
A (des) construção da imagem de Aécio Neves sob a perspectiva dos conceitos de mineiridade e identidades híbridas¹

Willian José de CARVALHO²
Luiz Ademir de OLIVEIRA³
Universidade Federal de Juiz de Fora, MG.

RESUMO: O artigo discute as construções identitárias do candidato Aécio Neves (PSDB) em sua trajetória política, tendo em vista que o tucano acionou símbolos que remetem à cultura da mineiridade (ARRUDA, 1990) e ao mesmo tempo reflete às identidades híbridas da pós-modernidade (HALL, 2004). A partir da pesquisa documental tomando como base o levantamento das edições da revista *Veja*, do Grupo Abril, o estudo utilizou a metodologia de Análise de Conteúdo (BARDIN, 1997) e buscou encontrar marcas de utilização destes conceitos a fim de identificar em sua trajetória como emerge o líder conciliador a partir da perspectiva da cultura da mineiridade até se tornar um dos políticos de postura agressiva e acusado de envolvimento em escândalos de corrupção. A Análise foi articulada com os conceitos levantados a partir da pesquisa bibliográfica feita que resultou no arcabouço teórico.

PALAVRAS CHAVES: Mineiridade; Identidades Híbridas, Mídia e Política; Revista *Veja*.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Aécio Neves (PSDB) ingressou na carreira política como secretário pessoal do seu avô, Tancredo Neves. Em 1986, disputou as eleições gerais e foi eleito deputado federal por Minas Gerais, exercendo quatro mandatos de 1987 até 2002, e presidente da Câmara dos Deputados no biênio 2001-2002. Foi governador eleito em primeiro turno em 2002 e reeleito em 2006 com uma expressiva votação. Em 2010, elegeu-se senador. Em 2013, foi escolhido presidente nacional do PSDB. Até então, Aécio refletia características da chamada cultura da mineiridade ao se inserir no jogo político de uma foma mais conciliadora, transitando entre segmentos de centro, esquerda e direita, mesmo que em Minas Gerais já adotasse posições bastante conservadoras, por exemplo, no que diz respeito às gestões de enxugamento da máquina administrativa e a censura imposta à imprensa estadual.

No entanto, em 2014, quando se tornou candidato à Presidência, emergiram novos posicionamentos do então senador Aécio Neves, tendo como principais

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática (DT 8) Estudos Interdisciplinares do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 07 a 09 de junho de 2018.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de São João del-Rei, e-mail: wjcnjornalismo@gmail.com

³ Doutor em Ciência Política, docente do PPGCOM/UFJF e do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSJ. Orientador de iniciação científica, e-mail: luizoli@ufsj.edu.br

adversárias a candidata à reeleição, Dilma Rousseff (PT), e Marina Silva (PSB). No segundo turno, após os 33,55% dos votos do primeiro, Aécio assumiu uma nova postura, um tanto mais agressiva, pois as primeiras pesquisas de intenções de votos apontavam uma possível vitória. Mas, no decorrer do segundo turno, a candidata petista conseguiu reverter o quadro, ganhando assim as eleições com 51,64% contra os 41,59%, tendo sido uma das disputas políticas mais acirradas desde a redemocratização do país. A nova postura assumida pelo senador, especialmente a partir do segundo turno, entrou em contradição com o que ele apresentava na sua trajetória. Aécio mantinha uma postura de líder mais conciliador que transitava bem até entre os opositoristas, como entre segmentos de centro-esquerda (OLIVEIRA & LEAL, 2016).

Outros fatores que contrapuseram a sua imagem foi a ação preterida pelo PSDB, na qual pediu a cassação de Dilma Rousseff, na qual alegava o abuso de poder econômico, o envolvimento do nome do político mineiro em esquemas de corrupção, a prisão da sua irmã, Andrea Neves, vazamento de áudios ligando o senador a envolvimento em esquemas de corrupção, o seu afastamento no Senado e a aceitação da denúncia feita pelo Ministério Público no STF no dia 17 de abril de 2018, tornando Aécio réu na operação Lava Jato, nos propõe um debate acerca da sua imagem.

Deste modo, o presente artigo tem como objetivo investigar a construção e ou a (des)construção da imagem de Aécio Neves na revista *Veja* do Grupo Abril, tomando como parâmetro dois eixos conceituais - de identidades híbridas de Hall (2004) e o conceito de mineiridade estudado por Arruda (1990). Pretende analisar como oscilou de uma política conciliadora baseada na cultura da mineiridade para uma postura agressiva e de um político envolvido numa série de escândalos de corrupção. Para isso, serão analisadas as seguintes edições da revista *Veja*: 20 de outubro de 2010, 15 de outubro de 2014, 05 de abril de 2017 e 25 de abril de 2018. Adota-se como procedimentos metodológicos: a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e a Análise de Conteúdo (BARDIN, 1997).

