



As estratégias midiáticas do candidato Helvécio Reis (PT) no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) na disputa pela Prefeitura de São João del-Rei¹

Samuel Rodrigues RABAY²

Luiz Ademir de OLIVEIRA³

Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ)

RESUMO: No artigo “As estratégias midiáticas do candidato Helvécio Reis (PT) no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) na disputa pela Prefeitura de São João del-Rei”, discute-se a centralidade do campo midiático e a sua relação com a política (Rodrigues, 1990; Lima, 2006; Gomes, 2004) e as especificidades da propaganda eleitoral (Albuquerque, 1999; Oliveira, 2005). A pesquisa traz uma análise, em caráter preliminar, das estratégias do candidato Helvécio Reis (PT) que foram ao ar nos programas televisivos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral. Investiga-se a imagem construída do candidato (atributos pessoais, administrativos e políticos), a (des) construção da imagem da cidade, o ataque aos adversários e as principais temáticas de campanha - saúde e educação.

PALAVRAS-CHAVE: Eleição municipal de 2012; Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE); São João del-Rei; Estratégias midiáticas; Propaganda Eleitoral

1. Introdução

Em 2012, o cenário político e eleitoral de São João del-Rei teve novidades com a entrada na disputa do ex-reitor da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), o professor Helvécio Luís Reis, pelo Partido dos Trabalhadores (PT), tendo como principal concorrente o então prefeito Nivaldo Andrade (PMDB), uma liderança populista que chegou a ocupar o cargo três vezes na cidade e também na cidade de Tiradentes. Helvécio saiu vitorioso na disputa, um fato que surpreendeu, principalmente, pela força política que até então Nivaldo tinha, além de ter recebido na

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 03 a 05 de julho de 2013 em Bauru-SP. O artigo é resultado da pesquisa de iniciação científica “As estratégias midiáticas dos candidatos à Prefeitura de São João del-Rei – Helvécio Reis (PT) e Nivaldo de Andrade (PMDB) - nos programas televisivos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE)” financiada pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC-FAPEMIG-UFSJ), cujo bolsista é o aluno Samuel Rodrigues Rabay, do quinto período do curso de Comunicação Social - Jornalismo, sob a orientação do professor Dr. Luiz Ademir de Oliveira.

² Samuel Rodrigues Rabay é graduando do quinto período do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ) e é bolsista de iniciação científica do PIBIC-FAPEMIG-UFSJ.

³ Luiz Ademir de Oliveira é docente e pesquisador do curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei e orientador do projeto de iniciação científica “As estratégias midiáticas dos candidatos à Prefeitura de São João del-Rei – Helvécio Reis (PT) e Nivaldo de Andrade (PMDB) - nos programas televisivos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE)”.



última campanha o apoio do senador Aécio Neves e do PSDB, seus antigos rivais políticos.

Outra questão importante foi o uso, mesmo que ainda de forma amadora, mas intenso da mídia para a disputa política. As estratégias midiáticas foram acionadas, principalmente, pelo candidato do PT, tanto nas redes sociais na internet como nos programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) no rádio e na televisão. A mídia, hoje, funciona como uma forma de se aproximar do eleitorado, levar as suas mensagens e propostas de campanha.

Isso aponta para questões teóricas importantes. Primeiramente, remete ao papel de centralidade da mídia. Segundo Rodrigues (1990), o campo midiático tornou-se mediador da vida social, em que os demais campos sociais buscam visibilidades e formas de legitimar o seu discurso, como ocorre com o campo político. Lima (2006) aponta sete tese sobre a centralidade da mídia para a política, entre as quais destaca a de que hoje os meios de comunicação, muitas vezes, cumprem o papel dos partidos políticos e agendam temáticas de campanha. Gomes (2004), por sua vez, trata da relação tensa entre mídia e política, que torna a política cada vez mais adaptada à lógica midiática.

Outro ponto relevante diz respeito à propaganda política e eleitoral. Conforme afirmam Figueiredo *et alli* (1998), a disputa política se dá, principalmente, entre a disputa de duas retóricas - a da situação e a da oposição. A situação utiliza a retórica de que o mundo atual está bom e pode ficar melhor se tiver continuidade, conforme trabalhou Nivaldo em sua campanha. Já a oposição tem como ponto central de sua retórica o argumento de o mundo atual está ruim, mas pode ficar bom, se houver mudança. Daí o lema da campanha de Helvécio Reis focar na mudança.

O candidato petista buscou construir sua imagem como um candidato honesto, familiar e trabalhador. Por meio de seus programas, trabalhou seu perfil como o administrador responsável pela expansão da Universidade Federal de São João Del-Rei. Além disso, aliou estratégias de aproximação do eleitorado mais popular a um caráter progressista-cristão o que resultou em sua eleição como prefeito.

