



Revista Brasileira de Marketing

E-ISSN: 2177-5184

admin@revistabrasileirmarketing.org

Universidade Nove de Julho

Brasil

Escobar de Oliveira, Merilyn; Muneiro, Lilian Carla

A cobertura da Folha de S. Paulo sobre o possível terceiro mandato do Presidente Lula

Revista Brasileira de Marketing, vol. 7, núm. 2, 2008, pp. 145-151

Universidade Nove de Julho

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747518005>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

# A cobertura da *Folha de S. Paulo* sobre o possível terceiro mandato do Presidente Lula<sup>1</sup>

**Merilyn Escobar de Oliveira**

Mestre em Ciências Sociais – PUC-SP  
São Paulo [Brasil]  
merilynescobar@yahoo.com.br

**Lilian Carla Muneiro**

Mestre em Comunicação e Linguagens – UTP;  
Doutoranda em Comunicação e Semiótica – PUC-SP;  
Membro do ESPACC – PUC-SP;  
Bolsista CAPES.  
São Paulo [Brasil]  
lilianmuneiro@gmail.com

A possibilidade de um novo mandato para o Presidente Lula pautou a agenda pública no último trimestre de 2007 e voltou ao cenário midiático em abril e na primeira semana de maio de 2008. Neste artigo, investigam-se os aspectos da cobertura jornalística sobre a “tese” do terceiro mandato, com ênfase na construção da notícia – do enquadramento e ao desfecho. A relevância adquirida pela “tese” da reeleição relacionou-se diretamente com a antecipação do processo eleitoral de 2010 e as expectativas do futuro do Partido dos Trabalhadores (PT). Neste artigo defende-se a hipótese de que o ritmo da cobertura jornalística – e, mais precisamente, o enquadramento dessa temática tenha sido tendencioso. Nosso corpus contempla publicações da *Folha de S. Paulo*, o jornal nacional de maior circulação no país.

**Palavras-chave:** Eleições. *Folha de S. Paulo*.  
Mídia. Partido dos Trabalhadores.



# 1 Introdução

A possibilidade de um terceiro mandato para o presidente Luiz Inácio Lula da Silva pautou a agenda jornalística nos últimos meses de 2007 e em abril e início de maio de 2008. O assunto em questão havia sido definido pelo presidente como “insensatez e falta de sensibilidade política”, visto que não tinha sentido discutir o terceiro mandato, pois o país estava num bom momento: “O Brasil está funcionando bem, a economia está funcionando bem, por que nós deveríamos arrumar sarna para nos coçar?” (GIRALDI, 2007). No entanto, algumas questões incomodavam a imprensa e setores políticos: se Lula não poderia candidatar-se novamente, quem o PT teria como candidato em 2010? É possível que os rumos do processo eleitoral vindouro tenham influenciado tanto a cobertura jornalística quanto a agenda política.

Neste artigo, buscou-se explorar a definição da agenda pública, a construção da notícia, a abordagem e o desfecho sobre a hipótese de um terceiro mandato de Lula, publicado no jornal diário *Folha de S. Paulo* e na *Folha Online*. A escolha desse veículo de comunicação justifica-se pela dinâmica da cobertura do caso, pela repercussão dos diversos atores políticos e por ser o jornal de maior circulação no país.

## 2 A construção da notícia

Uma notícia pode ser apresentada mais ou menos completa, na medida em que sua proposta é externada por meio da pauta jornalística. Geralmente, a riqueza está destinada às reportagens, uma vez que a pauta deve indicar de que maneira o assunto será desdobrado “[...] que tipo e quantas ilustrações, o tempo de apuração, os deslocamentos da equipe, o tamanho e até o estilo da matéria; para tudo isso é preciso dispor de dados”, conforme lembra Lage (2000, p. 47).

Na *Folha*, a “tese” do terceiro mandato foi apresentada por meio de notícias, tendo como base pautas centradas num texto diário, conciso, e de rápida leitura no jornal *online*. Assim, percebemos que “[...] as pautas são apenas indicações de fatos programados, da continuação (suíte) de eventos já ocorridos e dos quais se espera desdobramentos”. (LAGE, 2000, p. 47). Sabe-se que o modo de construção da notícia tem de ser pontual, uma vez que o tempo para o fechamento da edição é exíguo e

os jornalistas têm uma densa rotina produtiva a cumprir. A técnica jornalística pressupõe responder a perguntas básicas que circundam o fato (*lead*)<sup>1</sup> e seus desdobramentos.