2. QUESTÕES IDENTITÁRIAS E A MITOLOGIA DA MINEIRIDADE

Como falar de identidade em um mundo no qual os recursos comunicacionais e informacionais se mostram tão diversos e ao mesmo tempo tão híbridos, tão mesclados? Decorrer sobre este tema se torna a cada dia mais importante devido as mudanças no qual a sociedade contemporânea vem sofrendo, especialmente devido ao processo de

globalização encadeado pelos cereos avanços tecnológicos, no qual proporcionou uma quebra de fronteiras, que antes era delimitada por distâncias geográficas, mas que hoje se supera através das mídias sociais (HALL, 1997; WOODWARD, 2005).

A representação atua simbolicamente para classificar o mundo e as relações no seu interior. E se torna necessário a contextualização das identidades culturais a fim de compreensão do seu funcionamento e da sua divisão nas diferentes dimensões. A identidade é, na verdade, relacional, e a diferença são estabelecidas por uma marcação simbólica relativamente a outras identidades (na afirmação das identidades nacionais, por exemplo, os sistemas representacionais que marcam a diferença podem incluir um uniforme, uma bandeira). No caso da identidade regional, as marcas estão na fala com sotaque, na vestimenta, em hábitos e atitudes e até mesmo, na produção de conteúdo. O conceito de identidade pode estar ligado às representações (WOODWARD, 2005).

O ideário sobre a identidade mineira se origina por volta do século XIX, quando surgiu um discurso político elaborado com o intuito de apresentar uma suposta unidade do território em questão, devido a um processo de formação econômica, política e cultural um tanto fragmentado, além de interesses econômicos e políticos distintos. A construção da idéia de “mineiridade” viria a promover a homogeneização do coletivo e a solidificação de Minas Gerais no cenário político nacional (GUIDA & EVANGELISTA, 2005).

A correlação entre cultura regional e indivíduos forma a identidade. Fatores históricos, geográficos, econômicos e sociais influenciam nas especificidades culturais dos habitantes de uma região, num processo bastante dinâmico. Para Jacks (1999, p. 66), cultura regional “é um dos fatores de determinação de práticas culturais que diferenciam determinado grupo, fornecendo-lhes uma identidade própria”. Uma cultura regional envolve subculturas, no interior da qual uma pode ser hegemônica. A cultura regional é também uma subcultura em relação à cultura geral. O tema mineiridade divide opiniões entre estudiosos e historiadores, no entanto, o tema é extremamente relevante quando se estuda, os mecanismo construídos pelo poder institucionalizado ou pelas classes de grupos e grupos que exercem o poder.

Por isso, é importante tecer considerações acerca do que se entende como a cultura da mineiridade (ARRUDA, 1990; OLIVEIRA & LEAL, 2016). Uma listas de características podem classificar o sentido de ser mineiro: um ser desconfiado, introvertido, irônico, hospitaleiro, proseador, político hábil que luta pela liberdade,

busca a caminho da democracia e não perde de vista o jeitinho mineiro de resolver os impasses por meio da conciliação.

Esses atributos e também muitos outros são adjudicados para definir àqueles que vêm de Minas. Mas também são aceitos e auto atribuídos pelo próprio mineiro que se vê um legítimo representante. No dia a dia, estes predicados são perceptíveis nos atos e nas práticas sociais executadas pelos mineiros. Na política, o mineiro é visto como líder conciliador em função do equilíbrio, bom senso e valorização da estabilidade (ARRUDA, 1990). Tais conceitos podem ser remetidos a exemplos de políticos na história nacional, em que a interferência dos mineiros propôs importantes mudanças na vida social do país como Joaquim José da Silva Xavier, o Tiradentes, Juscelino Kubitschek de Oliveira e Tancredo Neves. São figuras que oscilaram entre as elites e as classes populares e reforçaram as marcas do que se entende como a política da mineiridade (BEIRIGO, 2008).

Dentro da perspectiva de identidade, a partir do conceito de mineiridade, torna-se pertinente trazer o conceito de Stuart Hall (1997) no qual expõe como as culturas nacionais são construídas pelo discurso de pertencimento ao local de origem, e a formação de um sentimento de identidade e lealdade à ideia de nação, que é representada no interior das transformações sociais e políticas. Porém, as velhas identidades que por tanto tempo estabilizaram o mundo social estão em declínio. Novas identidades estão surgindo, deixando o indivíduo moderno fragmentado.