No artigo “As estratégias midiáticas do candidato Helvécio Reis (PT) no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) na disputa pela Prefeitura de São João del-Rei”, o conceito de política de origem grega polis (o que é urbano, civil, público) se revela cada vez mais midiaticizado em um processo que constantemente altera e é



alterado pela sociedade e esfera pública como um todo, mesmo em sociedades interioranas como é o caso de São João Del-Rei.

O presente artigo centrou nas análises do programa do candidato Helvécio Reis (PT), pois a empresa responsável pelos programas do candidato Nivaldo Andrade bem como os integrantes do PMDB recusaram-se a disponibilizar os programas do candidato no HGPE. Como categorias da análise de conteúdo, foram trabalhados no artigo: (a) construção da imagem do candidato - atributos pessoais, políticos e administrativos; (b) ataque aos adversários; (c) (des) construção da imagem da cidade e (d) temáticas de campanha.

2. A centralidade da comunicação e a interface mídia e política

Com o surgimento da comunicação de massa no início do século XX, Rodrigues (1990) afirma que as diferentes mídias (TV, rádio, internet, jornal, entre outras) passaram a integrar o que ele denomina de campo midiático. Ele concebe como um campo próprio, mas que está ligado com outros campos sociais. Lima (2006), por sua vez, estabelece uma distinção entre a política e a mídia. As instituições midiáticas são responsáveis pela reprodução de bens simbólicos mediados tecnologicamente e têm um caráter mercadológico e privado. Já a política é entendida a partir da origem grega de *polis* (o que é urbano, civil, público) e que historicamente está relacionada à noção de poder, deve ser de interesse público.

Mesmo com tal distinção, são campos cada vez mais próximos. Ao discutir o contexto brasileiro, Lima (2006) cria sete teses para explicar a centralidade da comunicação para a vida política: (1^a) a mídia ocupa uma posição de centralidade nas sociedades contemporâneas; (2^a) não existe política nacional sem a mídia; (3^a) *mass media* exercem hoje funções tradicionais dos partidos políticos; (4^a) a mídia alterou radicalmente as campanhas eleitorais em função da crescente profissionalização; (5^a) as empresas de mídia são hoje atores econômicos fundamentais e integram grandes conglomerados empresariais articulados em nível global; (6^a) as condições sociais em que os *mass media* foram implantados no Brasil no período da ditadura militar, em que os índices de exclusão social e analfabetismo eram muito elevados; (7^a) as condições políticas e históricas do surgimento da mídia no período de regimes autoritários.

Para Gomes (2004), a política é a esfera da argumentação e da racionalidade, já a mídia, no entanto, na visão de Gomes, surge para atender a uma demanda do sistema produtivo capitalista de criar necessidades e se configurar como uma vitrine dos



produtos culturais. Gomes explica que a política, para sobreviver, precisa se acomodar à lógica dos *mass media*, regida por uma natureza espetacular. Thompson (1998), por sua vez, discute as mudanças geradas pela mídia em função da grande visibilidade dos atores políticos. Se antes os líderes políticos não precisavam se preocupar tanto com a sua visibilidade, hoje há um grande investimento na imagem pública. Porém, os líderes estão submetidos a uma série de riscos, segundo Thompson (1998): (a) os escândalos políticos, (b) o vazamento de informações, (c) as gafes, (d) acessos explosivos.

3. A propaganda política e o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE)

Sobre as especificidades da propaganda política, Albuquerque (1999), ao analisar a campanha presidencial de 1989, aponta as características do modelo de propaganda brasileira. Ele descreve o estilo comunicativo do horário eleitoral, apontando os principais tipos de mensagens veiculadas nos programas do HGPE: (i) as mensagens de campanha - a discussão de problemas políticos, a construção da imagem dos candidatos e ataques aos adversários -, (ii) mensagens de "metacampanha" – tratam do andamento da campanha, dando ênfase às cenas de campanha, adesão de líderes políticos e pesquisas de opinião e incluem também apelos ao engajamento do eleitorado e a "pedagogia" do voto -, (iii) "auxiliares" - clipes políticos com a divulgação dos *jingles* de campanha e as vinhetas que dão certa marca ao programa do candidato.

Luís Felipe Miguel (1997) analisa as transformações sofridas pelo discurso político face às exigências impostas pela televisão. Ele observa que este discurso se tornou mais imagético, mais íntimo, mais fragmentário e mais difuso. O discurso político se vê obrigado a se adaptar à lógica imposta pela mídia. Nesta linha de análise, quanto à adaptação do discurso político à mídia, Miguel aponta quatro características desta nova linguagem: (a) quantidade excessiva de imagens; (b) sentimento de intimidade que a televisão provoca, o que modifica o formato do discurso e dá a idéia de um contato face a face com o eleitor; (c) velocidade e (d) não é segmentada. Diante da tela da televisão, todos estão reunidos e não há diferenciação.