Vale enfatizar que, quando um assunto é desdobrado pela imprensa, o jornalista tem a missão de narrar acontecimentos e, se possível, trazer a contextualização do fato precedente. Conforme Lage, do ponto de vista da estrutura, a notícia se define no jornalismo moderno como o relato de uma série de fatos. O autor adverte: “[...] em primeiro lugar não se trata exatamente de narrar os acontecimentos, mas de expô-los” (2000, p. 16). Entretanto, para o leitor menos atento, o desencadeamento da notícia publicada pode ser entendido como o desenrolar de uma trama.

Acrescentamos que a elaboração de uma agenda pública contribui significativamente para que um acontecimento vire notícia. Não é redundância afirmar que a agenda oficial do governo pauta, em certa medida, a cobertura da mídia, e, como consequência, as declarações de estadistas tendem a ser reverberadas em maior ou menor grau. Assim, espera-se que qualquer menção, feita em público, pelo presidente Lula, de concorrer a um terceiro mandato garanta espaço nos meios de comunicação.

Voltando à tônica da notícia, percebemos uma série de valores potenciais para a produção do texto jornalístico, entre os quais a chamada noticiabilidade que só pode ser analisada depois do fato ocorrido. Assim, a agenda pública apresentada pela mídia só adquire êxito se os acontecimentos forem providos de uma dinâmica que amplie a duração dos eventos nos noticiários. De acordo com Wolf (2005, p. 175), o valor-notícia, imerso na noticiabilidade, ajuda a identificar “[...] quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, para serem transformados em notícias.” Hohlfeldt (2001, p. 208) acrescenta:

A noticiabilidade é um conjunto de regras práticas que abrange um corpus de conhecimento profissional que, implícita e explicitamente, justifica os procedimentos operacionais e editoriais dos órgãos de comunicação em sua transformação dos acontecimentos em narrativas jornalísticas. Reúne o conjunto de qualidades dos acontecimentos que permitem uma construção narrativa jornalística e que os recomendam enquanto informação jornalística.

Nesse processo, redefinem-se, incluem-se ou excluem-se elementos de acordo com se que acredita, seja importante em termos de publicação, linha editorial, audiência ou para legitimar uma opinião. Nesse contexto, entra em cena outro aspecto da noticiabilidade: a importância que vai ser “[...] medida pelo nível hierárquico dos indivíduos envolvidos, relevância e significação do acontecimento quanto a consequência” (HOLFELDT 2001, p. 209).

Assim, o cenário apresentado pela *Folha* sobre a tese do terceiro mandato, foi ganhando contornos com as declarações dos autores da proposta, a opinião dos especialistas, políticos da oposição, o debate na cúpula petista e a posição de Lula em negar a possibilidade de mais um mandato. A constituição dessa cena midiática, num espaço de discussões sobre a política, realizava-se na medida em que havia repercussão dos acontecimentos, mobilização da opinião pública e participação de outros meios de comunicação.

### 3 Eleições, mídia e processo de hegemonia

No momento eleitoral, o poder de pautar temas é oportuno para influenciar o eleitorado e/ou mobilizar candidatos ou atores políticos interpelados a responder àquelas questões presentes na pauta jornalística que arrolam a ordem do dia e que, possivelmente, serão assunto para o leitor/telespectador. Os ensinamentos de Holfeldt (2001) sobre *agenda-setting* contribuem para refletir sobre o processo por meio do qual a mídia oferece determinadas notícias e não outras. O autor menciona o fluxo contínuo da informação, a influência dos meios de comunicação a médio e longo prazos e a capacidade de influenciar o leitor sobre o que pensar e falar. Assim, definir a agenda não poderia ser pensado sem considerar o interesse do público, de sua linha editorial e do fato político que orientará os textos que estamparão as manchetes.