O que antes bastava para a compressão de identidade por meio da perspectiva essencialista como um conjunto cristalino, autêntico e perene de características comuns aos que partilham de determinada identidade, já não basta para este sujeito pós-moderno. Hall argumenta que este sujeito pós-moderno vive identidades distintas em diferentes momentos e que estas não são unificadas ao redor de um eu coerente. O autor sugere que a identidade plenamente unificada é um discurso que trata de de um simulacro histórico, pois o mundo está em constante modificação e os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, o que faz o sujeito se confrontar com uma multiplicidade desconcertante e cambiantes de identidades possíveis.

A globalização tem causado uma tendência ao colapso de todas essas identidades culturais fortes, tornando as identidades fragmentadas e efêmeras pela multiplicidade de culturas híbridas que transformam o antigo sujeito sociológico em sujeito pós-moderno global.

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. (HALL, 1997, p. 79).

Neste contexto, a concepção de "descentramento do sujeito" ganha sentido, pois, diante desses intensos fluxos produzidos/introduzidos nas paisagens culturais, estas se fragmentam/pluralizam e com elas e a partir delas também o sujeito. A mídia, com seu papel fundamental na veiculação de notícias, canoniza como conectivos de acesso a visões de mundo e construção de identidades, levando em consideração que as formações discursivas fragmentárias dos grupos sociais são culturais e históricas

3. MÍDIA: CAMPO DE PERSONALISMO E ESPETACULARIZAÇÃO

A relação simbiótica entre mídia e política nunca foi tão próxima como na atualidade. Devido à ampliação do alcance dos meios tradicionais de comunicação e, pelo avanço dos meios e dispositivos tecnológicos, a mídia vem se transformando em um significativo ator político (LIMA, 2006). Dentro desta perspectiva, cada vez mais observamos como consequência o personalismo e a espetacularização. Os atores usam o poder do campo midiático para enfatizar seus discursos (BOURDIEU, 1989; RODRIGUES, 1990).

Discute-se hoje a centralidade da mídia a partir do seu poder simbólico. Nesse sentido, utilizado – consciente ou inconscientemente – como instrumento de dominação. Isto ocorre devido aos sistemas simbólicos que exercem um poder estruturante (conhecer o mundo), na medida em que são também estruturados. E a estruturação decorre da função que os sistemas simbólicos possuem de integração social para um determinado consenso, aqui tratado como o da hegemonia, ou seja, de dominação (BOURDIEU, 1989).

Rodrigues (1990), apropriando-se do conceito de campos sociais, discute as funções e especificidades do campo midiático, diante do processo de modernidade no qual a sociedade viveu, rompendo com ordem religiosa e tradicional no qual acarretou um processo de autonomização dos campos sociais. Assim, a mídia tornou-se uma fonte de legitimidade substituindo a opinião pública tradicional. Em função de tal processo,

nas democracias atuais, o debate político se dá majoritariamente no cenário midiático. A mídia transformou-se em importante ator político, pois é por meio dela, que tais eventos têm visibilidade nesta era de globalizada (LIMA, 2006)

Embora considere que há efetivamente uma crise dos partidos e da representação política, Manin (1995) argumenta que estamos vivendo uma crise dos governos representativos, ou seja, não há propriamente numa crise da democracia, mas o que ele chama de “metamorfose do governo representativo”. Atualmente, estamos vivendo a democracia de público. Manin afirma que ela substituiu a democracia de partido, predominante até os anos 1980, quando se tinha forte identificação partidária. Devido à expansão dos meios de comunicação, os canais de comunicação política afetam a natureza da relação de representação e assim os candidatos comunicam-se diretamente com seus eleitores por meio, principalmente do rádio e da televisão, dispensando a mediação de uma rede de relações partidárias (MANIN, 1995).

Hoje, são mídias muito presentes e muito utilizadas tanto no cotidiano como pelos atores políticos em suas estratégias de marketing e de aproximação com o eleitor, como ocorre nas redes sociais. E com isso, na era atual, nos torna pertinente o que Goffman (2013) afirma que a vida é tecida por interações pautadas no jogo da representação social e teatral, o que nos permite a compreensão das encenações na política. Os indivíduos assumem as condições de pessoas socializadas e papéis determinados em frente ao outro.

