008, p. 2).

“Na saída da delegacia, dezenas de juizforanos se aglomeravam, e *alguns* se manifestaram a favor da ação” (TM, 10/04/2008, p. 3). É digno que nota que, nesta construção frasal, o uso de “alguns” deixa implícito que uma grande parcela dos populares que estavam lá não se manifestou a favor da ação da Polícia Federal, ou seja, tratava-se de grupos que apoiavam o prefeito.

Já na cobertura do *JF Hoje*, as construções confirmam o envolvimento do prefeito, sem vozes que questionem a sua inocência no caso: “*Enfim!* Bejani preso” (JF, 10/04/2008, CAPA). O uso de “enfim”, coloca o prefeito como um criminoso em que, depois de muito roubar, teria “enfim”, sido preso. Ou em: “*todos os prefeitos envolvidos na corrupção saíram da cadeia, menos Bejani. Porque o prefeito de Juiz de Fora é pior que os outros*” (JF, 14/04/2008, p. 2); Coloca o petebista como o mais criminoso entre todos os envolvidos.

Na *Tribuna*, em alguns momentos, os enquadramentos adotados diminuem a participação do prefeito de Juiz de Fora no esquema, o que o amplia o foco da cobertura para além de Bejani: “*Bejani foi preso na quarta, em Juiz de Fora, durante a Operação Pasárgada, que também deteve outros 15 prefeitos* (TM, 11/04/2008, CAPA). Ou usou construções que dão a impressão de tentativa de humanizar a rotina do político na prisão, o que ajudaria a reforçar a sua identificação com o povo:

Como os demais detentos da Nelson Hungria, Bejani acordou ontem por volta das 7h. Ele divide uma cela com outro envolvido na Operação Pasárgada. O uso do uniforme laranja foi dispensado nos primeiros cinco dias. Caso a prisão se estenda, todos deverão usá-lo. Na primeira refeição foi servido café com leite e pão com manteiga. O prefeito almoçou arroz, feijão, macarrão, picadinho de carne e salada de alface. No jantar, a carne foi trocada por um pedaço de frango. Mesmo sem licença para visitas, alguns parentes e amigos de Bejani foram a Belo Horizonte e estiveram ontem nas proximidades da penitenciária. Caso seja liberado na segunda-feira, quando vence o prazo estabelecido pelo mandado de prisão, o prefeito deve retornar imediatamente para Juiz de Fora (TM, 11/04/2008, p. 3).

O *JF Hoje*, por sua vez, adota um discurso de que, após a prisão, Bejani não poderia mais voltar a um cargo público: “*A partir do episódio de ontem, considera-se que Alberto Bejani perdeu qualquer chance de disputar a reeleição. Preso e acusado de práticas criminosas, mesmo que seja liberado a tempo, ele não tem como se apresentar ao eleitorado. Sua audácia não chegaria a tanto*” (JF, 10/04/2008, p.2)

Ainda no campo das hipóteses, a *Tribuna* colocava em dúvida a criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito para avaliar o caso: “*A CPI deve oferecer um relatório para a apreciação da Câmara, que poderá optar por abrir processo de perda de mandato contra Bejani*” (TM, 11/04/2008, p. 3) ou “*a hipótese de solicitar o impeachment de Bejani já é cogitada pelo líder do PMDB na Casa, Bruno Siqueira*” (TM, 10/04/2008, p. 4); O *JF Hoje* já dá como certa a criação da CPI, uma vez que: “*Carlos Alberto Bejani e os outros investigados responderão por formação de quadrilha, corrupção ativa e passiva, tráfico de influência, advocacia administrativa, exploração de prestígio, fraude à licitação, quebra de sigilo de*

dados e lavagem de dinheiro. As penas podem chegar a 20 anos de prisão” (JF, 10/04/2008, p.4).

Palavras que se referem a criminoso como adjetivo de Bejani, como “algemado” e “roubalheira” aparecem nos fragmentos: “a demora na transferência teria sido causada porque o prefeito estava negociando para não ser *algemado*” (JF, 10/04/2008, p.3); “*roubalheira* dessa administração” (JF, 13/04/2008, p. 3). Na construção: “arma de nove milímetros encontrada em sua casa, *embora* de uso privativo das Forças Armadas” (JF, 13/04/2008, p. 4), o uso de “embora” deixa a impressão de que o político é um criminoso, já que a arma é de uso exclusivo das Forças Armadas e não poderia estar em sua residência.

O sentimento de “vergonha” é ressaltado no texto “A cidade não merece tamanho vexame”, de Wilson Cid, pelo uso constante de sinônimos como “vergonha”, “humilhação”, “vexame”:

Juiz de Fora nunca tinha passado por esse *vexame*. O 9 de abril de 2008 vai para a História como um marco de *vergonha*. A prefeitura cercada pela polícia, lacrado o gabinete do prefeito, sua casa vasculhada, descoberto dinheiro de procedência duvidosa, arma de porte ilegal, carros de luxo escondidos, verbas consumidas irregularmente, assessores sob suspeita, tráfico de influência nos porões. *Vergonha!* Foi preciso importar um aventureiro da Baixada Fluminense para que a cidade fosse condenada a essa *humilhação* (JF, 10/04/2008, p. 2).

Em alguns momentos da cobertura do *JF Hoje*, Bejani é retratado como sinônimo de corrupção e vice-versa: “Quem ajudou a eleger a corrupção” ou “VITÓRIA DA CORRUPÇÃO” (JF, 13/04/2008, p. 3). Após a segunda prisão, em junho, os discursos adotados pelos dois jornais passam a ser mais parecidos. Contudo, o *JF Hoje* continua com uma cobertura mais crítica contra a imagem do prefeito:

*Coisas piores* estavam por vir, culminadas com as cenas da televisão em que bejani, *desavergonhadamente*, recebe dinheiro sujo de um empresário, e ainda faz previsão de outras incursões no mundo da corrupção, onde sempre gozou de trânsito livre. Depois de tudo que foi praticado por ele e sua *famigerada quadrilha*, esse bejani perdeu o direito de voltar à cidade. Quando terminar a nova temporada na cadeia, que, por justiça, devia ter duração suficiente para que decorasse a Bíblia. Não devia vir mais à cidade, mas saísse pela rodovia, retornando às suas origens, depois dessa novela policial reeditada, sem novidades, porque *bejani é o que sempre foi*. O que aumentou nos últimos tempos foi sua sede por dinheiro. E em matéria de dinheiro a única exigência que faz é que *não seja limpo* (JF, 15/06/2008, p. 2).

Ou, no exemplo: “A sensação de quem venceu o vendaval, retirando seus lemes das mãos do *pirata* causador de tantos desmandos e tanta corrupção. Afastado Bejani, com a segurança de que *é um mal* onde não mais haveremos de encalhar, o que nos cabe, agora, é retomar a esperança, nossa bandeira imediata” (JF, 17/06/2008, p. 2). A estratégia mais agressiva revela-se ao adjetivar as ações do prefeito com termos como “desavergonhadamente”, ou chamar os envolvidos com Bejani de “famigerada quadrilha”, ou que o seu dinheiro “não seja limpo”, comparar o político a um “pirata”, ou ainda, dizer que “ele é um mal” reforçam a ideia de corrupção, de banditismo.

Além de vincular a nova faceta de Bejani a de corrupto, criminoso, a todas as outras de períodos anteriores, com a expressão “bejani é o que sempre foi”, como se ele sempre tivesse agido desta forma desonesta. Nos trechos analisados acima, podemos reparar que o colunista político Wilson Cid, passa a escrever o nome de Bejani com letras minúsculas, numa forma de “diminuir a importância dele como pessoa, dizer que ele é uma pessoa minúscula” (CID, 2009), como em: “A Polícia Federal realizou, ontem, mais uma ‘visita amistosa’ a *alberto bejani*” (JF, 13/06/2008, p. 2).

A própria *Tribuna* já admite, após a operação “De volta para Pasárgada”, em seu discurso, o envolvimento do político no esquema de corrupção:

Além do prefeito Alberto Bejani (PTB), outras 13 pessoas foram presas em todo o estado ontem pela Polícia Federal (PF). Durante mais um capítulo das investigações sobre o esquema de corrupção na administração pública de Juiz de Fora, foram apreendidos R\$ 585 mil, sem origem comprovada, além de oito veículos. Mais 30 carros estão bloqueados pela Justiça. A nova megaoperação é um desdobramento da Operação Pasárgada, deflagrada em 9 de abril e que resultou na primeira prisão de Bejani. Entretanto, dessa vez, o foco das investigações se concentrou em esquemas de corrupção dentro da PJF. (...) O resultado seria uma ampla documentação que *comprovaria o envolvimento de Bejani* e de empresários em um esquema milionário de pagamento de propina em troca da liberação de reajustes anuais nas tarifas de transporte público municipal (TM, 13/06/2008, p. 4).

Ou neste outro exemplo: “Um terceiro vídeo que mostra *cenias explícitas de corrupção envolvendo o prefeito Alberto Bejani* (PTB) caiu na internet” (TM, 14/06/2008, p. 3). O uso de “cenias explícitas” é como se fosse um atestado de comprovação de que Bejani é corrupto.

Por outro lado, alguns fragmentos com declarações de populares reafirmam, apesar de todas as evidências de corrupção, que Bejani seria uma vítima de armação – noutras palavras, seria um injustiçado (como costumeiramente as camadas populares são): “O prefeito é *uma pessoa bem quista na sociedade* e acho que conseguirá se livrar das acusações. Acho que o

que está acontecendo não passa de uma cilada montada para afastá-lo do cargo público”, analisa o estudante (TM, 15/06/2008, p. 5). O uso da “expressão bem quista na sociedade” demonstra que, mesmo diante das denúncias, Bejani ainda tem uma parcela do eleitorado que se identifica com ele.

Assim, a *Tribuna*, durante a cobertura, usa enquadramentos que abrem a possibilidade de Bejani ser inocente, apesar de todas as denúncias, como em: “O vídeo com as negociações foi postado no portal de notícias ‘G.1’ com chamadas para a edição da revista ‘Época’, autora da matéria, que está chegando hoje às bancas. Nele, o prefeito discute sua participação no repasse das tarifas de ônibus. Indagado pela reportagem do ‘Jornal Nacional’, o advogado - não citaram o nome, mas, provavelmente, Marcelo Leonardo - *disse tratar-se apenas de uma simulação com motivação política*” (TM, 13/06/2008, p. 2).

E admite também uma possível volta dele à política: “Embora não haja nada oficial, há uma preocupação de que o chefe do Executivo, depois da exibição de matéria no ‘Jornal Nacional’, na qual ele é visto discutindo propina com empresários do setor de transportes, apresente seu pedido de renúncia. *Seria a única forma de garantir, dentro do prazo, a possibilidade de disputar um mandato de deputado em 2010. Se for cassado, ficaria, no mínimo, oito anos sem direito de ser votado*” (TM, 13/06/2008, p. 2).

A **intertextualidade** é notada em momentos como o título do editorial do *JF Hoje* “Ação e omissão” (JF, 10/04/2008, CAPA), já que recorda o *slogan* da segunda administração de Bejani, “Ação e Resultado”. No título da matéria sobre a primeira prisão, ainda no diário de Omar Peres, é utilizado um termo - “créu” - cunhado em uma música popular, um *funk* carioca de sucesso na época: “Polícia Federal dá um *créu* em Bejani” (JF, 10/04/2008, p.3).

A memória discursiva, além de recordar momentos das administrações e da carreira política de Bejani, também resgata aliados da política nacional que apoiaram o petebista na campanha de 2004 e vincula a derrocada de Bejani às quedas desses políticos: “Bejani já não tem nos altos escalões os padrinhos outrora poderosos, como *José Genoíno, José Dirceu, Roberto Jefferson e Mares Guia. Todos no chão*” (JF, 11/04/2008, p. 2). O interdiscurso adotado pelo *JF Hoje* também faz analogia de Bejani com esquemas de corrupção de repercussão nacional: “O advogado Marcelo Leonardo, que também tem como cliente *Marcos Valério (Mensalão)*” (JF, 14/04/2008, CAPA).

A própria *Tribuna de Minas* usa de analogias entre Bejani e alguns políticos que ficaram conhecidos em todo o país por envolvimento em esquemas de corrupção: “Em razão de brechas da lei, que já beneficiaram figuras como *Antônio Carlos Magalhães, Jáder Barbalho, Joaquim Roriz e José Inácio Arruda* - todos senadores - o *prefeito* saiu pela porta



dos fundos, com a esperança de garantir seus direitos políticos e uma eventual volta à disputa para deputado em 2010” (TM, 17/06/2008, p. 2).

Outro interdiscurso é o uso de trechos de um vídeo veiculado em meios de comunicação, como revistas e TV: “O dinheiro entregue por eles a Bejani apareceu ontem no *Jornal Nacional*” (JF, 13/06/2008, p. 2); “Nas filmagens, que foram divulgadas ontem pelo site da revista *Época*, Bejani reclama da quantia que iria receber caso decretasse o aumento da passagem” (JF, 13/06/2008, p. 7).

A opção pelo uso de determinados termos, e não de outros (o que gera **silêncios constitutivos**), está presente nas coberturas dos jornais. No exemplo a seguir, vemos que o editorial da *Tribuna* sobre corrupção não menciona o nome de Bejani em nenhum momento, apresentando-o apenas como “o (prefeito) de Juiz de Fora”: “No caso dos prefeitos presos na Operação Pasárgada, entre eles, o de Juiz de Fora” (TM, 11/04/2008, p. 2).

Em outro momento: “O advogado do prefeito Alberto Bejani, Marcelo Leonardo, disse que seu cliente pode ser solto ainda neste final de semana e que tem a disposição de retornar imediatamente a Juiz de Fora para retornar seu posto na Prefeitura. E pode fazê-lo, *uma vez que não há nenhum impedimento legal e a Câmara ainda não se manifestou sobre o seu caso*” (TM, 12/04/2008, p. 2). O jornal silencia sobre a criação de uma CPI na Câmara e a possibilidade de cassação do mandato do prefeito, discutidas durante o período em que ele esteve preso, assim como os desdobramentos da operação da Polícia Federal, que poderiam manter ele na prisão. Esse silêncio também está em: “Caberá a *Bejani decidir* se vai se afastar ou não da Prefeitura” (TM, 12/04/2008, p. 3).

Já o *JF Hoje* usa palavras como “fim” e a expressão “fora para sempre”, sendo que o político ainda poderia, por lei, ficar na Prefeitura (já que a CPI poderia votar pela não cassação) ou assumir um cargo público, após a renúncia: “O *fim* de Bejani - Renúncia ou cassação amanhã” (JF, 15/06/2008, CAPA); “*Fora para sempre* - Pressionado, Carlos Alberto Bejani escapou da cassação, renunciando à Prefeitura de Juiz de Fora” (JF, 17/06/2008, CAPA).

A escolha por termos que ligam Bejani a “algo ruim” e à criminalidade estão presentes na coluna “O domingo de Wilson Cid”, intitulada “Por que a cidade não reage?”: “Diziam os antigos chineses que *nada é tão ruim que não possa piorar*. E isso vem à lembrança agora, quando volta à cadeia alberto bejani (recomenda-se que não mais seja chamado de prefeito, em homenagem à memória de alguns que ocuparam o mesmo cargo). (...) *Bandidagem oficial*” (JF, 15/06/2008, p. 2); Ou como o editorial sugere, classificando Bejani como

sinônimo de corrupto, criminoso: “terá de provar que não é Bejani, e que não tem qualquer tipo de compromisso com o ‘bejanismo’” (JF, 16/06/2008, p. 2).