Outro elemento que acompanha a definição da agenda é o enquadramento (*framing*), relacionado aos esquemas de interpretação dos acontecimentos, no qual cada linha editorial atribui interpretações ou seleciona alguns roteiros interpretativos. O enquadramento refere-se à forma como a mídia trata e organiza a notícia. A importância desse conceito relaciona-se com o enfoque e as tendências vigentes na mídia. De acordo com Robert Entman

(1993), o conceito de enquadramento (*framing*) pode ser entendido como o processo de

[...] selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação casual, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito. (ENTMAN, 1993, p. 52).

Contudo, apesar de as pesquisas de mídia e comunicação, de modo geral, sustentarem-se no conceito da construção da notícia (*newsmaking*) e de enquadramento dela (*framing*) e na constituição de uma agenda pública (*agenda-setting*), acreditamos que o pensamento de Antônio Gramsci quanto à concepção da imprensa como “aparelho privado de hegemonia”, e da função do jornal, como “partido político”, auxilie na compreensão do papel da cobertura jornalística sobre a vida política, sobretudo nos momentos eleitorais.

Na concepção gramsciana, o conceito de hegemonia é fundamental para entender o papel da mídia. A cultura hegemônica é uma forma de interpretação da realidade, que, com base em um conjunto e em práticas, acaba por constituir significados e valores, ou seja, relaciona-se ao modo de pensar, às crenças e às orientações ideológicas. Nesse sentido, a hegemonia é um processo vivenciado e dinâmico, pois é continuamente remodelada. Nessa concepção, a imprensa emerge como uma instituição. Sob o conceito de “aparelhos privados de hegemonia”, essa instituição passa a ser observada como “[...] mecanismos pelos quais uma classe pode exercer a dominação sobre as outras”, isto é, atua como organizadora e reprodutora de ideologias. (GRAMSCI, 1987, p.10-11).

No entanto, não podemos ignorar as disputas entre as diferentes concepções de mundo e de ideologias no interior desse aparelho. O jornal, ao atuar como “aparelho privado de hegemonia”, traz um modo de interpretar a realidade pela formulação do que considera relevante discutir e por, atuar, em certas situações, como “partidos políticos”, quando define os termos do debate ou mesmo o que é noticioso. Desse modo, o conceito de hegemonia na teoria gramsciana significa a capacidade de uma classe dominante obter o consenso e de legitimar suas idéias, divulgando e interpretando o mundo de acordo com seus interesses.

Com essa perspectiva, a mídia emerge como responsável pela constituição da agenda pública,

quando atribui relevância a determinado assunto. O processo midiático de produção do consenso tem início na definição da agenda nacional de discussões. Segundo Kucinski (1998, p. 23), “É mediante a inclusão ou exclusão os itens a agenda, ou dos enfoques adotados, que se inicia a construção do consenso [...] opera principalmente reforçando crenças existentes.”

## 4 O terceiro mandato do presidente Lula na *Folha de S. Paulo*

O jornal destacou a “tese”, dias seguidos, no caderno de política, com pouquíssimos intervalos, durante o mês de abril de 2008. A duração do tema constituiu a “agenda pública” do momento. A notícia desenvolveu-se como um esquema narrativo provido de motivações e argumentos bastante claros (a emenda que garante a reeleição e o direito a um terceiro mandato para o presidente Lula); os atores a favor da proposta; especialistas e políticos da oposição contrários à Proposta de Emenda Constitucional (PEC) e à divulgação de pesquisas de opinião que sinalizavam para uma possível aprovação popular ao terceiro mandato de Lula.

Classificamos as abordagens sobre o possível terceiro mandato, tomando como base as manchetes. O total de “abordagens” – 46 – concentrou-se entre 1º de abril e 6 de maio de 2008 e incluiu manchetes, entrevistas e artigos. A exposição das “abordagens” no editorial considerou os seguintes colunistas: Clóvis Rossi, Eliane Cantanhêde e Jânio de Freitas. O suposto terceiro mandato do presidente Lula foi mencionado sete vezes. O total de “abordagens” resultou em 53 menções sobre a possibilidade de um terceiro mandato do presidente Lula.