Esta discussão proposta por Goffman aborda a discussão do entendimento do uso das técnicas de empregadas pelas pessoas para controlar e dirigir o seu desempenho face a face, ou seja as chamadas máscaras sociais que podem ser alteradas em função do contexto e do público ao qual se dirigem. Assim, podemos trazer neste debate o conceito de Gomes (2004) que argumenta que estamos vivendo a política do espetáculo. Dentro do campo da política os atores políticos são atores que encenam, usam dos recursos de marketing político, estratégias estas que planejam modos de chocar, comover, divertir e dramatizar. Esta sociedade do espetáculo resulta do desenvolvimento dos vários meios de comunicação, que utilizam dos seus espaços para entretenimento, informação e ao consumo, dentro desta ordem (DEBORD, 1997).

Com o uso cada vez mais crescente do marketing político, foca-se essencialmente na imagem do candidato e não nos programas partidários, adaptando os discursos às expectativas do eleitorado. Isso, para alguns teóricos e analistas políticos,

pode propiciar uma despolitização das campanhas e esta comunicação direta entre candidato e eleitor acontece especialmente pela mídia, tanto as tradicionais (TV, rádio, imprensa etc) como as novas mídias sociais (*Facebook, Youtube, Instagram*, etc). Assim, ao dispensar a mediação de uma rede de relações partidárias, leva ao enfraquecimento dos partidos, que passam a depender mais dos líderes e estes, por sua vez, a depender da capacidade de domínio das técnicas midiáticas.

4. A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE AÉCIO NEVES PELA VEJA: O CARÁTER PERSONALISTA NA POLÍTICA

4.1 Metodologia e *Corpus* de Análise

O presente estudo adotou como procedimentos metodológicos a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental - com a coleta de edições da revista *Veja* – e a análise de conteúdo (BARDIN, 1997). Tendo como objetivo analisar a construção e desconstrução da imagem de Aécio Neves (PSDB), ao oscilar do político conciliador pautada no mito da mineiridade para a postura de um político agressivo e envolvido em escândalos de corrupção, é feita uma análise a partir da análise de três edições da revista *Veja*, em momentos distintos da carreira do tucano:

(1) Edição de 15 de outubro de 2014: momento em que a revista *Veja*, em meio a uma das disputas mais acirradas da história da democracia recente do país, entre Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB), no segundo turno, assume uma posição claramente favorável ao tucano. Procura mostrar o favoritismo de Aécio no segundo turno e a possibilidade de superar a petista. Mas já aponta para um momento de transição na trajetória e na imagem de Aécio. O tucano tinha abandonado o tom conciliador e partiu para o ataque numa das campanhas mais agressivas com troca de ataques entre a petista e o tucano;

(2) Edição de 05 de abril de 2017: início de um grande desgaste para Aécio Neves, quando, depois das denúncias dos empresários da JBS de que o senador teria recebido propinas, ele é afastado do cargo de senador. A revista *Veja* assim como a grande imprensa brasileira que sempre se mostrou favorável ao tucano agora o abandona e lança uma capa em que Aécio aparece como mais um dos envolvidos nos escândalos de corrupção. A revista aponta que isso pode comprometer a carreira de Aécio, que deixou de ser o nome do PSDB para a disputa presidencial de 2018;

(3) Edição de 25 de abril de 2018: momento mais crítico para Aécio Neves, quando, em uma votação de 5 votos a 0, a primeira turma do Supremo Tribunal Federal, transforma o senador mineiro em réu na operação Lava-Jato, devido a denúncia do seu envolvimento e de pessoas ligadas ao seu nome em recebimento de propina por meio de Joesley Batista, dono da JBS. O senador que até o início de 2017 era o principal nome para a disputa presidencial neste ano, agora é o primeiro tucano da alta cúpula a se tornar réu na operação da Lava-Jato. A revista aponta que ao se tornar réu, o senador dá início a uma derrota moral do PSDB e como ela pode impactar o desempenho de Geraldo Alckmin nestas eleições.

4.2 Aécio rumo à Presidência da República: o político conciliador parte para o ataque

Aécio desempenhou um papel importante nas eleições de 2014. Foi um dos principais cabos eleitorais de José Serra na disputa presidencial. A derrota do candidato do PSDB foi benéfica para a imagem de Aécio Neves que já ganhava força para ser o candidato do PSDB às eleições de 2014. Em 2010, já apontava ser o candidato do partido no lugar de Serra, mas não foi unanimidade dentro do PSDB. Até apresentou suas propostas em novembro de 2009, caso fosse escolhido como o candidato do partido. Um mês depois, diante da hesitação do PSDB e de Serra em posicionar-se como candidato, Aécio declarou que se lançaria ao Senado Federal nas eleições de 2010 sua prioridade se tornou eleger o seu sucessor no governo mineiro, Antônio Anastasia.