O próprio *JF Hoje* coloca Bejani como reconhecidamente um criminoso, mas sem a fala do prefeito. O fato de ele ter renunciado, em si, não comprova sua ligação com os crimes: “Na hora de encarar a Câmara e a proposta de cassação, faltou a Alberto Bejani a mesma coragem que tinha para mergulhar no submundo das propinas. Preferiu a renúncia, embora com essa atitude saia ainda mais arranhado, pois *reconheceu que é realmente um criminoso*” (JF, 17/06/2008, p. 2).

No dia seguinte à renúncia, a *Tribuna de Minas* silencia sobre as possíveis penas após o julgamento dos diversos processos e enfatiza uma possível volta de Bejani à disputa de um cargo público: “Esperança de garantir seus direitos políticos e uma eventual volta à disputa para deputado em 2010” (TM, 17/06/2008, p. 2); “Mantém (...) seus direitos políticos intactos, podendo se candidatar a qualquer cargo eletivo nas eleições de 2010” (TM, 17/06/2008, p. 3); “A estratégia do ex-prefeito é manter a porta aberta para tentar retornar à Assembléia em 2010 e recuperar sua vida pública” (TM, 17/06/2008, p. 3). Ou seja, os eleitores “bejanistas” ainda poderão votar no seu candidato, as duas prisões e a renúncia não sepultaram a sua carreira política.

Nos discursos dos jornais, vemos **silêncios fundadores**, como o uso de alguns termos que ajudam a construir o sentido de que Bejani é um criminoso, corrupto, que traiu a população e, por isso, deixou toda uma cidade envergonhada com os seus atos de desonestidade. Há um discurso crítico do *JF Hoje*, sem contraditório em relação a sua inocência – outras possibilidades de enquadramento são silenciadas.

Como **silêncios locais**, reparamos a tendência à exclusão de discursos de defesa do prefeito em ambos os jornais, silenciamento de representantes do governo e simpatizantes bejanistas que contestem o suposto envolvimento dele nas ações de corrupção, apesar de, num primeiro momento, a *Tribuna de Minas* apresentar escolhas semânticas que deixam o noticiário sobre o envolvimento de Bejani no campo das hipóteses ou até mesmo a omissão de um dos principais fatos da história de Juiz de Fora, a prisão de seu prefeito, no editorial do jornal no dia seguinte à “Operação Pasárgada”, além da opção por trazer a tona construções textuais que ainda revelam traços de identificação de Bejani com a população mais carente da cidade.

Tabela 4

**Elementos discursivos que associam a Bejani as características de corrupto, criminoso, desonesto, traidor e de “aquele que causa vergonha e revolta”; e, em sentido oposto, as de popular e defensor dos pobres, nos noticiários do *JF Hoje* e da *Tribuna de Minas*, em 2008.**

	<b>JF HOJE</b>	<b>TRIBUNA DE MINAS</b>
	<b>Corrupto, criminoso, desonesto, traidor. Aquele que causa vergonha. Além de traços de popular, defensor dos pobres.</b>	<b>Corrupto, criminoso, desonesto, traidor. Aquele que causa vergonha. Além de traços de popular, defensor dos pobres.</b>
<b>Escolhas semânticas majoritárias</b>	<p>“Vagabundo”, “cleptocracia”, “quadrilha”, “safadezas do prefeito”, “vexame”, “vergonha”, “humilhação”, “práticas criminosas”, “prisão”, “preso”, “penitenciária”, “corrupção”, “protestos”, “manifestantes mais revoltados gritavam insultos ao prefeito”, “Bejani ladrão, sanguessuga da nação”, “causando indignação”, “presidiário”, “detentos”, “cidade, já tão ofendida e humilhada nesse episódio policial”, “é um peccadinho diante dos crimes que pratica, não é de hoje”, “cidade envergonhada”, “quem ajudou a eleger a corrupção”, “roubalheira”, “Fora, Bejani!”, “Bejani, ladrão”, “acusado”, “generoso com seu próprio bolso”, “o prefeito de Juiz de Fora é pior que os outros”, “ele é o chefe da gangue”, “malandragem”, “não se sentem à vontade para sugerir um ato de dignidade”, “propina”, “incriminam”, “renúncia”, “cassação”, “bandidagem oficial”, “dinheiro sujo”, “bejani é o que sempre foi”, “vexame nacional”, “fazendo de boba uma população inteira”, “roube à vontade”, “corrupção deslavada”,</p>	<p>“Prisão”, “vergonha”, “detentos”, “preso”, “investigação policial”, “CPI”, “corrupção”, “carceragem da Penitenciária”, “renúncia”, “cassação”, “série de ações e indícios pesando contra si”, “Bejani é preso e flagrado recebendo propina”, “acusado”, “flagrante do crime”, “propinas pagas ao prefeito”, “esquema milionário de propinas”, “cenas explícitas de corrupção envolvendo o prefeito Alberto Bejani”, “fraude”, “rejeição”, “Juizforanos sentem-se traídos e indignados com denúncias do propinoduto de Bejani”, “sentimento unânime de vergonha”, “se sentirem traídas”, “relações extraconjugais”.</p> <p>“Perseguido politicamente”, “vítima”, “populista”, “passando a ser visto como defensor do povo”, “segurando a imagem de Nossa Senhora da Rosa Mística”, “representar o povo mais simples e humilde”.</p>

	<p>“bejanismo”, “submundo das propinas”, “reconheceu que é realmente um criminoso”, “condenação”, “pirata”, “é um mal”.</p> <p>“Uma multidão esperava por ele”, “populares”, “A cidade amanheceu ainda surpresa com a repercussão da prisão de Alberto Bejani”.</p>	
<b>Coerências</b>	<p>Remete à identificação do político com atos de corrupção, com crimes e o seu julgamento, além da atitude de renunciar ao cargo de prefeito. Também se refere aos seguidores de Bejani como “bejanistas”.</p>	<p>Remete à identificação do político com atos de corrupção, com crimes e o seu julgamento, além da atitude de renunciar ao cargo de prefeito. Também se refere aos seguidores de Bejani como “bejanistas”.</p>
<b>Coesões</b>	<p>Expressa a ideia de corrupção na administração de Bejani. Caracteriza o político como um criminoso. E seus atos deixaram o sentimento de vergonha na cidade.</p>	<p>Suscita o sentido de que Bejani supostamente estaria envolvido no esquema de corrupção. Num segundo momento, passa a ideia de um político corrupto, criminoso que fez com que a cidade se sentisse envergonhada com os seus atos de corrupção. Algumas construções revelam a identificação de Bejani com o povo, tentam humanizar a sua prisão e ressaltam que uma parcela da população ainda o apoia.</p>
<b>Interdiscursos</b>	<p>Associa ao prefeito dizeres sobre esquemas de corrupção que tiveram repercussão nacional. Referência a expressões usadas em músicas populares. Resgata administrações e carreira de Bejani. Usa discursos adotados em outros meios de comunicação como TV, sites e revistas.</p>	<p>Remete o nome de Bejani a políticos que ficaram marcados em esquemas de corrupção. Resgata administrações e carreira de Bejani. Usa discursos adotados em outros meios de comunicação como TV, sites e revistas.</p>
<b>Silêncios Constitutivos</b>	<p>Expressões como: “reconheceu que é realmente um criminoso”, “terá de provar que não é Bejani”, “compromisso com o bejanismo”, “bandagem oficial”, “nada é tão ruim que não possa piorar”, “o fim de Bejani”, “Fora para sempre”.</p> <p>Silencia-se sobre as possibilidades de Bejani</p>	<p>Frases como: “caberá a Bejani decidir se vai se afastar ou não da Prefeitura”, “uma vez que não há nenhum impedimento legal e a Câmara ainda não se manifestou sobre o seu caso”. Ou expressões como: “No caso dos prefeitos presos na Operação Pasárgada, entre eles, o de Juiz de Fora”.</p> <p>Silencia-se, inicialmente, sobre o envolvimento de</p>

	<p>ser inocente no caso, sobre desdobramentos do julgamento dos processos, e sobre uma possível volta a disputar um cargo político (possibilidade, que, pela lei, não estaria descartada).</p>	<p>Bejani no esquema de corrupção e sobre outros desdobramentos dos processos.</p>
<p><b>Silêncios fundadores</b></p>	<p>Ajuda a construir o sentido de que Bejani é um criminoso, corrupto, que traiu a população e, por isso, deixou toda uma cidade envergonhada com os seus atos de desonestidade. Pelo discurso do jornal, há um silêncio sobre a possibilidade de ele ser inocente no processo.</p>	<p>Embora com o uso de algumas escolhas semânticas do campo das possibilidades, o que poderia gerar uma dúvida sobre o envolvimento do prefeito nos esquemas de corrupção, ajuda a construir o sentido de que Bejani é um criminoso, corrupto, que traiu a população e, por isso, deixou toda uma cidade envergonhada com os seus atos de desonestidade. Silencia-se sobre o seu envolvimento no esquema de corrupção, no início da cobertura.</p>
<p><b>Silêncios locais</b></p>	<p>Tendência à exclusão de discursos de defesa do prefeito, silenciamento de representantes do governo e simpatizantes bejanistas que contestem o suposto envolvimento dele nas ações de corrupção.</p>	<p>Apesar de apresentar escolhas semânticas que deixam o noticiário sobre o envolvimento de Bejani no campo das hipóteses, num primeiro momento, ou até mesmo a omissão de um dos principais fatos da história de Juiz de Fora, a prisão de seu prefeito, no editorial do jornal no dia seguinte à “Operação Pasárgada”, apresenta uma tendência à exclusão de discursos de defesa do prefeito, silenciamento de representantes do governo e simpatizantes bejanistas que contestem o suposto envolvimento dele nas ações de corrupção.</p>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A importância dos meios de comunicação no cenário político, atualmente, é inegável. A mídia configura e vertebrada o ambiente eleitoral contemporâneo. Por meio de seus enquadramentos noticiosos, os indivíduos (sobretudo aqueles que dependem mais intensamente da informação que circula pela comunicação de massa) elaboram uma percepção do mundo à sua volta – o que inclui suas percepções sobre a realidade política.

Ao se associar este fato à constatação de que se vive hoje um momento de modernidade líquida ou pós-modernidade, caracterizado pela flexibilização de identidades (cada vez mais, o sujeito flutua entre todas as possibilidades de identificação, sem que as velhas identidades fixas sejam sempre acionadas), a cultura da mídia impacta também os processos de identificação política.

Não são mais, por exemplo, os critérios de classe - que por tanto tempo definiram escolhas ideológicas e partidárias - que constituem os mecanismos pelos quais a maioria do eleitorado escolhe em quem votar.

Por todo o mundo, a queda dos indicadores de identificação partidária e o aumento da volatilidade eleitoral de um pleito para o outro indicam que o comportamento eleitoral majoritário caminha no sentido de que, em crise de identidade, os eleitores buscam um candidato com o qual se identifiquem pessoalmente, que atenda aos seus anseios, que seja “um dos seus”.

A ligação ideológica com os partidos políticos fica, cada vez mais, enfraquecida – o que configura o crescente do fenômeno da personalização das campanhas.

No mais das vezes, hoje um candidato vence o seu oponente por sua biografia, por seus supostos atributos projetados pelos meios de comunicação e não por sua formação sócio-ideológica e partidária ou pelo seu plano de governo – mesmo que, em cada situação específica, esses fatores possam ser mais ou menos relevantes, a depender do contexto.

Nos processos eleitorais atuais, as qualidades pessoais dos candidatos são os elementos de maior destaque. Nessa disputa, a imagem vence a essência e os discursos veiculados pelos meios de comunicação representam o grande atalho para a tomada de decisão de milhões de eleitores.

No Brasil, o enfraquecimento ideológico e o ceticismo com relação aos partidos abrem espaço para o surgimento de personagens políticos construídos na mídia, líderes carismáticos que atraem os eleitores, exercendo nas eleições, o papel de um ator num espetáculo. Mas estes

personagens só têm efetivamente peso eleitoral quando se encontram no palco dos meios de comunicação.

A história política de Juiz de Fora, cidade com identidade marcada pelo sentimento fronteiriço, pela alteridade, apresenta momentos de protagonismo no cenário nacional, com participação efetiva em capítulos importantes do país. Sua população viu, no município, serem formados governadores, senadores, deputados e presidente. Líderes de trabalhadores, lideranças políticas.

Quanto ao executivo local, desde as primeiras eleições, que os prefeitos eram políticos vindos da elite. “Representantes do povo”, mas de um povo que não se sentia representado. Poucos apresentavam o viés popular, a preocupação com as camadas mais baixas da população. Uma parcela considerável do eleitorado que não se identificava com os perfis dos prefeitos.

Em 1988, contudo, um radialista, do interior fluminense, jovem, com uma campanha criativa, alto poder de argumentação e baixo poder aquisitivo, assumiu o papel de “pai dos pobres”, “defensor do povo”. Criou laços de fidelidade e identificação com uma fatia de eleitores que, à medida que conhecia a sua trajetória de vida e a sua representação nos meios de comunicação, passou a depositar nele sua confiança (e seus votos).

A imprensa local, ao aderir ao deslumbramento dessa representação, acabou por incensar a imagem do político. Carlos Alberto Bejani surgiu como um fenômeno político e venceu aquelas eleições, nas quais ainda havia turno único, com 33,8% dos votos. Surpreendeu a elite, conquistou o povo, elegeu-se prefeito.

Após essa primeira vitória, seu vínculo com as camadas populares da sociedade se reforçou nas eleições municipais seguintes e, apesar de não vencer o 2º Turno em 1996 e 2000, apresentou um desempenho crescentemente melhor eleição após eleição – principalmente em zonas eleitorais que concentram a maioria dos bairros mais carentes da cidade, como vemos no quadro a seguir.

## Quadro 1

Zonas Eleitorais / Votação Bejani	1996	2000	2004	Resumo
ZONA 152 (Predominantemente Região Central – onde se situa a maior parte dos bairros de elite e de classe média da cidade).	23.604 votos - 33,16% válidos.	31.070 votos - 39,12% válidos.	36.284 votos - 43,94% válidos.	Perdeu, no 2º Turno, em todas as eleições.
ZONA 153 (Predominantemente Zona Norte - Morro da Glória em direção à Zona Norte. Alguns bairros considerados populares, carentes).	26.106 votos - 38,50% válidos.	35.956 votos - 45,69% válidos.	43.328 votos – 50,37% válidos.	Perdeu o 2º Turno em 1996 e 2000, mas teve desempenho crescente, chegando à vitória em 2004.
ZONA 154 (Predominantemente Região Nordeste - Bairru, Manoel Honório, Progresso, Bandeirantes, Eldorado, Grama, Grajau, Barreira do Triunfo, Chapéu D'Uvas, Dias Tavares e Paula Lima. Alta presença de bairros carentes).	18.353 votos - 48,76% válidos.	23.295 votos - 53,47% válidos.	27.532 votos – 59,61% válidos.	Perdeu em 1996, mas com diferença mínima. Venceu em 2000 - única zona eleitoral vitoriosa - e 2004, com diferença recorde de mais de 9% dos votos válidos.
ZONA 315 (Regiões Sudeste e Leste - Retiro, Floresta até Manoel Honório, passando por N. Sra. Aparecida, Sta Rita, Bonfim. Alta presença de bairros carentes).	20.399 votos - 43,12% válidos.	25.595 votos - 47,74% válidos.	30.266 votos - 54,01% válidos.	Perdeu o 2º Turno em 1996 e 2000, mas teve um desempenho crescente, chegando à vitória em 2004 com uma diferença de 4% de votos válidos.