O terceiro mandato voltou às manchetes dos principais veículos de comunicação do País após a declaração do vice-presidente da República, José Alencar (Partido Republicano Brasileiro [PRB]), à Rádio Bandeirantes. Nessa entrevista, Alencar mencionou a vontade de Lula em ter um sucessor, e o desejo da população de que o presidente “fique mais tempo no poder”:

O Lula tem feito muito. Mas falta muito por fazer. Sou um democrata. Não aceitamos conversar outra coisa que não seja discutir a democracia. O Lula deseja fazer o seu sucessor. Mas eu digo que se perguntar aos brasileiros, o que os brasileiros desejam é que o Lula fique mais tempo no poder. Porque

está bem o Lula, vai bem o Lula. Raramente encontramos um cidadão como ele para dirigir o país. (FOLHA ONLINE, 1º abr. 2008).

Sob o argumento da necessidade de um novo sucessor, o vice-presidente, reacendeu o debate sobre um terceiro mandato. No mesmo dia, a notícia repercutiu entre a base governista e a oposição. Membros do governo – José Múcio Monteiro (Relações Internacionais), Henrique Fontana (PT-RS, líder do governo na Câmara) e José Eduardo Cardoso (secretário-geral do PT) – minimizaram a questão, negando a possibilidade do terceiro mandato. A oposição reagiu com críticas que comparavam tal possibilidade a um golpe: “quem defende terceiro mandato, defende o golpe”, afirmação do líder do Partido Democrata (DEM) na Câmara, Antônio Carlos Magalhães Netto (BA). No dia seguinte, o presidente Lula declarou-se contrário à possibilidade de reeleição, dizendo que não era momento para discutir um eventual terceiro mandato:

Eu sou o cidadão mais cansado de eleições. Se tem uma coisa que eu não gostaria de fazer era discutir eleições. Eu fiz eleição em 1982, 1986, 1988, 1990, 1992, 1994, 1996, 1998, 2000, 2002, 2004, 2006, chega um pouco. Cansei. Chega! Agora preciso descansar. (GIRALDI, 2008).

O debate sobre esse tema ganhou força com a apresentação de uma proposta de emenda à constituição (PEC) elaborada pelo deputado Devanir Ribeiro (PT-SP). O deputado afirmou à Folha de S. Paulo (3 abr. 2008) que a declaração do vice-presidente José Alencar abre espaço para discutir a proposta de um terceiro mandato: “O que o Congresso aprova não é golpe e estou seguro que o partido terá que discutir a minha tese. O partido não pode ficar de costas para o povo e estou convicto de que o povo aceitará essa discussão, de que o momento é oportuno.” (FSP, 3 abr. 2008).

Cabe ressaltar que, no mesmo dia, o tema foi destaque em dois textos do editorial do jornal (FSP, 3 abr. 2008): “A hora do caudilho” (Clóvis Rossi) e “Papo de quem?” (Eliane Cantanhêde), ambos reiteravam a posição de Lula contrária à reeleição e à movimentação dos favoráveis a um terceiro mandato (FSP, 3 abr. 2008). Segundo Arbex Junior (MELO, 1992, p. 91), dos editoriais publicados na Folha emanam alguns elementos indissociáveis de seus proprietários e dos demais grupos que dele participam: “[...] os editoriais não



refletem apenas a opinião de seus 'patrões nominais', mas o 'consenso das opiniões que emanam dos diferentes núcleos que participam da propriedade da organização."

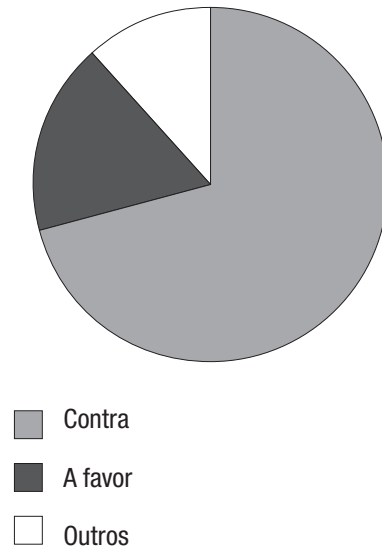
Sob a manchete "Emenda de petista omite terceiro mandato" (FSP, 9 abr. 2008), a Folha destacou a proposta elaborada pelo deputado petista Devanir Ribeiro, e, como anexo<sup>2</sup>, era possível observar cópia do fac-símile da PEC. A proposta previa a extensão dos mandatos eletivos de quatro para cinco anos, não sendo possível a reeleição. Essas novas regras funcionariam para os detentores dos mandatos vigentes, pois a PEC3 entraria em vigor logo após sua aprovação.