Outro ponto alto da sua carreira política foi sua eleição para presidente nacional do PSDB, substituindo o deputado federal Sérgio Guerra. A convenção que o elegeu, com 97,3% dos votos, foi uma das maiores da história do partido, com mais de quatro mil presentes. Como presidente do partido, ele foi o protagonista do programa partidário do PSDB exibido em setembro de 2013. Neste programa, Aécio falou sobre a inflação, problemas de infraestrutura e de obras inacabadas, e sobre as manifestações populares ocorridas em 2013.

Em 2014, no cenário eleitoral Dilma Rousseff foi escolhida para ser candidata à reeleição pelo PT, Aécio Neves saiu como candidato pelo PSDB. Outros candidatos foram Eduardo Campos (PSB), Luciana Genro (PSOL), Pastor Everaldo (PSC),

Eduardo Jorge (PV), José Maria Eymael (PSDC), José Maria de Almeida (PSTU), Lévy Fidelix (PRTB), Rui Costa (PCO) e Mauro Iasi (PCB).

Os institutos de pesquisa começaram a testar o cenário mais provável da eleição – com Dilma Rousseff, Aécio Neves e Eduardo Campos como candidatos – a partir da segunda semana de outubro de 2013. Em todas as pesquisas divulgadas desde então Dilma Rousseff venceria a disputa no primeiro turno, uma vez que sempre obtém intenção de voto superior à soma das intenções de voto de seus adversários, embora essa margem tenha diminuído consideravelmente nos últimos meses.

Porém, um fato mudou toda a corrida eleitoral. O candidato Eduardo Campos morre em um acidente aéreo no dia 13 de agosto de 2014. Marina Silva, que era então a sua vice candidata, assumiu a cabeça da chapa e modificou o cenário das pesquisas eleitorais, chegando a segundo lugar. O novo panorama eleitoral apontava Dilma com uma média de 40% das intenções dos votos, Marina com cerca de 29% dos votos em média e Aécio com uma média de 18% dos votos.

Os resultados das urnas foram bem diferentes aos dados apresentados pelas pesquisas eleitorais. Dilma chegou a 41,59% (43.267.688) dos votos, mantendo o que apontava os índices, dentro da margem de erro. Aécio apresentou uma porcentagem maior chegando a 33,55% (34.897.211) e Marina também manteve na média que apontava as pesquisas com 21,32% (22.176.619) dos votos. Já no segundo turno do pleito, obtivemos a uma das eleições mais acirradas desde a (re) democratização do país. Marina não indo para o segundo turno resolveu junto ao seu partido apoiar o candidato tucano. Aécio durante as primeiras pesquisas apontava a liderança na intenção dos votos com o ápice de 46% e Dilma com 44%.

Diante deste cenário. a revista *Veja*, edição nº 2395, de 15 de outubro de 2014, traz em sua capa o senador como “O fator surpresa” e com a chamada: “Em uma eleição histórica com cinco viradas, o PSDB ganha mais 30 milhões de votos de um dia para o outro e sai na frente no segundo turno.”

Na reportagem “A Virada de Aécio” trazida pela revista e na entrevista, a figura política do senador é exaltada. As linhas escritas apontam que, apesar de um possível terceiro lugar no primeiro turno, o mesmo não desistira da sua virada. E ele chegou ao segundo turno e no primeiro lugar nas pesquisas. O candidato é descrito como um entusiasta e que poderia ser o grande vencedor, já falava de uma possível derrota do PT e que a sua eleição seria boa para o Brasil.

“Quero ser lembrado como o presidente que preservou a sanidade econômica, acelerou a modernização, aumentou a inclusão social, mas que deixou seu maior legado na universalização da educação de qualidade.” (...) Daqui a 100 anos, quando se falar no governo Aécio, a primeira coisa que virá a lembrança será o presidente que revolucionou a educação e abriu o caminho do futuro para o Brasil. (VEJA, Ed. 2395, 15/10/2014, p.58)

Os dois candidatos no segundo turno assumiram posturas agressivas. Aécio na entrevista veiculada pela revista *Veja* condenou a estratégia utilizada pelo PT em atacar violentamente a figura de Marina e que estava preparado para responder aos ataques que sofreria eventualmente por sua opositora. Em certos momentos, o tucano acusou o PT de usar políticas sujas. Também resgatou a lembrança do seu avô, Tancredo Neves. Relatou que de Tancredo tinha ficado uma grande lição de que, “para chegar a determinado objetivo, você pode alterar as estratégias, mas nunca abrir mão dos seus princípios.”