Fonte: TRE-MG / 2008



Num ambiente em que a maioria dos eleitores nunca chegou a travar contato pessoal com o candidato – realidade de qualquer cidade como Juiz de Fora, com seus atuais quase 370 mil eleitores, segundo o Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais -, é possível inferir que grande parte desse processo de identificação que levou às vitórias nas zonas com maior presença de bairros populares pode ser decorrente da imagem dele construída pelos meios de comunicação, entre eles, os jornais impressos.

A importância dos impressos, nesse caso, mesmo que não se dê diretamente, dado o baixo índice de leitura das camadas populares, efetiva-se pela forte penetração de seus discursos (inclusive sua reverberação nas outras mídias) e pelo papel preponderante que historicamente tiveram na configuração da opinião pública – a definição das grandes questões de campanha ocorre mais intensamente ali do que em mídias que dedicam pouquíssimo tempo à cobertura da política local, como a TV.

Nesse ambiente político-midiático, onde se negociam as identidades, a presente dissertação buscou entender como os discursos dos principais jornais impressos da cidade contribuíram para construir a imagem de Bejani e como essa imagem carrega traços de identificação com a população carente.

Ao utilizar dispositivos analíticos escolhidos dentro das teorias da Análise do Discurso, nota-se que a marca majoritária do enquadramento jornalístico dado ao político reforça em sua imagem as características de isomorfismo com os mais necessitados. Ao evocar sentidos de um candidato injustiçado, pobre, defensor do povo, novo, honesto, os discursos dos jornais *Tribuna da Tarde* e *Diário da Manhã* ajudaram a consolidar a imagem de um “candidato do povo” em Bejani.

Com isso, o político obteve pouco mais de um terço dos votos válidos, a maioria de bairros periféricos da cidade, e foi eleito, em turno único, prefeito em 1988. Na sua primeira vitória, não se apontaram nas coberturas discursos contrários a essa construção de representante popular, o que facilitou a identificação com o “povo”. O fato de que a cidade já tivera no passado representantes associados ao populismo – por exemplo, Olavo Costa – evidenciava a existência de espaço eleitoral para um personagem que buscasse esse tipo de identificação.

Nas eleições seguintes, com as duas derrotas para Tarcísio Delgado, a imagem de popular, defensor dos pobres, honesto é reforçada pelos discursos adotados pelos jornais *Tribuna de Minas* e *Diário Regional*. Contudo, já se notam dissonâncias, como, por exemplo, discursos que relatam um lado agressivo e irritado do candidato. Nas disputas de segundo turno, ele teve 37,19% dos votos válidos, em 1996, e 45,40%, em 2000, e, mesmo com as

derrotas, manteve uma fatia fiel do eleitorado local – sobretudo entre os eleitores de perfil mais popular.

Em 2004, sua imagem de candidato do povo estava consolidada. Surgiram, então, as construções de outras características na *Tribuna de Minas* e no *Jornal Panorama*, o que ajudou, de alguma forma, o seu sucesso nas urnas. Bejani era um político equilibrado, maduro, preparado, por isso, voltou à Prefeitura, com 50,67% dos votos válidos. Mas sua imagem de honesto sofria arranhões mais sistemáticos, com o uso de discursos que, mais do que em qualquer campanha anterior, acionavam-se os campos semânticos de corrupção, demagogia e desonestidade.

Se compararmos a evolução de votos, em 16 anos, enquanto o eleitorado da cidade subiu de 213.528 pessoas, em 1988, para 346.354, em 2004, ou seja, 132.826 eleitores a mais, Bejani conquistou 79.162 novos eleitores, no mesmo período, passou de 58.248 votos, em 1988, para 137.410, em 2004. Sempre ficando na margem dos 30% de votos válidos no primeiro turno (todas as eleições) e oscilando entre 30% (37,19%, em 1996) e 50% (50,67%, em 2004) no segundo turno. O que mantém uma constante de votos no primeiro turno, um eleitorado fiel, sem nunca ter votação abaixo dessa margem de 30% no segundo. Uma parcela significativa do eleitorado, identificada com a imagem construída de Carlos Alberto Bejani.

Quando, em 2008, acusado de envolvimento em um esquema milionário de corrupção e desvio de verbas públicas, Bejani foi preso pela Polícia Federal por duas oportunidades e renunciou ao cargo de prefeito, os jornais *Tribuna de Minas* e *JF Hoje* fizeram uma cobertura em que o político foi apresentado como corrupto, criminoso, desonesto, traidor, aquele que causa vergonha e revolta na população da cidade.

É certo que a imagem construída ao longo de vinte anos pelos discursos relacionados a ele sofreu alguns deslocamentos com as prisões e a renúncia. O político honesto, religioso, preocupado com a família não existia mais. Era o “chefe de quadrilha”, que traiu a confiança da população.

No entanto, os traços populares ainda continuam vinculados a ele. Pode ser o corrupto, criminoso, mas é “aquele que veio do povo”. Caem todas as outras características, mas mantém-se a imagem que estabelece seu elo com o povo, o que mantém suas chances de voltar a disputar um cargo político, já que, na falta de uma identificação ideológica, uma parcela do eleitorado, os cerca de 30% órfãos de um candidato com as características de preocupação com os pobres ainda buscam personagens com identidades parecidas com as projetadas por ele.

Mesmo nos momentos em que a imprensa imaginava estar criticando-o, por vezes, em eleições anteriores, a cobertura apenas reforçava e adensava ainda mais os vínculos de Bejani com este perfil de eleitor – e, portanto, a imprensa contribuiu para a consolidação de sua candidatura nos pleitos que se seguiram.

Até quando os jornais buscaram a total desconstrução de sua imagem (quando das prisões e da renúncia do então prefeito), podem ter indiretamente reafirmado características que, de acordo com as circunstâncias futuras, podem permitir sobrevida política a ele, exatamente por conta de sua vinculação a uma persona política que encontra respaldo eleitoral em parcelas do eleitorado.

No tratamento dado pela cobertura jornalística pós-crise, mesmo com a queda por completo da dimensão da honestidade de Bejani, a imagem de político contrário às elites, consolidada por duas décadas de construções, ainda é forte. As identidades sociais são forjadas, em larga medida, a partir dos discursos sociais e, nessas formações discursivas, em duas décadas, o político Carlos Alberto Bejani (por mais que a última imagem construída dele pelos jornais seja de crimes e corrupção) foi associado ao papel de representante das camadas populares: noutras palavras, uma imagem marcada pela isomorfia com as camadas mais pobres da população.

Enquanto essa parcela do eleitorado, desejosa de encontrar uma figura pública com as marcas típicas daquilo que a literatura classifica como populismo, buscar traços de identificação com representantes que encarnem essa imagem, não se pode decretar o obituário político de personagens como Bejani: num ambiente eleitoral em que Comunicação e Política se confundem, as dimensões simbólicas a que figuras públicas são associadas por décadas valem tanto como fatos inquestionáveis.

## REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1 ed., 2003.

\_\_\_\_\_; FIGUEIREDO, Marcus. **Intenção de Voto e Propaganda política: Efeitos e gramáticas da propaganda eleitoral**. Notas para um debate. In 12º Encontro Anual da Compôs. UFPE. Recife, 2003.

ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: cidadão comum, mídia e atitude política**. Rio de Janeiro, Editora FGV, 2001.

ALTMANN, Eliska. **Imagens do monumental: Memória e identidade construídas pelo cinema nacional**. Revista Contemporânea, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, 2004.

ANDERSON, Benedict. **Nação e consciência nacional**. São Paulo. Ed. Ática, 1989.

ANDRADE, Silvia Maria Belfort Vilela de. **Classe operária em Juiz de Fora: Uma história de lutas (1912-1924)**. Juiz de Fora, Editora da UFJF, 1987.

AUGÈ, Marc. **Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Trad. Maria Lúcia Pereira. 3. ed. Campinas, SP: Papyrus, 1994.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1995.

BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1987.

\_\_\_\_\_; REY, German. **Os exercícios do ver - Hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Senac, 2001.

BARREIRA, Irllys Alencar F. **A cidade no fluxo do tempo: a invenção do passado no e patrimônio**. Sociologias, Porto Alegre, ano 5, nº 9, jan/jun 2003, p. 314-339.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: ed. Relógio D"água, 1991.

BAUER, Márcio André Leal; MESQUITA, Zilá. **As Concepções de Identidade e as Relações entre Indivíduos e Organizações: um Olhar sobre a Realidade da Agricultura Ecológica.** RAC Eletrônica, v. 1, n. 1, art. 2, p. 16-30. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/rac-e>>. Acesso em 30 de set. 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida.** 1.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed., 2001.

\_\_\_\_\_. **Identidade:** entrevista a Benedetto Vecchi/Zygmunt Bauman; tradução, Carlos Alberto Medeiros. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BERGER, P. T.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade.** 12. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura.** Tradução de Myriam Ávila, Eliana Lourenço de Lima Reis, Gláucia Renate Gonçalves. Belo Horizonte. Ed. UFMG, 1998.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos.** Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro, RJ. 7 reimpressão. 1 ed. Campus, 1992.

BOCCHINI, Maria Otilia. **Omissão das "classes subalternas" e da América Latina nas notícias diárias de quatro jornais paulistanos.** Ideologia, cultura e comunicação no Brasil, São Paulo, Instituto Metodista de Ensino Superior, Centro de Pós-graduação, 1982, p. 21-47.

\_\_\_\_\_. **Formação de redatores para a produção de textos acessíveis a leitores pouco proficientes:** o caso de Mulher e Saúde, boletim do SOF na luta pela saúde das mulheres. São Paulo, ECA-USP, Doutorado, 1994.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **O que é participação.** São Paulo: Brasiliense, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão.** Oeiras: Celta, 1997.

BRINATI, Francisco Ângelo. **Enquadramentos de mídia e preferências políticas da imprensa:** As valências na cobertura das eleições de 1988 pela Tribuna da Tarde (Juiz de Fora - MG). In: XII Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação. São Paulo, UESP, 2008.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo político e limites ao direito à informação:** a cobertura da Operação Pasárgada pelos diários de Juiz de Fora (MG). In: VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, UESP, São Paulo, novembro de 2008.

\_\_\_\_\_; LEAL, Paulo Roberto Figueira. **Identidade local e imaginário urbano no telejornalismo:** os 159 anos de Juiz de Fora no MGTV. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba-PR. Anais do Intercom 2009, 2009.

CAIAFA, Janice. **Aventura das cidades** – ensaios e etnografias. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2007.

CALVINO, Ítalo. **As cidades invisíveis**. Tradução: Diogo Mainardi. São Paulo, Companhia das Letras, 1990.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da Informação: economia, sociedade e cultura**. Vol 1. 3. ed. Trad. Roneide Venancio Majer. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2000.

CERVI, Emerson Urizzi. **As sete vidas do populismo**. Revista de Sociologia e Política, nº 17: 151-156, nov. 2001.

CHRISTO, Maraliz de Castro Vieira. **A “Europa dos pobres”**: Juiz de Fora na Belle-Époque mineira. Juiz de Fora, EDUFJF, 1994. 160 p.

CID, Wilson. **Wilson Cid: depoimento** [ago. 2009]. Entrevistador: Francisco Ângelo Brinati. Juiz de Fora, 2009. 1 fita micro-cassete (60 min): estéreo.

COSTA, António Firmino da. **Identidades culturais urbanas em época de globalização**. In: RBCS, Vol. 17, nº 48, fevereiro/2002.

COUTINHO, Iluska; MARTINS, Simone Teixeira. **Identidade no Telejornalismo Local: a construção de laços de pertencimento entre a TV Alterosa Juiz de Fora e o seu público**. In: Colóquio Internacional Televisão e Realidade, 2008, Salvador/BA. Colóquio Internacional Televisão e Realidade, 2008.

DALLARI, Dalmo de Abreu. **O que é participação política**. São Paulo, SP. 14 reimpressão. 1 ed. Brasiliense, 1999.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1992.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol. 5. Trad: Peter Pál Perbart e Janice Caiafa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1997.

DEUS, Sandra de Fátima Batista de. **O rádio como espaço de visibilidade política – Governo da Frente Popular em Porto Alegre 1989/1990**. Tese de Doutorado. UFRS. Rio Grande do Sul, 2005.

DITTRICH, Ivo José; LOPEZ, Debora Cristina. **Palavra como Signo Ideológico no Discurso Jornalístico**. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, Beira Interior - Portugal, v. s/v, p. s/p, 2005.

DUARTE, Rosália. **Mídia e identidade feminina:** mudanças na imagem da mulher no audiovisual brasileiro da última década. In: II Seminário Internacional Educação Intercultural, Gênero e Movimentos Sociais, 2003, Florianópolis. Anais do II Seminário Internacional Educação Intercultural, 2003.

ENNE, Ana Lucia S. **Memória, identidade e imprensa em uma perspectiva relacional.** Revista Fronteiras – estudos midiáticos. Unisinos. Vol. VI Nº 2 - julho/dezembro de 2004.

\_\_\_\_\_. **À perplexidade, a complexidade:** a relação entre consumo e identidade nas sociedades contemporâneas. Comunicação, mídia e consumo. São Paulo. Vol.3, N.7, jul. 2006.

ESTEVES, João Pissarra. **Os media e a questão da identidade.** Universidade Nova de Lisboa, 1999. Disponível em: <[www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)>. Acesso em: 15 de maio de 2008.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social.** Brasília: Editora UNB, 2001.

FERNANDES, Clarice Cerqueira. **Mídia e Poder:** A Cobertura das Eleições Presidenciais em 2006 nos Jornais Panorama e Tribuna de Minas. Disponível em: <[www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2007/sc\\_epp-clarice.pdf](http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2007/sc_epp-clarice.pdf)>. Acesso em: 15 mai. 2009.

FERNANDES, Livia. **As manchetes na história da Tribuna de Minas/Juiz de Fora – MG.** 2005. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17194/1/R2660-1.pdf>>. Acesso em 21 abr. 2008.

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia.** Editora Ática, SP, 1990.

FLORES, Maria Bernardete Ramos; CAMPOS, Emerson César de. **Carrosséis urbanos:** da racionalidade moderna ao pluralismo temático (ou territorialidades contemporâneas). UFSC / UDESC. Revista Brasileira de História, vol. 27, nº 53, junho de 2007.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso.** São Paulo: Loyola, 1998.

FRANCISCATO, C. E. . **A Fabricação do Presente** - Como o Jornalismo Reformulou a Experiência do Tempo nas Sociedades Ocidentais. São Cristóvão (SE): Editora Universidade Federal de Sergipe, 2005. v. 1. 273 p.

FRANÇA, Andréa. **Paisagens fronteiriças no cinema contemporâneo.** In: ALCEU - v.2 - n.4 - p. 61 a 75 - jan./jun. 2002.