Ao consultar especialistas em legislação eleitoral, o jornal assegurou que a PEC não daria o direito ao presidente Lula de disputar um terceiro mandato, pois a proposta de uma segunda reeleição teria de estar explícita no documento. O ex-ministro do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) Pedro Gordilho afirmou: "Não me parece que o novo preceito constitucional tenha força suficiente para apagar uma situação jurídica constituída. Toda interpretação é apenas declarativa de conteúdo de uma norma, não podendo jamais ampliar ou restringir o que está na norma." (FSP, 9 abr. 2008).

A dinâmica necessária à "tese" do terceiro mandato já estava em desenvolvimento. A Folha, por meio de entrevistas, colunas e artigos, demonstrava como a notícia estava mobilizando opiniões diversas e, ao mesmo tempo, demarcava seu posicionamento. O Grupo Folha esboçava opinião contrária a um terceiro mandato para Lula, e, segundo a opinião expressa nos editoriais, o presidente deveria manter-se sensato em relação a esse assunto.

Observando as manchetes, verificamos que 35 abordagens foram contrárias ao terceiro mandato, entre as quais sete menções dos editoriais. Das 12 opiniões favoráveis, todas eram dos autores da proposta ou de outros membros da base governista. Seis menções não exprimiam, com clareza, o posicionamento sobre a questão. O Gráfico 1, a seguir, ilustra a quantidade de abordagens sobre o terceiro mandato de Lula em abril.

A notícia da *Folha de S. Paulo* intitulada "CCJ da Câmara deverá votar 30 PECs sobre a reeleição" publicada em 10 abr. 2008, mencionava outras propostas de políticos petistas para permitir mais um mandato a Lula, via plebiscito. Observamos o destaque atribuído à opinião de Marco Maia (PT-RS) para confirmar a idéia do plebiscito: "Acho que o país merece um plebiscito. O tema está nas



**Gráfico 1: As manchetes sobre a "tese" do terceiro mandato de Lula**

Fonte: As autoras

ruas, por isso o plebiscito seria o fortalecimento da democracia. O terceiro mandato representaria a vontade da população e sinto que isso cresce no Congresso também."

O período entre 16 e 27 de abril, foi marcado por uma intervenção na matéria. O foco da reportagem (GUERREIRO, 28 abr. 2008) destacava o resultado de uma pesquisa realizada pela CNT/Sensus (Confederação Nacional dos Transportes/Instituto Sensus)<sup>4</sup>. Segundo a pesquisa, 50,4% das pessoas seriam favoráveis à criação de mais um mandato para o presidente Lula. E se a disputa presidencial fosse nessa ocasião, Lula receberia 51,1% dos votos e Geraldo Alckmin (Partido da Social Democracia Brasileira [PSDB]) teria 35,7%. Outros 13,3% não opinaram ou votariam em branco ou nulo.

O jornal consultou políticos a respeito do resultado da pesquisa. Os oposicionistas argumentaram sobre os efeitos dos programas sociais do governo, e a base governista manteve a opinião de que uma boa gestão estava sendo realizada, e, por isso, a possibilidade de um terceiro mandato poderia ser tema de plebiscito popular. No entanto, é curioso que a cobertura do jornal tenha estabelecido quase um desfecho com a divulgação do comentário do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC) de que um terceiro mandato "seria um erro institucional" e abriria "uma porta para o autoritarismo e personalismo". Segundo FHC,

[...] quem fica três mandatos, fica dez. Porque não tem lógica para justificar se um terceiro mandato não pode ser também um quarto.

Porque não existe o instituto terceiro mandato. Então fere a democracia. Acredito que Lula saiba disso. Eu entendo que quem está no poder, quer permanecer. Isso faz parte do jogo. O terceiro mandato é quebra de regra da alternância de poder. (BELCHIOR, *Folha Online*, 30 abr. 2008).