Aécio enfatizou ser um homem virtuoso e de princípios e, ao exaltar a figura de Tancredo, trouxe junto os valores do avô, que remetem à cultura da mineiridade, já que foi o político que conseguiu por meio de uma política conciliadora fazer a transição democrática do país depois de mais de 20 anos de ditadura militar. Mais uma vez, Aécio enfatizou o seu caráter pessoal e construiu a figura de um político capaz de mudar o Brasil.

4.3 A derrocada de Aécio Neves: do líder da oposição a mais um na lista dos corruptos

Como já afirmado, o cenário da política é imprevisível e o país vivencia um cenário de grave crise institucional. A qualquer momento um fato relacionado às investigações da Lava-Jato desestabilizam todo o território nacional nos mais diversos aspectos, desde o político ao econômico.

Nesta onda de denúncias e de declínio dos partidos e dos líderes, a delação de Joesley Batista, dono da JBS, ao Ministério Público Federal, que foram tornadas públicas pela mídia em 2017, abalou o governo do presidente Michel Temer (MDB) e figuras como o senador Aécio Neves. Ele foi gravado em conversas com o dono da JBS, Joesley Batista, e em acordo de delação premiada na operação da Lava Jato. Estes áudios foram usados para o pedido de sua prisão e afastamento do seu cargo. Em 18 de maio de 2017, o senador foi afastado das suas atividades parlamentares pelo ministro

do Supremo Tribunal Federal (STF) Edson Fachin, a pedido da Procuradoria-Geral da República (PGR). A PGR também pediu sua prisão, mas foi rejeitado pelo ministro da Suprema Corte. O seu retorno as atividades parlamentares foi autorizada pelo ministro do STF Marco Aurélio Mello no dia 30 de junho de 2017.

A edição nº 2524 da revista *Veja*, de 05 de abril de 2017, aborda em sua capa uma foto do rosto do senador tucano com a seguinte manchete: “A vez de Aécio – executivo da Odebrecht afirma que a empresa depositou propina para Aécio numa conta em Nova York operada por sua irmã. Ele nega”. A reportagem traz os efeitos da delação de Benedicto Junior (BJ – como é conhecido), amigo do senador e diretor informal do Setor de Propinas da empreiteira, na qual afirma que a construtora fez depósitos em conta sediada em Nova York, operada por sua irmã e braço direito, a jornalista Andrea Neves.

Considerado pelos tucanos o nome favorito para a disputa presidencial de 2018, antes das citações nos depoimentos da Lava Jato, o senador juntou-se a outros dois nomes do grão-escalão tucano, José Serra e Geraldo Alckmin, mas a situação do último é menos prejudicial. Nos depoimentos, executivos da Odebrecht afirmaram que não trataram assunto de propinas diretamente com Alckmin, mas sim com pessoas próximas a ele. Nos outros dois casos não. Os delatores ligam os dois nomes diretamente nas negociações de propinas. “A denúncia de BJ é grave e atinge em cheio a imagem de um político que, até outro dia, firmava-se como a principal liderança do PT e, com o impeachment de Dilma, tornou-se a figura expressiva, embora atuando nos bastidores, no governo de Michel Temer” (VEJA, Ed. 2524, 05/04/2017, p.46-47).

O estrago na imagem de Aécio Neves foi tão grande que as pesquisas realizadas ainda em 2017 sobre a disputa presidencial de 2018 colocaram o tucano como um dos políticos com maior índice de rejeição, ficando apenas atrás de Michel Temer⁴. Um dado que mostra a deterioração da imagem pública – se em 2014 chegou perto de se tornar presidente, hoje é um nome descartado para disputar qualquer eleição para cargos executivos – Presidência ou Governo de Minas.

4.4 O declínio de Aécio Neves: de grande nome político a réu na Lava Jato

Se existe algum cenário mais instável atualmente no país, podemos decerto afirmar que a política é um destes. A operação Lava-Jato ainda dá ritmo nos

⁴ <http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2017-08-26/psdb-pesquisa-rejeicao.html>. Acesso feito no dia 20 de setembro de 2017.

acontecimentos políticos e jurídicos em esfera nacional. Após a prisão do ex-presidente Lula (PT) no caso do tríplex no Guarujá, os ventos da investigação aparentemente mudaram de lado, agora, sopraram para o lado do PSDB e atingiram um dos nomes mais importantes, o senador mineiro Aécio Neves. É certo que sua imagem estava desgastada pelos escândalos de corrupção, mas, pela primeira vez na operação Lava-Jato, se viu um político mineiro se tornar réu pelo Supremo Tribunal Federal.