GENTILLI, Victor. **Democracia de Massas:** Cidadania e Informação. Dissertação apresentada à Eca-USP – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo: 1995.

GIROLETTI, Domingos. **Industrialização em Juiz de Fora: 1850-1930**. Juiz de Fora, UFJF, 1988. 140 p.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis, Vozes, 1985.

GOMES, Renato Cordeiro. **Todas as cidades, a cidade: literatura e experiências urbana**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

GOMES, Taiga Corrêa. **A localidade no telejornalismo: um espaço de interação e pertencimento**. In: INTERCOM SUDESTE 2006 – XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Ribeirão Preto, SP - 22 a 24 de maio de 2006.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era das comunicações de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GUARESCHI, Neuza Maria de F. **A mídia e a produção de modos de ser da adolescência**. PPGP / PUCRS. Revista FAMECOS. Porto Alegre, nº 30, agosto/2006, quadrimestral.

GUERRA, João. **Frente à frente com Bejani: O perfil de um líder popular que está mudando a política mineira**. Belo Horizonte, Ed. Armazém de ideias, 1991.

HALL, Stuart. **A produção social das notícias: o mugging nos media**. In: Traquina, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa: Veja, 1993.

\_\_\_\_\_. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 4 ed., 2000.

\_\_\_\_\_. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Org. Liv Sovik. Trad. Adelaine la Guardia Resende et. al. Belo horizonte: Ed. UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

\_\_\_\_\_. **Quem precisa da Identidade?** In: SILVA, Tomás Tadeu (Org.). **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2005.

HELENO, Alexandre Peixoto. **Revisitando as memórias de Clodesmidt Riani: a trajetória de um líder trabalhista nas grandes lutas sociais que antecederam o Golpe Civil e Militar de 1964**. Dissertação de Mestrado. PPG História, UFJF, Juiz de Fora, 2007.

JACKS, Nilda; MACHADO, Márcia Benetti. **O discurso jornalístico**. In: X Compós - Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2001, Brasília. Anais do X Encontro Anual da Compós, 2001. v. 1. p. 280-290.



\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. 2008. Disponível em:  
<<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/1515.html>>  
Acesso em: 25 de novembro de 2009.

JORGE, Vladímyr Lombardo. **Meios de comunicação de massa e Poder Legislativo**. Uma análise da cobertura do Congresso Nacional nos jornais brasileiros, 1985 a 1990. Tese de Doutorado. IUPERJ. Rio de Janeiro, 2003.

KAPLÚN, Mario. **Comunicación entre grupos** - El método del cassette-foro. Bogotá, Colômbia, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo, 1984.

KUCINSKI, Bernardo. **Mídia da exclusão**. In: XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 1995, Aracaju-SE. Resumos. São Paulo-SP : Intercom, 1995.

LEAL, Paulo Roberto Figueira. **A nova ambiência eleitoral e seus impactos na Comunicação Política**. Lumina, Facom/UFJF, v.5, n.2, p. 67-77, Juiz de Fora, jul./dez. 2002.

\_\_\_\_\_. **O PT e o dilema da representação política**: Os deputados federais são representantes de quem? Rio de Janeiro: FGV, 2005.

\_\_\_\_\_; XAVIER, L. G. V. . **O problema da representação política** - as personas dos candidatos a prefeito de Juiz de Fora/2004. Lumina, Juiz de Fora, v. 7, n. 1, p. 89-100, 2004.

\_\_\_\_\_; DINIZ, V. B. . **Valores ideológicos no Horário Eleitoral Gratuito de TV nas eleições de 2004 em Juiz de Fora**. Lumina, v. 8, p. 1-10, 2005.

\_\_\_\_\_. **Identidades políticas e personagens televisivos** - a disputa pela prefeitura de Juiz de Fora em 2004. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Corifeu, 2007. v. 1. 100 p.

\_\_\_\_\_. **A centralidade da imagem pública na contemporaneidade** - Breve ensaio sobre a dicotomia “ser” versus “parecer” na economia e na política. In: Gestão em Comunicação Empresarial – Teoria e Técnica. Org.: Boanerges Lopes, Produtora de Multimeios da UFJF, 2007.

MACHADO, Hilka Vier; KOPITTKE, Bruno. **A Identidade no Contexto Organizacional: Perspectivas Múltiplas de Estudo**. In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS, 2., 2002, Recife. Anais... Recife: Observatório da Realidade Organizacional : PROPAD/UFPE : ANPAD, 2002. 1 CD.

\_\_\_\_\_. **Identidade Organizacional: Um Estudo De Caso No Contexto Da Cultura Brasileira**. Rae-Eletrônica, V. 4, N. 1, Art. 12, Jan./Jul. 2005. In: Fórum - Gestão No Brasil: Enfocando Processos E Relacionamentos Identidade Organizacional: Um Estudo De Caso No Contexto Da Cultura Brasileira.

MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Ceres Pimenta Spínola (org.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas Tendências em Análise do Discurso**. Campinas: Pontes & Editora da Unicamp, 1989.

\_\_\_\_\_. **Termos-Chave da Análise do Discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

\_\_\_\_\_. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

\_\_\_\_\_; CHARAUDEAU, Patrick. **Dicionário da Análise do Discurso**. 2ª ed., 2ª reimpressão. São Paulo, Contexto, 2008.

MANIN, Bernard. **As metamorfoses do governo representativo**. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais, n. 29, Ano 10, outubro de 1995.

MANZINI-COVRE, Maria de Lourdes. **O que é cidadania**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

MAQUIAVEL, Nicolau. **O Príncipe**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

MATELLART, Armand e Michele. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

MENDES, Gláucia. **A naturalização do atraso: os noticiários de El Universal e O Globo sobre o governo Hugo Chávez e as projeções identitárias sobre a América Latina**. Dissertação de Mestrado em Comunicação – UFJF. 2009.

MIGUEL, Luis Felipe. **Os meios de comunicação e a prática política**. Lua Nova, n 55-56. 2002.

\_\_\_\_\_. **Discurso, meios e vínculo eleitoral**. UNIrevista - Vol. 1, nº 3: julho de 2006.

MOREIRA, Sônia Virgínia. **Rádio Palanque - fazendo política no ar**. Rio de Janeiro, Mil Palavras, 1998.

MUSSE, Christina Ferraz. **Imprensa, cultura e imaginário urbano: exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora**. 1. ed. São Paulo: Nankin, 2008. v. 01.

NASSIF, Luís. **A longa noite de São Bartolomeu**. In: A Mídia nas Eleições de 2006.

OLIVEIRA, Almir de. **Os períodos históricos de Juiz de Fora**. In: Revista do Instituto Histórico e Geográfico de Juiz de Fora. Juiz de Fora, maio de 2009, p. 61-74.

OLIVEIRA, Mônica Ribeiro de. **Juiz de Fora: vivendo a história.** Juiz de Fora: Núcleo de História Regional da UFJF / Editora da UFJF, 1994. 121p.

OLIVEIRA, Paulino de. **História de Juiz de Fora.** 2ª ed. Juiz de Fora: Gráfica Comércio e Indústria, 1966. 321 p.

OLIVEIRA, Stella Máris Valenzuela de. **O Jornal Zero Hora e as Eleições de 2002: A construção do discurso anti-petista no Jornal Zero Hora, durante as eleições de 2002, para o governo do Estado do Rio Grande do Sul.** PPGCOM – UFRGS. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – 2 a 6 Set 2003.

OLIVEIRA, Vânia Lúcia de. **O fenômeno Alberto Bejani: retorno do populismo?** Monografia do curso de Ciências Sociais da UFJF, agosto de 1990.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos.** 3. ed. Campinas: Ed. Unicamp, 1995. 189p.

\_\_\_\_\_. **Análise do discurso: princípios e procedimentos.** Campinas, SP, Pontes, 6ª edição, 2005. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/21564382/Eni-Orlandi-Analise-Discurso>> Acesso em 16 de novembro de 2009.

PARK, Robert E. **Notícia e poder da imprensa.** In: BERGER, Christa e MAROCCO, Beatriz (org.). A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa. Volume 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PEDROSA, Cleide Emília Faye. **Análise crítica do discurso: uma proposta para a análise crítica da linguagem.** In: IX Congresso nacional de lingüística e filologia – Cadernos do CNLF, Vol.IX, nº 03. – Rio de Janeiro, 2005, p. 43-68.

PEREIRA, Verônica Sales. **O Campo dos Sonhos – Notas sobre o imaginário e a reconstrução da Identidade.** In. Comunicação & Política. Ano 12 – Nº 18 – 19 – 1993. São Paulo: CBELA, 1993. p. 63-86.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.** Petrópolis, RJ. 3 ed. Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. **Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania.** In. Lumina: v.1, n.1, jun. 2007. Disponível em [www.ppgcomufjf.brm-vindo.net/lumina](http://www.ppgcomufjf.brm-vindo.net/lumina) Acesso em: 01 set 2007.

PINTO, Milton José. **Comunicação e Discurso.** São Paulo: Hackers, 1999.

PORTO, Mauro P. **Muito além da informação, mídia, cidadania e o dilema democrático.** São Paulo em perspectiva. 12(4). 1998.

PRYSTHON, Ângela (org.). **Imagens da cidade: espaços urbanos na comunicação e cultura contemporâneas**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

QUEIROZ, Adolpho. **Ideologia e propaganda política na literatura latino-americana**. In: QUEIROZ, Adolpho (Org.). Na arena do marketing político: ideologia e propaganda nas campanhas presidenciais brasileiras. 2006, Summus Editorial, p. 19 – 36. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=ONcNXI2m7xAC&oi=fnd&pg=PA7&dq=ADOLPHO+QUEIROZ&ots=IWmun-dm62&sig=MD4DI4VjIGgTYhCxbsgeRbIiAiI#v=onepage&q=&f=false>> Acessado em 23 de dezembro de 2009.

\_\_\_\_\_; BROGIO, Thybor Malusá; LEONE, Juliana Victorino. **Propaganda política no rádio: o estado de arte nas pesquisas acadêmicas**. In: III Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. Compólitica. PUC-SP. São Paulo. 09 a 11 dez 2009.

RAMOS, Murilo César Ramos. **Comunicação, direitos sociais e políticas públicas**. In: MELO, J. M.; SATHLER, L. (Org.). Direitos à comunicação na sociedade da informação. São Bernardo do Campo, SP. Editora Metodista. 2005.

RUBIN, Antônio Albino Canelas. **Mídia e eleições no Brasil**. 1998. João Pessoa: UFPB, 2000.

\_\_\_\_\_. **Novas configurações das eleições na idade mídia**. 2001. Opinião Pública. Issn 0104-6276. v.7 n.2 Campinas Nov 2001. UFBA

\_\_\_\_\_. **Ética da política e ética na política nas eleições de 2006**. In: A Mídia nas Eleições de 2006.

SANTOS, Reinaldo dos. **O "Cajado De Mentor": "Homens De Mídia" e Eleições No Brasil - Uma Perspectiva da Política Municipal**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2002, Salvador. Anais. São Paulo: Intercom, 2002. Cd-Rom.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina**. Trad. Sérgio Alcides. 2.ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2000.

SILVA, Adriana Fernandes da. **Identidade e representações no telejornalismo regional: o caso da TV Tem Bauru**. UNESP. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005.

SILVA, Tomás Tadeu. **A produção social da identidade e da diferença**. In: \_\_\_\_\_. (Org.). Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2005. p.73-102.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

STÜRMER, Adriana; SILVEIRA, Ada Cristina Machado da. **A casa da vovó na TV: a captura de uma identidade étnica e sua representação televisiva.** UNIrevista - Vol. 1, nº 3, julho 2006.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo. A tribo jornalística** – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

\_\_\_\_\_. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 2 ed., 2005b.

VEIGA, Luciana Fernandes. **Os Partidos Brasileiros na Perspectiva dos Eleitores: Mudanças e Continuidades na Identificação Partidária e na Avaliação das Principais Legendas após 2002.** Opinião Pública, Campinas, vol. 13, nº 2, Novembro, 2007, p. 340-365.

VIEIRA, Roberto Amaral. **Televisão, Imaginário e Inconsciente.** In. Comunicação & Política. Ano 11- nº 16-1992. São Paulo: CBBLA. 1992. p. 119-125.

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico e as perspectivas do tempo real.** Trad.: Paulo Roberto Pires. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

WEBER, Maria Helena. **A cidade traída: os recortes da mídia e do governo.** XV Encontro Anual da COMPÓS, UNESP-Bauru, junho de 2006.

WEBER, Max. **Sociologia.** São Paulo, Editora Ática; 1999; 7ª Ed. (Coleção Grandes Cientistas Sociais).

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Trad.: Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 4. ed. Lisboa: Presença, 1985.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação.** Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2004.

\_\_\_\_\_. **Elogio do grande público.** Uma teoria crítica da televisão. Trad. José Rubens Siqueira. São Paulo: Ed. Ática, 2006.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual.** In SILVA, Tomás Tadeu (Org.). Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2005. p.7-72.

*Periódicos*

**DIÁRIO DA MANHÃ.** Juiz de Fora, MG. Edições: de 05 nov. 1988 a 20 nov. 1988.

**DIÁRIO REGIONAL.** Juiz de Fora, MG: Sircom. Edições: de 05 nov. 1996 a 15 nov. 1996. De 19 out. 2000 a 29 out. 2000.

**JF HOJE.** Juiz de Fora, MG: OPCOM. Edições: de 10 abr. 2008 a 14 abr. 2008 e de 13 jun. a 17 jun. 2008.

**JORNAL PANORAMA.** Juiz de Fora, MG: OPCOM. Edições: de 21 out. 2004 a 05 nov. 2004.

**TRIBUNA DA TARDE.** Juiz de Fora. Grupo Solar. Edições: de 05 nov. 1988 a 20 nov. 1988.

**TRIBUNA DE MINAS.** Juiz de Fora, MG: Grupo Solar. Edições: de 05 nov. 1996 a 15 nov. 1996. De 19 out. 2000 a 29 out. 2000. De 21 out. 2004 a 05 nov. 2004. De 10 abr. 2008 a 14 abr. 2008 e de 13 jun. a 17 jun. 2008.



## ANEXO 01

Tribuna da Tarde – 13 de novembro de 1988.

# Collor mantém seu apoio para Bejani

O governador Fernando Collor de Mello, que ficou conhecido nacionalmente como caçador de marajás, reiterou seu apoio à candidatura do radialista Alberto Bejani à prefeitura de Juiz de Fora. Apesar de ter problemas em sua agenda em Alagoas, onde participa ativamente da campanha, ele reafirmou que em todo o País existem candidatos de sua confiança disputando prefeituras municipais, destacando Bejani em Juiz de Fora.

Mesmo ausente da cidade, por causa desses múltiplos compromissos, Collor de Mello enviou telegrama urgente a Bejani, ontem, já no final da tarde, enfatizando seu apoio. "No momento em que se encerra memorável campanha para as eleições municipais, faço questão

de reiterar ao prezado amigo, confiança em sua vitória em 15 de novembro, para o bem de Juiz de Fora. Gostaria de testemunhar pessoalmente esse fato, mas múltiplos compromissos me prendem a Alagoas. Cordialmente, Fernando Collor de Mello" — diz a íntegra do telegrama.