É possível afirmar que a cobertura jornalística sobre a tese teve seu desfecho durante o lançamento do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), na cidade de Manaus (AM), no mês de maio de 2008. Naquela ocasião, o presidente Lula afirmou que elegeeria o próximo presidente da República, em 2010. De acordo com Lula, os líderes da oposição “[...] têm que saber, em alto e bom som, e pode até ficar com raiva do fato de que nós vamos fazer o próximo presidente da República neste país.” (FOLHA ONLINE, 6 maio 2008). Lula destacou a importância da ministra Dilma Rousseff, a quem chamou de “mãe do PAC”: “Quando chamei essa mulher aqui [Dilma] de mãe do PAC teve gente que não gostou, ela é a responsável pelo sucesso do PAC, porque é ela que controla, fiscaliza e cobra.” (FOLHA ONLINE, 6 maio 2008). Verifica-se aqui a sugestão do nome de Dilma Rousseff para a candidatura em 2010. Foi a declaração do ex-presidente Fernando Henrique e a decisão de Lula em divulgar a candidatura de Dilma Rousseff que sinalizaram o desfecho do caso e, ao mesmo tempo, marcaram o posicionamento do jornal, que, durante a maior parte da cobertura, assumiu o argumento dos entrevistados contrários a um possível terceiro mandato petista.

Cabe destacar que o comportamento da *Folha de S. Paulo* manifesta a opinião do Grupo Folha como empresa de comunicação e de uma determinada classe que faz valer suas idéias, no campo da política, construindo cenários, temas e polêmicas sobre alguns atores políticos. Vale salientar que a hipótese do terceiro mandato do presidente Lula foi um tema que surgiu em dois momentos distintos. Se no fim de 2007 o assunto repercutiu pouco, em 2008, o assunto voltou à pauta política em conjunto com outro tema polêmico, o vazamento do dossiê sobre gastos com cartão corporativo na gestão do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso.

O rumo de possíveis candidaturas de membros petistas parecia estar em destaque – a reeleição do presidente Lula ou o seu apoio à ministra Dilma Rousseff. Sabe-se que esse tipo de acontecimento midiático objetivava atingir a credibilidade ou a reputação de determinados atores políticos. No

caso do vazamento do dossiê, o alvo das denúncias era a ministra petista, o que implicaria complicações futuras a sua candidatura. Por outro lado, questionava-se a conduta moral e ética de membros do governo e de petistas que desejavam permanecer na presidência por meio da reeleição de Lula.

No entanto, a abordagem da tese do terceiro mandato trouxe visibilidade às avessas para Dilma Rousseff, possível candidata às eleições de 2010. A cobertura jornalística da *Folha de S. Paulo* privilegiou a denúncia e a revelação de informações sigilosas do chamado “Dossiê Tucano” que poderiam prejudicar a imagem pública da ministra e atingir a boa aprovação popular ao governo do PT.

## 5 Considerações finais

Com base nos fatos mencionados pode-se concluir que, embora o jornal tenha assumido a defesa das regras do sistema político, das instituições públicas e dos interesses dos cidadãos por meio da opinião de seus entrevistados e editoriais, o enfoque dado ao tema foi tendencioso. O jornal polemizou o terceiro mandato mesmo depois de consultar especialistas e fomentou a audiência dos leitores ao vinculá-lo com outro fato político: o vazamento do dossiê.

O argumento de audiência a respeito do uso de informações sigilosas prejudicava e responsabilizava diretamente a Ministra da Casa Civil, pondo a sua imagem na berlinda. A análise não finaliza a questão, e deixa em aberto o questionamento sobre o comportamento adotado pela mídia e sua influência nos rumos da vida política.

Sabe-se que a ênfase em determinadas notícias, em detrimento de outras, denota o viés político e partidário do jornal, que, longe de informar o leitor sobre os acontecimentos do cotidiano da política, torna oportuna a divulgação de notícias que privilegiam a dimensão ética e moral, tais como os escândalos políticos, vazamento de informações sigilosas e uso indevido de dinheiro público. Por outro lado, temas que exigem maior reflexão e discussão sobre o regime político brasileiro – as candidaturas, a legislação eleitoral, ou mesmo as perspectivas para a participação popular – duram muito pouco na mídia, merecendo pouco destaque nos cadernos de política, por serem erroneamente considerados assuntos para peritos, especialistas e formadores de opinião.