A edição nº2579 da revista *Veja* de 25 de abril de 2018, traz em sua capa a manchete “Bateu nos tucanos”, mostra Aécio Neves em primeiro plano e, ao fundo (em tons de preto e branco), José Serra, Paulo Vieira de Souza – o Paulo Preto – Aloysio Nunes e o ex-governador mineiro Eduardo Azeredo. Na manchete também pode ser lido a frase: “Como a derrocada moral do PSDB vai afetar a candidatura de Geraldo Alckmin.”

Aécio Neves se tornou réu em uma decisão acachapante dos juízes da Primeira Turma do STF, com um placar de 5 votos a 0. A acusação contra o senador baseia-se na gravação pedindo 2 milhões de reais ao empresário Joesley Batista, por ter indicado para receber o dinheiro seu primo Frederico Pacheco (“Alguém que a gente mata antes dele fazer delação”) e pelas imagens do primo contando as notas e colocando-as na mochila que viajaria até Minas Gerais. Porém o senador ainda tem mais oito denúncias ligadas a Lava-Jato para serem avaliados pelos ministros do Supremo. Se até há pouco tempo Aécio era um dos nomes mais bem visto no cenário eleitoral, agora chega a um declínio claro. O que antes era uma “quase exclusividade” de senadores do PT e MDB, o senador mineiro traz para si o fato de inaugurar o PSDB em seu alto escalão nas investigações da Lava-Jato.

Ao início da reportagem, um dito popular é usado para introduzir o assunto da matéria: “Pau que bate em Chico bate em Francisco. E o que vinha batendo em Curitiba começa finalmente a bater em Brasília.” De certa forma o conteúdo quer mostrar que a maior investigação contra a corrupção no país também está atenta aos possuidores do for privilegiado em Brasília e que não só o PT e o MDB terão grandes figurões dos seus partidos sob a mira da operação. Ainda é muito cedo para se afirmar se Aécio Neves será ou não preso, mas, ao se tornar réu, o senador respinga os impactos na alta cúpula tucana. Mas o acolhimento da denúncia da Procuradoria Geral da República por parte do Supremo, onde indicia o político e agora réu, deixa um impacto negativo na sua imagem política. É o que podemos ver no texto abaixo:

A queda de Aécio Neves é um estrondo. Das urnas presidenciais de 2014, ele saiu com 51 milhões de votos, tornou-se o líder da oposição ao governo petista e, com o impeachment de Dilma, virou o principal fiador do governo de Michel Temer. A dúvida política na época não era se Aécio seria presidente da República, mas quando. Presidente do PSDB por quatro anos, governador de Minas Gerais por dois mandatos e ex-presidente da Câmara dos Deputados, Aécio Neves, além da carreira política, exibia um notável pedigree como neto de Tancredo Neves. Às vésperas das eleições presidenciais mais imprevisíveis dos últimos trinta anos, a desgraça do tucano passa a ser também a desgraça de seu partido, já suficientemente desgraçado por conta própria. (VEJA Ed. nº2579, 25/04/2018)

Ao se tornar réu Aécio Neves não prejudica somente a sua imagem política, mas também a do seu partido, na qual, até tempo era o presidente nacional da sigla. Os escândalos de corrupção envolvendo seu nome e de outros políticos, atingiu também o PSDB, até no estado no qual tem sido o reduto mais fiel. Geraldo Alckmin, pré-candidato do partido à presidência, tem para si o fardo de ser o pior desempenho de um tucano nas pesquisas de intenção de votos desde 1989. Outros fatos contribuem para uma crise na imagem do partido, como integrantes do governo estadual e municipal e cinco ex-presidentes do Metrô Paulista se tornaram réus por improbidade administrativa.

Como político, o senador mineiro sofre até agora a sua pior derrota. Pode-se afirmar que esta traz um impacto negativo significativo na sua carreira política. A derrota nas urnas em 2014, se tornar a principal liderança opositora ao governo da ex-presidente Dilma fortalecia o caminho que aparentemente era o certo para Aécio Neves: o principal nome nas eleições deste ano. Porém, o surgimento do seu nome em escândalos de corrupção e o fator de ter se tornado réu compromete a sua imagem e a sua carreira política, tanto que deixou de ser mencionada qualquer possibilidade de vir a ser candidato seja à Presidência da República ou mesmo ao governo de Minas Gerais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da revisão da literatura e da análise de edições da revista *Veja* que traziam reportagens ligadas diretamente a Aécio Neves (PSDB), pode-se chegar a algumas reflexões importantes. A primeira é o caráter espetacular que a mídia acrescenta ao campo político exige adequação às suas linguagens e métodos, além de estruturas profissionalizadas na condução dramaturgica dos acontecimentos e dos produtos consumidos pelos cidadãos convocados à participação. A segunda está ligada às identidades construídas na contemporaneidade. Fica cada vez mais evidente a

construção de identidades híbridas e o papel que a mídia possui no reforço da construção e ou desconstrução de identidades.