Esta não foi a primeira manifestação de apoio que Collor encaminhou ao candidato do Partido da Juventude. Nos vários encontros que mantiveram, onde uma das testemunhas foi o candidato a vereador, empresário Assis, da Fasol, ele mostrou seu interesse pela campanha de Juiz de Fora. Há um ano, quando aqui veio para paraninfar uma turma de formandos da Faculdade de Direito, ele plantou bases para seu partido.



Assis da Fasol, Collor e Bejani, candidatura sob apoio



## ANEXO 02

Tribuna da Tarde – 18 de novembro de 1988.

**TRIBUNA DA TARDE**

Juiz de Fora, sexta-feira, 18 de novembro de 1988

Director-Presidente: Juracy Azevedo Neves

Ano 3 - Nº 752 - 12 páginas, mais classificados - Cz\$ 100,00

# Virada. Bejani ganha todas

*O candidato do PJ assumiu o primeiro lugar, colocando vantagem de mais de 4 mil votos em Hingel*

**Câmara pode ter renovação quase em massa em 89**

A disputa pela prefeitura, que entra em fase de definição com a vitória de Alberto Bejani, provoca o recesso das atenções para a Câmara Municipal, onde o PMDB, pelas últimas eleições, fez cinco vereadores, mas corre o risco de ter que mudar mais da metade de sua representação. Se dependesse dos números de ontem, o partido só manteria, Waldemar Martins e Júlio Camargo, tendo que admitir três novos nomes. Na verdade, a renovação da Câmara, superando as expectativas, pode ser a maior das últimas legislativas, pois os outros partidos também estão com alterações, na votação de seus mais cotados. O comunista do PCB, Geraldo Magela, pode perder a vaga para outro comunista (página 3).

**Arrecadação de ICM chega a Cz\$3,7 bilhões**

A arrecadação do ICM nos 119 municípios da região de Juiz de Fora atingiu o montante de Cz\$ 3 bilhões 782 milhões, no mês de outubro, de acordo com levantamento da Superintendência da Fazenda. Deste total, Cz\$ 2 bilhões 239 milhões foram arrecadados junto à indústria; Cz\$ 1 bilhão 289 milhões, no comércio; Cz\$ 137 milhões 705 mil, na pecuária e Cz\$ 118 milhões 550 mil, na lavoura. A Superintendência da Fazenda ainda não tem um balanço dos reflexos da greve dos servidores na arrecadação do ICM na região. Os funcionários ameaçam nova paralisação, caso as negociações com o governo do estado não avance nos próximos dias (página 4).



O radialista Alberto Bejani, 38 anos, do Partido da Juventude, é o virtual vencedor das eleições de Juiz de Fora, ao conquistar, ontem, uma virada espetacular na luta pelos votos da cidade. Ele saiu de um quarto lugar - alcançado no primeiro dia de apurações - para um primeiro, com méritos, pois ao final do dia já possuía uma vantagem de 4.223 votos sobre o seu principal adversário, Murlio Hingel, do PMDB. Sempre ao lado da mulher Márcia, que também está conseguindo uma cadeira na Câmara Municipal, Bejani percorreu as três Zonas Eleitorais ontem à tarde, provocando alvoroço entre correligionários e curiosos, que formaram um autêntico sequeiro. A confusão foi tanta que o juiz eleitoral, Sidney Afonso teve que requisitar reforço policial para proteger o candidato do assédio popular. Com um comportamento mineiro, apesar de ter nascido em São Gonçalo, no Rio de Janeiro, Bejani, em momento algum admitiu a vitória, o que, no entanto, não lhe impediu de falar como candidato. Já tem programado o pagamento de uma promessa em Aparecida do Norte, com direito a acompanhamento dos eleitores, e uma proposta de aproximação com adversários do porte de Custódio Mattos, "que fez uma campanha limpa". Na administração o único a comentar a performance de Bejani foi o secretário de Obras, José Maurício Gomes. Ele já admite a derrota do PMDB, mas adverte que "a cidade vai se arrepender desta decisão, pois vai enfrentar um retrocesso de 10 anos". O prefeito Tarcísio Delgado não compareceu à Prefeitura (página 3).

Bejani já comemora a vitória ao visitar as Zonas Eleitorais, como a do Sport



## ANEXO 03

Tribuna da Tarde – 18 de novembro de 1988.



O frentista, o pintor, a dona de casa, o barbeiro e o charreteiro acreditam que Bejani pode resolver os problemas dos bairros da cidade. Para eles Bejani é "a esperança da população da periferia"

## Voto dos bairros leva Bejani à liderança

Urna aponta Bejani como candidato da periferia. Eleitor insatisfeito busca alternativa

Em todas as esquinas, bares, restaurantes e residências, o assunto é Carlos Alberto Bejani. O candidato, de 39 anos está sendo considerado o fenômeno político. O Bejani era denunciar as irregularidades que via e proteger a população pobre da população dos bairros que sofriam. Foi desta forma que Bejani, considerado o Rei dos bairros, conseguiu ter uma votação tão alta nas eleições e que é considerado o novo prefeito de Juiz de Fora.

Bejani se sintia um grande amigo de Bejani. Todos o consideram uma grande pessoa "porque ele fala a linguagem dos pobres. Ele é amigo, sincero, e não quer prejudicar ninguém", estes são os comentários atribuídos ao candidato do PJ, Carlos Alberto Bejani.

Mas quem são seus eleitores, o que fazem, quanto ganham e como vivem? Ubaldino Alves Coelho, 42 anos, proprietário do Salão Ubaldino no Bairro Linhares, concluiu somente o curso primário e disse que votou em Bejani porque a Nação está uma anarquia, a insatisfação do povo é muito grande e acredita que seu candidato não seja pior do que os outros. Destaca ainda que seu voto foi de protesto pela falta

de respeito que os dirigentes têm com os brasileiros. Maria Consoladora Vasconcelos Alves, 36 anos, do lar, acha que Bejani é a esperança de Juiz de Fora e confia plenamente que ele dará apoio aos pobres.

Sebastião Pedro da Silva, 32 anos, desempregado e morador no Bairro Bom Jardim, disse que sempre escutou o programa que Bejani fazia no rádio e que por isso gosta muito dele. "O Bejani é pobre igual a nós", comenta Sebastião. Elisa Vieira de Souza, 32 anos e que trabalha com o marido na Mercadoria Nossa Senhora Aparecida, disse que escolheu o Bejani para votar porque ele só fala a verdade e assim acredita que ele será um bom prefeito. Elisa Vieira nunca frequen-

tou uma escola.

Eugênio de Souza, 37 anos, comerciante e que tem uma renda mensal em torno de Cr\$ 150 mil, disse que votou em Bejani mais em consideração a um amigo e teme que o seu governo não seja bom, já que em sua campanha ele não apresentou nenhum plano. "O Bejani é nosso amigo e mesmo com medo de seu governo eu acredito que ele não esquecerá de nós", acrescenta Eugênio. Antônio Moraes, 21 anos, tem uma renda mensal de Cr\$ 98 mil por mês e trabalha em serviços gerais, considera Bejani como sendo o ideal para Juiz de Fora porque ele conhece como ninguém o que é ser pobre. Esta é a mesma opinião do servente Claro da Silva, analfa-

beto e que ganha mensalmente cerca de Cr\$ 30 mil.

O morador da Vila Santa Rita, Luiz Bolvo, 39 anos, analfabeto, charretista, disse que não há como saber o quanto ganha por mês porque nem todo dia tem serviço, mas acha que o Bejani vai resolver este problema com a classe mais pobre. Maria da Conceição Tiraponi, doméstica, 63 anos e com uma renda mensal de Cr\$ 20 mil disse gostar do Bejani porque tudo o que ele fala é verdade e que "ele está certo em falar mal destas pessoas". O carpinteiro Antônio Pacheco, 73 anos e que ganha Cr\$ 21 mil por mês escolheu Bejani porque "quando tem uma coisa errada ele diz logo".

O frentista Francisco Hélio Go-

mes, disse que votou em Bejani porque ele é o único político honesto e além disso faz parte do povo. O motorista de táxi Alvaro José da Silva, 34 anos, acha Bejani "um cara bacana".

Bejani, este carioca de São Gonçalo e que chegou em Juiz de Fora aos 5 anos de idade, foi engrate, vendedor de pirulito, lavador de carro, lavador de copo em restaurante, viajante e aos 14 anos começou como radialista.

Residente no Bairro Bandeirantes, Bejani casou-se com Márcia Regina Bejani no dia 7 de março de 87 e daqui a 6 meses nascerá seu primeiro filho. Hoje ele é considerado um fenômeno político.



ANEXO 04

Diário da Manhã - 18 de novembro de 1988.

Juiz de Fora(MG), 18 de novembro de 1988

DIÁRIO DA MANHÃ

POLÍTICA - 3

# Alberto Bejani é aclamado no Sport

Alberto Bejani, candidato do Partido da Juventude, e virtual prefeito de Juiz de Fora, visitou ontem os locais de apuração, e apesar da avalanche de votos com putados a seu favor até ontem, disse a imprensa que não se considera ainda eleito e vai aguardar a apuração do último voto na última urna. A reação dos populares presentes ao Sport foi mais eufórica e Bejani foi recebido com aclamação de "Prefeito".

Antes de seguir em visita para o Tupi, onde funciona a apuração dos votos da 154ª Zona Eleitoral, Bejani teve que esperar pela escolta policial exigida pelo juiz Sidney Afonso. No meio da avenida Brasil, novas manifestações de apoio dos correligionários, que pararam o carro em que estava Bejani e sua esposa Márcia, para cumprimentá-lo. O assédio foi tanto que Bejani mal conseguiu atender à equipe de televisão que tentava gravar uma entrevista. O candidato do P.J. voltou a afirmar que ainda é cedo para com as orações, mas admitiu que caminha para a vitória.

"Em muitos bairros ainda não apurados teremos uma votação expressiva, mas devem os perder em algumas urnas e dividir votos em outras. Em bairros como Santa Cruz, Nova Era, Jockey Clube II e III, Vila Ideal, Furtado de Mendez, Santa Efigênia e São Geraldo, vamos nos assegurar. Mas no Bom Pastor e em São Mateus, vamos os levar de enfiada", analisou Bejani.

Como não deixou de acompanhar Bejani reiterou que vai governar com independência "porque não me envolvi com grupos políticos ou econômicos". Segundo ele, esse é o resultado de um trabalho de ser-

ano e 12 dias "e agora está começando a aparecer o voto do meu povo. Não estou cantando vitória, estou correndo os pés no chão".

### PAGAR PROMESSA

Assim que a vitória se concretizar, Alberto Bejani pretende cumprir a promessa que fez a Nossa Senhora Aparecida e seguir para Aparecida do Norte, se possível, acompanhado de correligionários. Bejani disse que quer cumprir o compromisso ao lado de quem trabalhou com ele, mas para conseguir os ônibus terá de contar com a colaboração das empresas, já que não dispõe de fundos para bancar a ida.

Quanto à futura administração de responsabilidade do candidato do Partido da Juventude, Bejani já adiantou que procurará cuidar-se de pessoas competentes em cada área, mas reafirmou que ainda não é o momento de falar em nome. Com relação à Câmara Municipal, a expectativa em torno dos candidatos do P.J. não chega a ser grande, pelo tamanho do partido, mas o virtual prefeito acredita que poderá contar com o apoio dos parlamentares independentemente de legendas. "Vamos promover a união para conseguir administrar para a comunidade".

Ainda se recusando a falar com o novo prefeito de Juiz de Fora, Bejani vê motivos para comemorar a vitória. "Se a tendência de votação espontânea nos bairros permitisse, esse padrão não se mantinha, ficaria praticamente impossível ocorrer qualquer mudança significativa. Caso as coisas continuem caminhando assim, Bejani é o futuro prefeito de Juiz de Fora".



Márcia: certa da vitória

Após a final das apurações dos votos Márcia Bejani, 23 anos, pode ter se tornado a primeira-dama do município e uma das novas ocupantes de um a das vagas da Câmara Municipal. Com o candidato a vereadora pelo Partido da Juventude, Márcia tem um a boa coleção, apesar da indefinição do quadro que se deverá ficar bem desenhado no final do trabalho de contagem dos votos. Mas com o apoio do candidato Alberto Bejani, Márcia virtualmente já comemora essa hipótese.

Márcia esteve no local do trabalho de contagem dos votos e como ele deu especial atenção para as candidatas. Uma das candidatas em questão se deu ao destaque em uma entrevista ao DIÁRIO DA MANHÃ, no mês de outubro. Ela disse que pretende ficar

na planície ao invés de ocupar um dos carrinhos destinados às esposas dos candidatos. "Não somos do tipo que ficamos separados", questionou Márcia, que conheceu Bejani há quatro anos enquanto ele fazia um reportagem na porta de sua casa no bairro São Bernardo. Márcia que espera um bebê para daqui a seis meses, está casada com Bejani há dois anos e o casal pretende ter ainda um filho. Os projetos tanto quanto para vereadora com o enquadramento em outra área, estão todos voltados para o social. "Uma das minhas preocupações é também o problema de moradia. Nas moradoras em casa alugadas e com despesas de parte o problema". Márcia participou ativamente da campanha de seu marido, e não que ele, está convicta da vitória. "Bejani já é o prefeito".



Alberto Bejani saudado por correligionários no Sport e no meio da avenida Brasil



## Fenômeno Bejani e PSDB são novidade

O cientista político Rubem Barbosa, que participou da campanha de Custódio Mattos, já considerava ontem à tarde a vitória de Alberto Bejani como um fato. "Se a tendência de votação espontânea nos bairros permitisse, esse padrão não se mantinha, ficaria praticamente impossível ocorrer qualquer mudança significativa. Caso as coisas continuem caminhando assim, Bejani é o futuro prefeito de Juiz de Fora".

De qualquer modo, Rubem Barbosa não deixou de considerar boa a performance de Custódio Mattos, candidato do PSDB que até quarta-feira mantinha a liderança. Segundo ele, em relação a outros partidos, que contavam até com a liderança da administração, o candidato do PSDB, esse eleição municipal trouxe duas coisas novas na política: o PSDB e o fenômeno Bejani. Para ele o PSDB tem o melhor partido político mais eficiente e com maior futuro político em Juiz de Fora.

"Esse processo foi importante porque conseguiu divulgar o partido e implantá-lo definitivamente na cidade". "O fenômeno Bejani", também foi terra de análise de Rubem Barbosa que acredita a vitória do candidato em tempos de crise, de procurar uma figura inestimável. "Ele encarna perfeição e o ressuscitamento de ideias mais carentes da população que se sentem deserdadas". Mas o cientista político não deixa passar o que chamou de "crise dos políticos tradicionais" e a incapacidade de outros em conduzir o processo sucessório. Nesse grupo, Rubem mencionou o senador Itamar Franco, o deputado federal Paulo Delgado, o deputado estadual Sebastião Helvécio e o prefeito Tarso Delgado. "Eles foram irresponsáveis porque se afastaram do processo para evitar problemas. Por outro lado, Tarso Delgado participou, mas conduziu mal o processo".

Rubem Barbosa prefere não fazer um a projeção do que será a administração de Alberto Bejani, mas disse que com o todo julgarão esperar que ele faça o melhor possível.