## The coverage of the *Folha de S. Paulo* on the possible third mandate for President Lula

The possibility of a new mandate for President Lula guided the public agenda in the last quarter of 2007 and returned to the media scene in April and the first week of May 2008. This article investigates the aspects of journalistic coverage on the “thesis” of the third mandate giving emphasis to the news making, the framing and the outcome. The importance gained by the “thesis” of re-election related directly of the electoral process of 2010 and the futures expectations of the Workers’ Party (PT). This article supports the hypothesis that rhythm of the journalistic coverage, and more precisely, that the news framing was contentious. Our corpus contemplates publications of the *Folha de S. Paulo*, the national newspaper of larger circulation in the country.

**Key words:** Elections. *Folha de S. Paulo*. Media. Workers Party.

## Notas

- 1 Conforme a síntese acadêmica de Laswell, o lead informa quem fez, o quê, a quem, quando, onde, como, por quê e para quê. (LAGE, 2000, p. 27).
- 2 O anexo de figuras ou cópias de documentos é muito utilizado nesse tipo de cobertura jornalística, que faz uso desse tipo de imagem para atribuir veracidade ao acontecimento.
- 3 O deputado petista Devanir Ribeiro precisava recolher 171 assinaturas de deputados favoráveis à proposta, que, se aprovada até o dia 5 de outubro pela Câmara e Senado (data das eleições municipais), poderá valer para os prefeitos que tomarem posse no ano que vem.
- 4 A pesquisa foi realizada entre 21 e 25 de abril de 2008, em 136 municípios de 24 Estados, com 2.000 pessoas.

## Referências

- BELCHIOR, L. FHC diz que 3º. mandato abre brecha para autoritarismo e personalismo. *Folha Online*, 30 abr. 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u397198.shtml>. Acesso em: jul. 2008.
- CABRAL, M. C.. Petista volta a prometer PEC do 3º mandato. *Folha de S. Paulo*, Brasil, Caderno, 3 abr. 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u388499.shtml>. Acesso em: jul. 2008.
- BRASIL. Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). Ministério da Fazenda, Governo Federal, 2007-2010.

CANTANHÊDE, E. Papo de quem? *Folha de S. Paulo*, Opinião, Caderno, p. A2, 3 abr. 2008.

ENTMAN, R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

FOLHA DE S. PAULO. Emenda de petista omite terceiro mandato. Caderno Brasil, 9 abr. 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0904200806.htm>. Acesso em: jul. 2008.

\_\_\_\_\_. CCJ da Câmara deverá votar 30 PECs sobre a reeleição. Caderno Brasil, 10 abr. 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u390781.shtml>. Acesso em: jul. 2008.

FOLHA ONLINE. Alencar defende mandato maior para Lula, Múcio diz que vice está entusiasmado. 1 abr. 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u387927.shtml>. Acesso em: jul. 2008

\_\_\_\_\_. Lula diz que fará o próximo presidente da República em 2010. 6 maio 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u399140.shtml>. Acesso em: jul. 2008.

GUERREIRO, G. Pesquisa CNT/Sensus revela que 50,4% são favoráveis ao terceiro mandato de Lula. *Folha Online*, 28 abr. 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u396374.shtml>. Acesso em: jul. 2008

GIRALDI, R. Lula chama articulações sobre terceiro mandato de “insensatez”. *Folha Online*. 5 nov. 2007. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u342801.shtml>. Acesso em: jul. 2008.

\_\_\_\_\_. Lula diz que está cansado de eleição e rejeita debate sobre 3º mandato. *Folha Online*, 2 abr. 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u388287.shtml>. Acesso em: jul. 2008.

GRAMSCI, A. *Os intelectuais e a organização da cultura*. 5. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1987.

HOLFELDT, A. *Teorias da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

KUCINSKI, B. *A síndrome da antena parabólica*. Ética no jornalismo brasileiro. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

LAGE, N. *A estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 2000.

MELO, J. M. de. (Org.). *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo: FTD, 1992.

ROSSI, C. A hora do caudilho. *Folha de S. Paulo*, Opinião, Caderno, p. A2, 3 abr. 2008.

WOLF, M. *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

recebido em 6 jul. 2008 / aprovado em 10 out. 2008

### Para referenciar este texto:

OLIVEIRA, M. E. de; MUNEIRO, L. C. A cobertura da *Folha de S. Paulo* sobre o possível terceiro mandato do Presidente Lula. *Cenários da Comunicação*, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 145-151, 2008.