Essa afirmação se dá ao compreender a mídia não apenas como uma ferramenta que busca garantir a propagação de informações e a comunicação entre indivíduos, mas também como agente capaz de exercer influência sob a forma como o leitor pensa e age. A mídia, assim, tem poder para legitimar ou não um determinado discurso político, uma vez que a forma como a informação é divulgada impactará na formação da opinião da população em geral. Dessa forma, pode-se afirmar que as revistas, por exemplo, são atores relevantes no reforço de construções de identidades.

Ao analisar as reportagens da revista *Veja*, pode se perceber atributos ligados ao conceito de mineiridade para descrever a figura pública de Aécio Neves e como estes predicados reforçam a imagem que o mesmo quer projetar. Porém, especialmente, no segundo turno das eleições de 2014, o tucano utilizou um discurso de ataques à candidata Dilma e ao PT, revelando um tom agressivo e discrepante da imagem do político mineiro conciliador, já marcando uma transição da imagem de “bom moço” para um político que quer o poder a qualquer custo.

Os depoimentos da Lava-Jato envolvendo acusações ligadas ao seu nome, os vazamentos dos áudios relacionados a pedidos de propinas, o seu afastamento no senado e a aceitação como réu por parte do STF configuram uma outra imagem do senador. Ao contrário do que já foi explicitado, revela um político ligado a situações de negociação de favorecimentos de empreiteiras em busca de propinas. Se os escândalos de corrupção noticiados pela *Veja* contribuíram para promover a (des) construção da imagem do senador tucano ainda é incerto afirmar, tendo em vista que o cenário político é instável. Porém, é notório que, ao comparar a primeira reportagem analisada com as duas últimas, a imagem do político é colocada em questão e, de certa forma, existe uma grande perda de credibilidade no discurso do mesmo, um dos principais mecanismos na legitimação de identidades. O impacto na sua imagem pública é evidente, revelado pelas pesquisas de opinião pública, que o colocam como um dos políticos com maior índice de rejeição, próximos ao do presidente Michel Temer.

O presente estudo possui uma relevância acadêmica, diante de que a interface comunicação e política tornou-se um assunto relevante, principalmente diante do contexto político em que o Brasil está inserido. Deste modo o presente estudo evidencia como a mídia é capaz de influenciar na (des) construção da imagem sociais. No caso

apresentado, como a revista *Veja* utilizou de estratégias comunicacionais para a (des)construção do senador Aécio Neves.

6. REFERÊNCIAS

ARRUDA, Maria A. do Nascimento. **Mitologia da Mineiridade** – o imaginário mineiro na vida política e cultural do Brasil. Editora Brasiliense, 1990.

BEIRIGO, Isabel Cristina Felipe. Apropriações e reapropriações da memória mineira: minas na articulação do golpe de 1964 e minas no período de redemocratização. **Caderno de resumos & Anais do 2º. Seminário Nacional de História da Historiografia**. A dinâmica do historicismo: tradições historiográficas modernas. Ouro Preto: EdUFOP, 2008.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GUIDA, A. M.; EVANGELISTA, Joelma Sampaio. De Minas para o mundo. **Virtú** (UFJF), v. 2, p. 1-5, 2005.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2004.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomás Tadeu da. (org.) **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 200. p. 103-133.
_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

JACKS, Nilda. **Mídia Nativa: Indústria Cultural e Cultura Regional**. Porto Alegre: UFRGS, 1998.

LIMA, Venício de. **Mídia**. Crise política e poder no Brasil. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.

MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais (RBCS)**, São Paulo, ano 10, n. 29, out. 1995.

OLIVEIRA, Luiz Ademir de; FIGUEIRA LEAL, Paulo Roberto. A Disputa pelo Sentido da Mineiridade: A Construção da Imagem de Aécio Neves na Disputa Presidencial de 2014. **Novos Olhares (USP)**, v. 5, p. 29-44, 2016.

REIS, Liana Maria. Mineiridade: identidade regional e ideologia. **Cadernos de História**, Belo Horizonte, v. 9, n. 11, p. 89-98, jan. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/cadernoshistoria/article/view/2886/3141>>. Acesso em: 20 Mar 2018.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

WOODWARD, Katryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e Diferença**. Petrópolis: Vozes, 2005. p. 7-72.