## Custódio não define futuro político

Já admitindo a vitória de Alberto Bejani, o candidato do PSDB Custódio Mattos disse ontem que por um conjunto de situações peculiarizadas a esse pleito o candidato do P.J. dificilmente seria batido nas urnas. Custódio afirmou que esse resultado se deu porque alguns candidatos entraram na disputa com o se não precisassem se esforçar para vencer. "Eleição não se ganha na véspera", afirmou. Outro motivo apontado pelo candidato "teve no" foi o risco que se correu em certos partidos ao não escolher o melhor candidato entre os postulantes à indicação.

Nas terminais a ironia eleitoral, Custódio classificou de fantástica a experiência vivida e não

tem planos quanto a um futuro político. "Minha única intenção agora é voltar ao trabalho. Não sou um político profissional e tem sido difícil em seguir esse caminho por morar em Brasília e pela situação financeira".

Custódio afirmou que participou da eleição deste ano porque era o prefeito de Juiz de Fora foi um projeto "acabado" com muito contínuo", mas que não vai se envolver em nome de ideias sobre as quais não está convencido. "Tive sim uma votação expressiva e conquistei um a popularidade mas isso não me faz candidato em qualquer circunstância. Estarei sempre a serviço, mas em que papel é difícil dizer".



"Não serei candidato em qualquer circunstância"



# ANEXO 05

Diário da Manhã - 19 de novembro de 1988.

DIÁRIO DA MANHÃ

POLÍTICA - 3

## Bejani fala como novo prefeito



Alberto Bejani: fé e pragmatismo

### Prefeito eleito duvida de boicote

O prefeito eleito de Juiz de Fora, Alberto Bejani, disse não acreditar que algum vereador disposto a não votar o Orçamento Municipal para o próximo ano, como forma de dificultar a sua administração. Segundo ele, são ideias "infundadas e não acredito que os vereadores deixem de votar um orçamento, ficando contra a população. Esta colocação

que não partiu deles, é completamente irracional, já que eles devem se posicionar a favor da comunidade".

Bejani garantiu que pretende entrar na Prefeitura de Juiz de Fora com a "bandeira da paz, do entendimento e não com bandeira de discordância. Pretendo desenvolver o mais alto nível de relacionamento, assir com o desejo que eles

tenham um bom relacionamento corrigido na prefeitura".

Se não são os vereadores, então de quem poderia ter partido tal ideia?

Alberto Bejani explicou que vários comentários infundados têm sido difundidos "desde o início da minha campanha. Só gostaria que as pessoas raciocinas-

sem antes de emitir opiniões erradas. Esta afirmação é cor base no artigo 85 parágrafo primeiro da Constituição que prevê o seguinte: "Entre outras coisas: 'Se o orçamento não for apreciado ou se for recusado pelo Legislativo, caberá ao Executivo promulgá-lo contra Lei', e possui parecer favorável do Tribunal de Contas do Estado, em 9 de janeiro de 1975.

## Declarações de Alberto Bejani ao IM

"Sebastião Helvécio demonstrou um grande fraqueza. Ele tem medo de tomar o cargo pela frente" (em 6 de junho, depois de ter deixado o PDC e acusado Sebastião Helvécio de ter oferecido vantagens para que não disputasse a Prefeitura).

"Moralizar inicialmente as vergonhosas irregularidades existentes em alguns órgãos públicos" (em 3 de agosto, sobre a identificação de ideias com o governador Fernando Collor de Mello, do Alagoas).

"As pesquisas realizadas nessa cidade foram engavetadas por diversos setores, que a princípio as chamaram de 'zebras', porque na realidade, o P.J. disparar até lidera todas elas" (em 3 de agosto, a respeito da possível manipulação de dados em consultas eleitorais).

"Pensei em sair com recelo de ir e desopinar no P.J. com o eu deixasse a campanha não eu deixasse a campanha não eu deixasse a campanha" (em 11 de agosto, depois de deixar a possibilidade de renúncia em favor de outra candidatura e explicar que os pequenos problemas internos já estavam resolvidos).

"Não já colocam os nossos candidatos na rua e ele (Mello Reis) está apenas correndo. Ontem, (17 de agosto), colocaram a noite fria e corram barragem a noite fria e corram barragem a noite fria" (Avançando o resultado de uma consulta de opinião que deu 48,7% de intenção de voto contra 21,6% de Mello Reis).

"Não darei apoio ao nome de Mello Reis e ao Município Hino" (em 19 de agosto, quando se cogitava a possibilidade de

realização de dois turnos nessa eleição municipal).

"O governador, que é um homem positivo, respondeu que não poderia apoiar o candidato que tem a sustentação de Newton Cardoso, representante da corrupção nacional, e que como deputado constituinte votou pelos cinco anos para Sarney" (em 20 de setembro, quando visitou Fernando Collor de Mello em Maceió e foram dados telefonemas para o gabinete do governador pedindo apoio para Mello Reis).

"Fernando Collor sabe que isso não é verdade, pois assim que ele me fez muitos contatos com ele, quando entrei para o P.J., ele pediu um levantamento completo de toda a minha vida. Além disso encontrou pesquisas que apontaram uma vitória com 63% dos votos, um verdadeiro 'assacra'" (na mesma data, a respeito das acusações feitas nos telefonemas anônimos).

"Para recuperar o Estado depois dos enchentes que fizeram 50 mil desabrigados e 5 mil mortos, Collor recebeu 225 milhões enquanto um candidato de Juiz de Fora, apoiado por um governador, recebeu 350 milhões só para propaganda eleitoral" (na mesma data).

"Isso é um absurdo, em pleno horário da novela da Globo" (na mesma data, sobre a ideia de 1.500 pessoas presentes aos corriqueiros).

"Minha campanha vai à frente com recursos divinos. Não me corrompo e não quero e todo mundo vai poder confirmar que até 15 de novembro não irei corromper. Por isso, vou poder admitir a cidade com independência" (na mesma data).

"Eu me considero um dos

preferidos e estou trabalhando para manter isso. Minha campanha é na periferia" (na mesma data).

"A Nova Amizade está nas mãos de Mello Reis" (em 21 de setembro, depois de derrubar-se da rádio alegando pressão por parte da diretoria que havia deixado o programa do radialista fora do ar por seis dias).

"A primeira prova, e para mostrar que estou falando a verdade, foi quando por interesse de grupos dentro da própria entressora em que trabalhei, e que transmiti o debate ao vivo, sofri pressões violentas para que apiasse um candidato que trazia no bolso um canal de FM. Tive que me retirar da entressora porque não dava mais para continuar sob pressão. Seguindo um grupo que me chamou para conversar e me propôs para que entrasse nos bastos trabalhando no prefeito atual e deixando o candidato do PDS seguindo livremente. Esse grupo pertence ao maior grupo de organização de Juiz de Fora, que está preocupado porque aprovou durante muitos anos das verbas e vantagens da Prefeitura e agora, buscando também um interesse pessoal, virou as costas para a Prefeitura" (em 11 de setembro).

"Eu vou aproveitar os dois minutos para parabenizar o DIÁRIO DA MANHÃ pela análise correta que vem sendo posicionando nessas eleições: sem punir para grupos de interesses, sem punir para ninguém candidato, que é o tranche no outro jornal todos os dias e que se esquece que em Juiz de Fora existem oito candidatos. Um fantasma, não sabem os, mas existem oito candidatos, promulgado pelo DIÁRIO DA MANHÃ pela análise correta com o ver situação em Juiz de Fora. Apoiando esses dois minutos também para dizer que vocês tiveram a oportunidade de ouvir todos os candidatos e vocês de casa que está acontecendo pela Rádio Nova Amizade, está ali um a ótica a oportunidade para você votar certo. Votar todos juntos para acabar com essa desgraça que é o PMDB e o PDS de um a vez só, porque a gente não aponta mais. Você tem agora um a ótica a oportunidade e no dia 15 de novembro vamos acabar com a corrupção, vamos acabar com o governo Newton Cardoso, com o PDS, com esse desgoverno, com os verres da política nacional. É hora de você votar certo e dizer não ao PDS e ao PMDB. Essas palavras que já nos enganaram durante (em 17 de outubro, nas considerações finais do debate).

No início da noite de ontem, em meio ao atarredamento de amigos e correligionários e de olho no noticiário, o prefeito eleito de Juiz de Fora, Alberto Bejani, deu a entrevista exclusiva ao DIÁRIO DA MANHÃ. Bejani falou pela primeira vez como o prefeito eleito dos desafios enfrentados até aqui e dos que estão por vir. "Para mim foi um desafio quando lancei minha candidatura, quando perdi o partido ao qual estava filiado, quando se iniciaram os corriqueiros, quando no dia da eleição não tinhamos dinheiro para pagar pessoas para trabalhar em boca de urna, quando com esse perdendo a eleição e até mesmo quando em um hora e dois minutos passei da quarta para a primeira posição. Quanto à administração Bejani classificou de "um desafio consistente", e prometeu permanecer nos quatro anos de governo "com o aplauso popular assim com o entrem". A partir do dia 1º de janeiro, Bejani vai cumprir o que veio dizendo durante a campanha: conhecer o que foi feito e o dinheiro gasto nos seis anos de administração. Todos Juntos de Juiz de Fora vai auditar as contas das secretarias. "Não quero dizer com isso que exista algum problema, mas é importante conhecer a casa em que você entrou".

#### PROJETO ADMINISTRATIVO

A ideia da "prefeitura revolucionária" não deixou de fazer parte dos planos de Bejani e será posta em prática com a forma de adaptação do secretariado à realidade local. "Eu já conheço bem a situação desse povo, porque trabalhei com eles nesses últimos oito anos, e quero que meus assessores também a conheçam; de perto, para que saibam com o e grande necessidade de ajuda".

O atendimento à população será feito, pelo menos um a vez por semana, pelo prefeito e todo o seu secretariado. Bejani está disposto a atender cada caso pessoalmente e repassá-lo ao secretário competente. "Quero que cada cidadão que tenha um problema a sala da Prefeitura com uma resposta, seja ela positiva ou não".

Dois problemas sérios, habitação e emprego, são para Alberto Bejani um a mesma coisa, e devem ser resolvidos em conjunto. "Não adianta dar uma casa para um desempregado, porque ele e a família não vão com ele, ele vai vender a casa. Se não tiver o emprego ele vai vender tudo o que tiver dentro da casa. Os dois problemas têm que ser tratados em conjunto".

Para incrementar a oferta de emprego, Bejani pretende facilitar a vinda de indústrias para a cidade, de maneira semelhante ao que foi feito no sul de Minas. O prefeito eleito pretende cobrar preços simbólicos para que as empresas se instalem no triângulo industrial do Milho Branco, especialmente as indústrias locais de pequeno porte que sofrem com os altos preços dos aluguéis.

Bejani, mais relaxado depois da confirmação do resultado das eleições, se disse vitorioso e feliz pelo reconhecimento do povo. "Não me sinto responsável pela Prefeitura. Agora com o homem público não deve a ninguém a continuidade que me elegue".

Publicar os abaixo várias declarações do prefeito eleito, Alberto Bejani no decorrer da campanha eleitoral dada, muitas vezes, com exclusividade ao DIÁRIO DA MANHÃ.

tel. "Essas boatos são a demonstração do medo que certos candidatos têm de enfrentar Alberto Bejani nas urnas" (em 10 de novembro, desmentindo rumores de uma possível renúncia nas vésperas da eleição).

"Depois de um ano e sete dias de campanha, tem o adriana de tudo o respeito pelas milhares de pessoas que nos apoiaram. Minha candidatura é uma candidatura sólida, que tem voto fidedel".

"Eu não sou homem de duas palavras, e não há dinheiro que corra a minha candidatura" (idem).

"E os lágoas, que se dizem fiéis, cometeram o pecado mortal de divulgar uma nota irreal e que leva a crer que eles é que não estavam na Vila da Prata" (em 10 de novembro, sobre a acusação de ausência no conflito da Vila da Prata em que os moradores foram despejados, feita por um carta assinada pelo Conselho Diocesano de Leigos e seus irmãos de fé).

"Se o prefeito desmentir, eu digo os nomes dos presentes à reunião, o dia e o local onde ela ocorreu" (em 11 de novembro, sobre a denúncia de que a tarifa dos transportes coletivos seria aumentada de 15% em 15 de novembro, sobre o acordo entre Prefeitura e empresários).

"Não recontratos que a possível fase a campanha limpa, com respeito a todas as candidaturas. Não não só vamos ganhar as eleições com o povo, e o povo escolheu com liberdade seu candidato" (em 17 de novembro, depois de ser sacudido com o novo prefeito da cidade em visita às juntas apuradoras).

Prefeitura e saber onde e com o foi gasto o dinheiro público nesses seis anos", (idem).

"O secretariado será escolhido por um conselho de dez pessoas idôneas, ser vinculado partidária. Terem um médico na secretaria de saúde, um engenheiro cuidando das obras, e um professor na educação. Terem os assessorados certas nos lugares certos, e vamos escolher com liberdade porque não tem os vinculo com nenhum grupo" (em 15 de novembro).

"Prefiro aguardar, mas temo a certeza de que não serei o quarto colocado e outro é nos o terceiro" (em 16 de novembro, quando Custódio Mattos liderava a disputa).

"O povo responderá o desgoverno adotado pelo partido (PMDB) e os resultados ali estão. Em Juiz de Fora, enquanto o P.J. está nascendo, o PMDB está morrendo" (em 16 de novembro).

"Agora está correndo a apuração o voto do meu povo. Não estou contando vitória, estou correndo para o choro" (em 17 de novembro, sobre a arremetida para a liderança).

"Vou os promover a união que a tarifa dos transportes coletivos seria aumentada de 15% em 15 de novembro, sobre o acordo entre Prefeitura e empresários).

"A votação expressiva de Alberto Bejani, Custódio Mattos e o resto de José Luiz Guedes prova que Juiz de Fora não tem dono, que ela é do povo, e o povo escolheu com liberdade seu candidato" (em 17 de novembro, depois de ser sacudido com o novo prefeito da cidade em visita às juntas apuradoras).



## ANEXO 06

Tribuna da Tarde – 19 de novembro de 1988.

**TRIBUNA DA TARDE**

Juiz de Fora, sábado, 19 de novembro de 1988

Director-Presidente: Juracy Azevedo Neves

Ano 3 - Nº 753 - 12 páginas, mais classificadas - Cz\$ 100,00

# Bejani massacra. É prefeito

*E já faz promessas e planos. Um deles, visitar os bairros da periferia que o elegeram, no domingo*

## PMDB, o grande derrotado na contagem final

Começam a ser concluídas as apurações nas principais cidades brasileiras e em quase todos os municípios vão se confirmando as tendências do início da apuração. Em Curitiba, por exemplo, a contagem dos votos já terminou consagrando a vitória de Jaime Lerner, do PDT. Uma surpresa, ocorreu em Londrina, onde o candidato do PDT, Antônio Belinati, em segundo lugar durante grande parte da apuração, reverteu o quadro e venceu as eleições. Em Recife, foram apuradas 92 urnas e Joaquim Francisco, do PFL, mantém larga vantagem sobre Marcus Cunha, do PMDB. Na terra do presidente José Sarney, São Luís, o candidato do PDT, Jackson Lago, está ganhando.

## Corrupção. CPI adia reunião para dezembro

A CPI da Corrupção, em reunião realizada ontem, decidiu adiar para o próximo dia 29 o início da discussão do parecer do seu relator Carlos Chiarelli, PFL-RS, apresentado há cerca de 20 dias, que incrimina o presidente da República e vários outros altos funcionários ou ex-funcionários do governo. A decisão, tomada em uma reunião que durou apenas 15 minutos, foi feita em clima de muita tranquilidade e cordialidade. Todos, governistas e opositoristas, mostravam-se compreensivos, resultado das conversas ocorridas na véspera entre os integrantes da CPI, no curso das quais se chegou a um consenso: a gravidade da crise vivida pelo País (página 9).

## Cz\$ 3,5 bilhões. O gasto com as eleições

Até hoje já foram gastos pelo Tribunal Superior Eleitoral três bilhões e meio de cruzados, com a realização das eleições municipais em todo o País, sem contar os gastos que a Justiça Eleitoral ainda terá na totalização dos votos por computador e os custos com o deslocamento de tropas federais para 277 municípios em 15 estados, visando a garantia da votação e da apuração. Até agora São Paulo é o Estado que mais recebeu verbas: Cz\$ 577,8 milhões e o TSE estima que deverão ser gastos cerca de Cz\$ 700 milhões somente com o ressarcimento dos gastos efetuados pelo Ministério do Exército para deslocamento de tropas federais para os 277 municípios (página 9).

## Custódio acha que esquerdas só erraram

A vitória do candidato do Partido da Juventude, Alberto Bejani, consolidada ontem por uma vantagem de mais de 12 mil votos, está provocando discussões dentro e fora dos partidos derrotados, sobretudo os que se consideram progressistas. No estabelecimento de culpa, o comportamento do senador Itamar Franco e dos deputados Paulo Delgado e Sebastião Helvécio, além do próprio prefeito Tarcísio Delgado, está sendo levado em conta. O professor Rubem Barbosa, da Universidade Federal, acha que os parlamentares se omitiram. Custódio Mattos também reconhece que a esquerda teve equívocos. Itamar não gostou da análise e disse que Rubem Barbosa está equivocado (página 3).

O candidato eleito, Alberto Bejani, que tem posse marcada para o primeiro dia de janeiro do ano que vem, faz neste domingo o seu primeiro retorno aos bairros da cidade. Com números massacrantes a seu favor — já está com mais de 12 mil votos de frente sobre o segundo colocado — ele promove uma passeata pela manhã, como agradecimento às bases por sua vitória. Hoje, no entanto, ele terá uma nova experiência de corpo-a-corpo. Seus assessores estão programando uma passeata pelo calçadão da Halfeld já como candidato vencedor. Aliás, o sucessor de Tarcísio Delgado, mesmo de maneira discreta, já está elaborando as principais questões de governo. Nas diversas entrevistas que concedeu ontem, até mesmo para repórteres de outras cidades, ele tem definido prioridades em torno de transportes e abastecimento. Reafirmou o discurso de campanha, quando promete passagem grátis para os carentes e a implantação de poços artesianos em áreas críticas do município. No penúltimo dia de apuração, Alberto Bejani ampliou sua vantagem sobre seus adversários. Pelas contas da Tribuna da Tarde, Solar AMFM, ele alcançou, em 592 seções, 45.539 votos, estabelecendo uma média de 76,9 votos por seção. Entre os veredictos o quadro permanece difuso. Muitos já desistiram de procurar seus votos, deixando por conta dos computadores da Justiça Eleitoral a definição da futura Câmara Municipal. Os números definitivos para o Legislativo, no entanto, só deverão ser conhecidos na semana que vem, pois até os computadores do TRE estão lentos. Até agora, apesar de terem mandado mais de 100, os juizes eleitorais só tiveram números oficiais de 55 urnas (página 3).





## ANEXO 07

Diário Regional – 26 de outubro de 2000.

# Bejani mantém equilíbrio em reta final de campanha

Equilíbrio é a palavra-chave adotada pelo candidato do PFL, deputado estadual Alberto Bejani, para estes dois últimos dias de campanha. Ele garante que vai manter sua conduta adotada durante toda a disputa pela Prefeitura e que não existem trunfos ou fatos políticos que poderia apresentar nesta reta final.

Bejani vai concluir sua campanha com um comício, amanhã, na Praça do Riachuelo. O candidato promete que será um comício como os que foram realizados até então. Ou seja, vai apresentar seu plano de governo. A propaganda para rádio e TV de hoje e amanhã vai se manter na mesma linha do que já foi apresentado.

Mas Bejani diz que independente do resultado, ele se sente vencedor. Segundo o candidato pefelista, isto não é indício de que ele se sente desani-



O candidato Alberto Bejani diz não ter trunfos

mado em relação ao pleito. Bejani afirma estar confiante em pesquisa que será divulgada hoje que lhe dá quatro pontos de vantagem. Confessa que é vitorioso por ter mantido equilíbrio durante toda a campanha e sabe que para ser um administrador ou deputado federal é necessário manter esta conduta.

Alberto Bejani analisa

que a campanha foi árdua pelo fato de ter enfrentado um candidato que é prefeito da cidade. Enfrentei um prefeito com a máquina administrativa ao lado dele e o Governo do Estado dando apoio a este prefeito através de seus assessores e secretários”, completa, se referindo ao apoio que o governador Itamar Franco declarou ao candidato do

PMDB Tarcísio Delgado.  
**PROPAGANDA**

O candidato pefelista informa que já pediu através da Justiça Eleitoral a retirada da propaganda do PMDB que usa sua imagem. Alega que além do fato de estar contra a lei eleitoral, ela deturpa uma declaração sua dada na Assembléia durante a greve de professores estaduais. Lembra que na época havia a possibilidade de corte de pontos anunciada pelo secretário da Educação Murílio Hingel e o governador Itamar Franco estaria vindo para Juiz de Fora. Completa que sua declaração na íntegra foi “Senhor governador, o senhor tem que ficar em Belo Horizonte. Não tem que ir para lugar algum. Pelo Amor de Deus, mandem Itamar Franco para qualquer lugar, menos para Juiz de Fora”.

Renata Miranda



## ANEXO 08

Jornal Panorama – 01 de novembro de 2004.

Veja a cobertura das eleições também em Minas Gerais e no Brasil 15

# PANORAMA

JUIZ DE FORA - segunda-feira, 1 de Novembro de 2004 Presidente: Omar Rezende-Pereira • Vice-presidente: Wilson Cid • Diretor de Jornalismo: Ana Maria Ano 11 - Nº 220 - R\$ 1,00

## Agora é BEJANI

Com 3.620 votos de diferença, o petebista Alberto Bejani é o novo prefeito de Juiz de Fora, confirmando a pesquisa Ibope/PANORAMA que mostrou empate técnico **02 A 14**

### MUITO OBRIGADO, JUIZ DE FORA.

Não que um teste de resistência, esse campaigner político foi um verdadeiro teste de amor à Juiz de Fora. Com o seu voto, eu venci. E como prefeito, farei uma Juiz de Fora ainda mais vencedora, uma cidade ainda mais feliz. Com trabalho e determinação, com maturidade e equilíbrio, com o seu apoio.



...HONESTAMENTE, MUITO OBRIGADO.

PREFEITO **BEJANI**



Segunda e Terça do Sacolão. O Bretas cultiva ofertas pra você colher economia.



**Bretas**  
PREÇO BAIXO É AQUI



## ANEXO 09

Jornal Panorama – 01 de novembro de 2004.

**PANORAMA** 7 **CIDADE**  
1 DE NOVEMBRO DE 2004

**DE VOLTA AO PASSADO** | Trajetória humilde serve de inspiração para motivar os mais necessitados na escala social

# Bejani renasce como novo 'pai dos pobres'

GERALDO MUANIS  
geraldomuanis@jornalpanoramajf.com.br

Radialista e ex-prefeito, o atual deputado estadual Carlos Alberto Bejani (PTB) retornará para a chefia do Poder Executivo no dia 1º de janeiro. Desta vez, além do respaldo popular, traz consigo uma aliança da qual participaram personagens que em um passado recente o colocaram diante de um paredão com críticas ácidas e acusações pesadas. Bejani marcou sua entrada na história política de Juiz de Fora com uma aparição meteórica e surpreendente, derrotando e humilhando as forças políticas tradicionais do município. O nocaute provocou torpor e revolta na elite política e intelectual, que além de não admitir o fracasso nas urnas, ainda hoje procura entender e digerir o golpe aplicado por aquele jovem populista que vivia nas filas do Inamps aterrizando a vida dos médicos que não cumpriam seu horário. Foi o defensor e "pai dos pobres" à frente do "Comando 730", doando alimentos e agasalhos e denunciando o sofrimento dos humilhados e ofendidos. Nascido em 27 de setembro de 1950 em São Gonçalo (RJ), Bejani tem sua história ligada ao circo Sarrazane, de seu avô, e depois ao Blue Star, de Renato Aragão. Perdeu o pai, Hélio Klinger Bejani, quando tinha três anos e meio. Numa das visitas do Blue Star a Juiz de Fora, sua mãe, Isa dos Santos Ferreira, conheceu o pedreiro Geraldo Sebastião Ferreira, abandonando o circo e dando à luz outros quatro filhos. Fixou residência na Vila Ideal. Bejani estudou até o científico, sempre trabalhando paralelamente às tarefas escolares. Começou vendendo pirulitos, na Escola Henrique Burnier, sempre antes das aulas e durante o recreio. Tinha que se desdobrar e, à noite, ainda tinha disposição para engraxar sapatos. Passou pelos Calçados Cardinelli e pelo Bar Acadêmico, seguindo depois para a loja de calçados 13 de Maio e para a Delmonte. É casado com Vanessa Bejani e tem quatro filhos.



■ Bejani volta à Prefeitura trazendo a imagem de alguém que saiu do nada e venceu após muita luta

## Administração marcada pela polêmica

Seu governo coincidiu com o período em que o Legislativo foi rotulado como "a pior Câmara Municipal da História de Juiz de Fora". Houve um momento de independência, no dia 2 de julho de 91, quando a Câmara aprovou em sessão histórica uma Representação de Leopoldo Tristão, um dos principais opositores, que pedia a investigação profunda sobre os "sinais exteriores de riqueza" do prefeito. O documento, que o candidato Custódio Mattos (PSDB) utilizou como arma no segundo turno, versa sobre o tema.

Diversos integrantes situacionistas engrossaram o descontentamento e dali para o final melancólico do governo foi um passo. Mas, Bejani faz um balanço bastante positivo. Foram entregues 5.212 casas populares, aumentou de 18 para 32 mil o número de alunos e o primeiro grau completo foi implantado em 90% das escolas públicas municipais. Além de conseguir a vacina contra a meningite meningocócica.

No dia 11 de agosto de 91, no final da tarde de um domingo, aconteceu o suposto acidente com Alberto Bejani. A versão oficial garantia que ele caíra da moto Honda CBX 750 cc, placa DK-131. Entretanto, permanecem no ar fortes especulações de que na realidade teria se envolvido em uma briga com defasfetos. Intimidado no Cotrel, Bejani se dizia "obnubilado", palavra recorrente nas explicações médicas. Marcial Fontes, seu vice, pediu uma junta médica, mas ficou só nisso.

No dia 18 de setembro de 91, durante entrevista coletiva, anunciou, em caráter irrevogável, que deixaria a vida pública em 31 de dezembro daquele ano.

Embora tenha prometido abandonar a política, disputou e perdeu uma eleição para seu arquiinimigo Tarcísio Delgado – a quem continuou chamando durante um bom tempo de "Raimundo Delgado". Depois da Assembleia Legislativa, retornou finalmente à Prefeitura. A promessa de ser diferente, após tantas críticas ao político profissional, Copa do Mundo, que apareceu de quatro em quatro anos", morreu no vazio. Bejani tomou-se mais um membro do tradicionalismo. E a gangorra política de Juiz de Fora não apresenta nada de diferente.

### INGRESSO NA POLÍTICA FOI UMA DECORRÊNCIA NATURAL

Ao mudar-se para o Rio de Janeiro, ficou responsável pela entrega dos exemplares de "O Globo" para o sul de Minas Gerais, regressando a Juiz de Fora dois anos depois, para ingressar então na Companhia Mineira de Refrescos. Aos 24 anos de idade, ingressou no carreira que o consagraria, na exínta Rádio Industrial.

Transferido pela Companhia Mineira de Refrescos para Barbacena, foi trabalhar na Rádio Correio da Serra. Nova transferência, agora para Belo Horizonte, onde também trilhou o caminho do radialismo integrando a equipe de esportes da Itália. Segundo ele, aí já não dava mais para fazer as duas coisas, optando então pelo rádio. De volta a Juiz de Fora ingressou na Rádio Nova Cidade, onde firmou o seu nome como defensor das camadas mais pobres da população através do "Comando 730", doando alimentos e agasalhos e denunciando o sofrimento do povo nas filas do Inamps.

A política foi uma decorrência natural, mas Bejani pretendia ser apenas candidato a vereador. Concluiu que tinha chances e colocou seu nome para disputar as eleições majoritárias, contra políticos de renome como o ex-prefeito Francisco Antônio de Mello Reis, o ex-diretor do Instituto de Pesquisa e Planejamento, Custódio Mattos; o então diretor do Iplan, Murlino de Avelar Hingel, candidato peemedebista à sucessão do prefeito Tarcísio Delgado.

Hoje, o político Alberto Bejani tem outra imagem, pois se refinou nas vestes e no trato, eliminando dos eleitores mais receosos os temores do bicho-papão.

**Atenção donos de papelaria e amarelo**  
**Garanta Já Seu Estoque Pra Volta às Aulas.**

Melhores preços, melhores condições  
**Melhor ainda:**  
**Compre agora e pague ano que vem.**



**Palimontes Delivery**  
Ligou, pediu tá na mão.

Rua Augusto Muanis, 48 - Bairro Industrial - Juiz de Fora 0800 701 5758



## ANEXO 10

Tribuna de Minas – 01 de novembro de 2004.

**Tribuna de Minas** Hoje, à meia-noite, adiante seu relógio em uma hora **Página 6**

DE FORA SEGUNDA-FEIRA 1º DE NOVEMBRO DE 2004 FUNDADOR: JURACY AZEVEDO NEVES www.tribunademinas.com.br ANO XXIV Nº 9645 R\$ 1

DE TODOS OS 44 MUNICÍPIOS COM SEGUNDO TURNO, RESULTADO DE JUIZ DE FORA FOI UM DOS MAIS APERTADOS

# Bejani vence por 3.620 votos

Imagem Press/31-10-04



**BEJANI A FESTA:** depois da carreatá, Bejani foi para a quadra da Real Grandeza comemorar com a militância. De joelhos, agradeceu o apoio recebido e que garantiu sua volta à Prefeitura

**Eleição só foi decidida nas últimas urnas, mantendo a tensão dentro dos dois comitês**

▶ **Carreata, depois da apuração, terminou em festa na quadra da Escola de Samba Real Grandeza**

**Custódio volta ao comitê para agradecer empenho da militância e dos políticos que o apoiaram**

▶ **Tarcísio vai abrir escritório de advocacia, mas não descarta voltar ao poder em 2008**

**Páginas 2 a 5**  
Imagem Press/31-10-04

**MUITO OBRIGADO, JUIZ DE FORA.**

Mais que um teste de resistência, essa campanha política foi um verdadeiro teste de amor à Juiz de Fora. Com o seu voto, eu venci. E como prefeito, farei uma Juiz de Fora ainda mais vencedora, uma cidade ainda mais feliz. Com trabalho e determinação, com maturidade e equilíbrio, com o seu apoio.



**...HONESTAMENTE, MUITO OBRIGADO.**

**PREFEITO BEJANI**

**ESTA EDIÇÃO**

SAROTINHO PERDE NAS TRÊS DAS CINCO CIDADES LUMINENSES QUE TIVERAM SEGUNDO TURNO **Página 6**

VITÓRIA DE JOSÉ SERRA EM SÃO PAULO DEFLAGRA PROJETO TUCANO DE RETOMADA DO PODER EM 2006 **Página 6**

ITAMAR AVALIA OS RESULTADOS E PÔE O PMDB ENTRE OS GRANDES DERROTADOS NAS ELEIÇÕES DE 2004 **Páginas 4 e 5**



ANEXO 11

Tribuna de Minas – 10 de abril de 2008.

**Tribuna de Minas**  
 FUNDADOR: JURACY AZEVEDO NEVES  
 www.tribunademinas.com.br  
 ANO XXVI Nº 4787 RS-1  
 DE FORA, QUINTA-FEIRA 10 DE ABRIL DE 2008

**1,7 MILHÃO EM DINHEIRO E PISTOLA DE USO RESTRITO SÃO APREENDIDOS NA CASA NO AEROPORTO**

# Bejani e mais 15 prefeitos presos em operação da PF

**Ex-PM detido com RS 208 mil em notas falsas é solto**

O ex-policia militar detido na noite de terça no Dom Bosco que teve flagrante confirmado foi liberado após pagar fiança. Na casa dele, a PM descobriu um revólver calibre 9, várias munições e R\$ 208 mil em cédulas falsas. Uma das suspeitas é que a quantia seria usada no chamado "golpe da viola", em que dinheiro copiado e comprado por valor inferior é colocado em circulação por estelionários.

**Página 9**

**PT quer impeachment já; PMDB articula, mas Câmara prefere esperar**

Em nota oficial, defendeu o início imediato do processo de afastamento do chefe do Executivo. As discussões passaram também pela vacância do cargo. O vice, José Eduardo Araújo, observou que só vai assumir mediante ato da Câmara ou da Justiça. A notícia da prisão chegou até o Congresso Nacional.

**Páginas 3 e 4 e Painel**

**Dia das Mães deve abrir 300 vagas temporárias**

O comércio de Juiz de Fora deve abrir vagas temporárias para suprir a demanda do Dia das Mães. Pelos cálculos do Sindicato, o número de postos pode chegar a 300, cerca de um terço do total que é criado todos os anos na época do Natal. A projeção da Câmara dos Dirigentes Lojistas (CDL) é que as vendas cresçam de 10% a 15%, na comparação com o ano passado.

**Página 7**

**70% do crime contra Isabella foi reconstituído**

Autoridades policiais responsáveis pelo caso do assassinato da menina Isabella Nardoni, 5 anos, disseram ontem já ter descoberto 70% do que aconteceu na noite do último dia 20, quando a menina morreu. De acordo com a delegada Renata Helena Pontes, com os dados que a polícia recebeu já é possível saber como foram feitos os ferimentos, como os fatos aconteceram e os lugares onde as ações foram realizadas.

**Página 10**

**Flamengo bate Cienciano em Cuzco e se classifica**

Jogando com inteligência e explorando o bom toque de bola, o Flamengo venceu o Cienciano por 3 a 0 ontem, na altitude de Cuzco, e garantiu classificação antecipada para as oitavas de final da Libertadores. Os gols foram marcados por Renato Augusto, Toró e Juan. Jogando na Argentina, o já classificado Fluminense perdeu por 2 a 0 para o Arsenal.

**Página 12**

**PT quer impeachment já; PMDB articula, mas Câmara prefere esperar**

O prefeito Alberto Bejani (PTB) foi preso ontem na Operação Passarada, que desmantelou o esquema de liberação irregular de verbas do Fundo de Participação dos Municípios (FPM). Outros 15 prefeitos de Minas e dois da Bahia foram detidos, além de magistrados, advogados, procuradores municipais, assessores e lobistas. Em Juiz de Fora, os trabalhos começaram às 6h, com ações simultâneas na casa de Bejani, no Aeroporto, em sua fazenda, em Evbank, e no prédio da Prefeitura. Foram apreendidos R\$ 1.100.300, armas, uma de uso restrito da PF, veículos e documentos. Antes de ser encaminhado para BH, Bejani, que teve a prisão temporária decretada por cinco dias, prestou esclarecimentos na Delegacia da PF por posse ilegal de armas. A noite, foi encaminhado para a Penitenciária Nelson Hungria, em Contagem.

**Páginas 3 e 4**

**Posse ilegal: policial conduz armas encontradas em propriedade do chefe do Executivo**

**Operação Passarada: Bejani foi preso em sua casa no Aeroporto**

**Reação: populares se manifestam na chegada do prefeito à delegacia da PF**

**Placenta: dezenas de curiosos se aglomeraram em frente à sede da Delegacia da Polícia Federal, na Avenida Brasil, para acompanhar a movimentação**



## ANEXO 12

JF Hoje – 10 de abril de 2008.

JUIZ DE FORA • quinta-feira, 10 de Abril de 2008 • Ano 1 • Nº 108  
Diretor Responsável: Wilson Cid

R\$ 0,25

**JF HOJE**

**Enfim!**

**BEJANI PRESO**

**AÇÃO E OMISSÃO**

Como cidadão consciente de suas responsabilidades com Juiz de Fora, sem temer ameaças, andei pregando no vasto deserto da omissão dos poderes e dos homens públicos, que nos últimos tempos permitiram, com seu silêncio, que Alberto Bejani instalasse aqui uma cleptocracia, na qual a vasta corrupção beneficia a muitos, mas principalmente a ele próprio. Ontem, numa operação da Polícia Federal, Bejani foi finalmente cercado e preso. Espero que tenha começado a pagar seus muitos pecados. De nada me vanglorio. Apenas cumpri meu dever.

A cidade está diante de um escândalo. E eu pergunto onde estavam, durante todo esse tempo, homens como os deputados Sebastião Helvécio, que foi à televisão dizer que havia colocado Bejani no coração, e Júlio Delgado, que via nesse prefeito o lado bom da política. Onde estiveram o PT, com seu falso moralismo, e os senhores Custódio Mattos e Tarcísio Delgado, que a tudo assistiam e nada disseram? Silêncio e distância. Registro, como exceção, o ex-deputado Marcello Siqueira, que também gritou e reagiu diante dos escândalos.

Por fim, onde está aquele pedaço vagabundo da elite de Juiz de Fora, useiro em tirar proveito das safadezas do prefeito?

**Omar Peres**

FOTOS: JOÃO SCHUBERT

Polícia Federal realizou buscas na mansão de Bejani

- ▶ **Federais cercam a Prefeitura**
- ▶ **R\$ 1,12 milhão na casa do prefeito**
- ▶ **Bejani levado preso para BH**
- ▶ **Máquina de contar dinheiro**
- ▶ **Bejani faz parte de quadrilha que desviou mais de R\$ 200 milhões**

• OPINIÃO, CIDADE e SOCIAL - páginas de 2 a 6 e 11



## ANEXO 13

Tribuna de Minas – 13 de junho de 2008.

# Tribuna de Minas

SEXTA-FEIRA 13 DE JUNHO DE 2008 FUNDADOR: JURACY AZEVEDO NEVES www.tribunademinas.com.br ANO XXVI Nº 4760 R\$ 1

## Bejani é preso, e vídeos flagram negociação e recebimento de propina

**▶ PREFEITO VOLTA PARA NELSON HUNGRIA PARA CUMPRIR PRISÃO PREVENTIVA** ▶ **PF PRENDE MAIS 4 EM JF: IRMÃO DE VANESSA, E 3 MEMBROS DA FAMÍLIA CARAPINHA** ▶ **IMAGENS FORAM APREENDIDAS PELA PF EM ABRIL EM COMPUTADOR DO CHEFE DO EXECUTIVO** ▶ **R\$ 178 MIL SÃO ENCONTRADOS NA RÁDIO DO PREFEITO EM SANTOS DUMONT** ▶ **DOCUMENTOS SÃO LEVADOS DA CASA DE NININHA SOARES E 3 CARROS, DA CASA DE MARCELO DETONI**

### DIÁLOGO GRAVADO ENTRE BEJANI E FRANCISCO CARAPINHA (BOLÃO)

**Bejani: Nada, primeiro aumento é meu. Não converso sem ser isto!**  
13/12/2005 16:52:28

**Bolão: 150 mil, 120 para você, 30 para mim. Presta atenção!**  
13/12/2005 16:51:38

**Bolão: Tudo não, Bejani. Isso não se faz, não!**  
13/12/2005 16:52:48

**Bejani: Eu vou dar a taxa, eu vou dar!**  
13/12/2005 16:52:47

*Bejani receberia R\$ 200 mil por cada centavo de reajuste de ônibus segundo denúncia*

Um esquema milionário de propinas pagas ao prefeito Alberto Bejani foi divulgado à CPI. Os vereadores José Soter Figueria e Flávio Cheker relataram denúncias feitas pelo empresário Arlindo de Carvalho 12 dias antes da Operação Pasárgada, quando ele teria revelado que Bejani teria recebido R\$ 200 mil por cada centavo a mais cobrado nas passagens de ônibus. Só com o aumento de janeiro de 2006, o prefeito teria embolsado R\$ 5 milhões, pagos ao longo de um ano.

*Gravação liga prefeito de JF a José Dirceu em suposta liberação de verba para rio*

Além do vídeo que mostra a negociação de propina em troca do reajuste dos ônibus, outra gravação flagra o prefeito citando uma suposta reunião com o ex-ministro José Dirceu para tratar da liberação de R\$ 70 milhões para a revitalização do Rio Paraíba. "Sabe quanto isso dá de comissão? R\$ 7 milhões", teria dito Bejani. O dinheiro foi liberado 50 dias depois.

Imagens contidas em CDs apreendidos pela PF em abril, na Operação Pasárgada, e obtidas com exclusividade pela revista "Época", mostram encontro entre prefeito Alberto Bejani e o empresário Francisco Carapinha, o Bolão

FONTE: REVISTA ÉPOCA/G1

Páginas 3, 4 e 5



## ANEXO 14

JF Hoje – 13 de junho de 2008.

# AGORA ACABOU, BEJANI!



O prefeito Alberto Bejani foi preso novamente, na manhã de ontem, durante a operação De Volta para Pasárgada, da Polícia Federal. Também foram detidos os donos da Auto Viação Norte, Francisco Carapinha, e seus dois filhos, Francisco José de Carvalho Carapinha (Bolão) e Wanderson Carapinha, além do cunhado de Bejani, Enilson Loçasso Cardoso. A polícia ainda apreendeu R\$ 230 mil e oito veículos.

• OPINIAO E CIDADE - páginas 2, 3, 4, 5 e 7

R\$  
**0,25**



JUIZ DE FORA • sexta-feira, 13 de Junho de 2008 • Ano I • Nº163  
Diretor Responsável: Wilson Cid

- ▶ PROPINA PARA BEJANI: R\$ 1,5 MILHÃO POR MÊS
- ▶ FILME MOSTRA PREFEITO RECEBENDO DINHEIRO
- ▶ CPI JÁ TEM TUDO PARA CASSAÇÃO
- ▶ QUADRILHA PLANEJAVA MORTE DE OMAR PERES

**Chega!**  
Mesmo com a omissão de Tarcísio Delgado e o silêncio dos deputados Júlio Delgado, Custódio Mattos e Sebastião Helvécio, principais lideranças políticas da cidade, nossa Justiça e a Polícia Federal deram conta, de uma vez por todas, de liquidar com a carreira do marginal Alberto Bejani e de sua quadrilha, que tem alguns de seus membros ainda livres, mas em breve estarão todos presos.

Sinto orgulho das acusações e denúncias que fiz contra esse prefeito, todas elas rigorosamente comprovadas.

Agora, chega! Chega! E viva Juiz de Fora!

**OMAR PERES**



## ANEXO 15

Tribuna de Minas – 17 de junho de 2008.

**DESAPESAR DE PERDER FORO PRIVILEGIADO, EX-PREFEITO GARANTE DIREITO DE SE CANDIDATAR EM 2010**

# Bejani renuncia para fugir da cassação e manter direitos políticos

Alberto Bejani (PTB) compareceu à Câmara sua renúncia. A decisão foi tomada após a exibição de dois vídeos onde ele é visto negociando propriedades com o empresário Francisco José de Carvalho Carapinha, o Bolão. O pedido de renúncia tem data do dia 15 e foi assinado por Bejani dentro da Penitenciária Nelson Hungria, em Contagem, onde ele cumpre prisão preventiva por denúncia de ameaça a testemunha do inquérito da Operação Pasárgada. A pressão pela renúncia do ex-prefeito, que começou dentro do seu próprio secretariado, tornou-se incontrolável após o distanciamento da primeira-dama Vanessa Loçasso. Na noite do sábado, ele teria, enfim, decidido pela renúncia. Mesmo fora do poder, Bejani pode ser solto ainda hoje, quando o Superior Tribunal de Justiça (STJ) julgar a liminar do pedido de habeas corpus impetrado ontem pelo advogado Marcelo Leonardo.

OLIVIO PRATES/16-06-08

**Eduardo assume a PJF promete a reforma**

José Eduardo assumiu ontem o cargo de Executivo. Em seu pronunciamento de posse, ele adotou um tom firme e se mostrou comprometido com a reforma.

**CPI indícia Bejani, Alvim e Nininha por improbidade**

A CPI instaurada para apurar as denúncias de desvio de recursos públicos e enriquecimento ilícito contra o ex-prefeito Alberto Bejani indiciou, ontem, cinco dos principais envolvidos na contratação da TCC Consultoria Empresarial. Além de Bejani, que responderá





## ANEXO 16

JF Hoje – 17 de junho de 2008.



GLECE LISBOA - 11/06/08

# FORA PARA SEMPRE

Pressionado, Carlos Alberto Bejani escapou da cassação, renunciando à Prefeitura de Juiz de Fora. A mensagem foi recebida, ontem pela manhã, pelo presidente da Câmara Municipal, Vicente de Paula Oliveira (Vicentão-PTB). Bejani continua na Penitenciária Nelson Hungria, em Contagem, desde quinta-feira, quando foi preso pela Polícia Federal.

R\$ **0,25**



JUIZ DE FORA • terça-feira, 17 de Junho de 2008 • Ano 1 • Nº 166  
Diretor Responsável: Wilson Cid LUIZ CARLOS DUARTE

**• OPINIÃO e CIDADE - páginas 2 e 3**

**CPI PEDE INDICIAMENTO DE CINCO PESSOAS**  
• CIDADE - página 8

**VANESSA É A PRIMEIRA A SER EXONERADA**  
• CIDADE - página 4

**JUSTIÇA MANTÉM NA CADEIA OS OUTROS 14 PRESOS PELA POLÍCIA FEDERAL**  
• CIDADE - página 6

**SERVIDORES ESTÃO COM MEDO DE FICAR SEM PAGAMENTO DE SALÁRIOS**  
• CIDADE - página 5



**JOSÉ EDUARDO ASSUME**  
O vice-prefeito José Eduardo Araújo (PR) assumiu a chefia do Executivo ontem à noite, em solenidade na Câmara Municipal. Em entrevista pela manhã, ele prometeu choque de austeridade.  
• CIDADE - páginas 3 e 8