Figueiredo *et alli* (1998) descrevem como a retórica das campanhas é de natureza ficcional. Ele aponta que há uma polarização entre os candidatos da situação, que constroem o discurso de que o mundo atual está bom e pode ficar melhor se permanecer com o mesmo grupo político; e a oposição que tende a destruir este discurso, alegando que o mundo atual está ruim e só pode melhorar se houver uma mudança de grupo político. Oliveira (2005), ao comparar as campanhas à Prefeitura de



Belo Horizonte e Salvador em 2000, cria uma metodologia de análise da propaganda do HGPE. Define algumas categorias de análise, como o objeto de campanha que se assemelham as categorias descritas por Albuquerque (1999).

4. Análise das estratégias midiáticas do candidato Helvécio Reis (PT) na disputa pela Prefeitura de São João del-Rei no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE)

4.1 Metodologia de análise

Trata-se de um estudo de caso sobre as estratégias midiáticas do candidato Helvécio Luís Reis (PT) nos programas televisivos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). O estudo de caso é um método de investigação científica escolhido para se observar a realidade como um meio para organizar dados sociais buscando preservar a singularidade do objeto investigado. Para tal, foram adotados os seguintes procedimentos metodológicos: (1) *Pesquisa Bibliográfica* – foram explorados os eixos temáticos: (a) a centralidade da comunicação e a interface mídia e política; (b) a propaganda política e o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE); (2) *Pesquisa documental e Corpus de análise* - para analisar as estratégias dos candidatos à Prefeitura de São João del-Rei em 2012 nos programas do HGPE, foram feitos recortes metodológicos. Com a disputa polarizada entre Helvécio (PT) e Nivaldo (PMDB), a intenção era analisar os programas dos dois candidatos. No entanto, tivemos acesso aos programas do candidato do PT. A empresa que foi responsável pela campanha do candidato Nivaldo bem como as lideranças de seu partido recusaram-se a fornecer o material gravado do HGPE. Em função disso, por entender que não empobrece a pesquisa, centramos nossos estudos na análise dos programas do candidato Helvécio, que saiu vitorioso no pleito; (3) *Análise de Conteúdo*: tomando como referência os trabalhos de Albuquerque (1999) e Oliveira (2005), foram analisados nos programas do HGPE os segmentos de campanha que se referem ao conteúdo de campanha – construção da imagem do candidato, ataque aos adversários, (des) construção da imagem da cidade e temáticas da campanha.

4.2 Conjuntura política

Na eleição de 2008, a TV e, principalmente, o rádio já começaram a ter mais impacto em cidades de médio e pequeno porte. Isso porque o Tribunal de Justiça



Eleitoral determinou que em cidades que tivessem emissoras de televisão ou de rádio teriam que veicular os programas do HGPE. Então, cidades com 5 mil habitantes que têm rádio comunitária foram obrigadas a transmitir o Horário Eleitoral. Isso fez com que os candidatos passassem a investir em estratégias também voltadas para o HGPE.

Em São João del-Rei, em 2008, a TV como espaço de propaganda foi utilizada ainda de forma amadora, mas os programas no HGPE foram ricos para perceber como os candidatos direcionaram as suas campanhas. Em 2012, no entanto, com a entrada em cena do candidato a prefeito Helvécio Luís Reis (PT), as estratégias midiáticas ganharam maior peso, principalmente porque foi reitor da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ) de 2005 a 2012. Na sua gestão, em 2009, foi implantado o curso de Comunicação Social – Jornalismo. Isso já teve reflexos na campanha eleitoral, com a incorporação de muitos alunos de Comunicação aos trabalhos de marketing e comunicação das campanhas.

Quanto à conjuntura política, o cenário eleitoral de 2012 também trouxe novidades e uma disputa bem mais acirrada.⁴ Já no início de 2012, Nivaldo anunciou que seria novamente candidato à reeleição. Mesmo respondendo a vários processos por denúncias de irregularidades, o prefeito até o início da propaganda eleitoral era tido como favorito para vencer a eleição e ter o seu quarto mandato na Prefeitura de São João del-Rei. Filiado ao PMDB, em 2010, apoiou o candidato a governador Antônio Anastasia buscando uma aproximação com o senador Aécio Neves, ambos do PSDB, o que garantiu o apoio de Aécio, que participou da sua campanha, além de o PSDB compor a coligação, formada por mais 10 partidos (PP, PDT, PTB, PSL, PSC, PPS, DEM, PTC, PSB, PV). Com amplo leque de alianças, garantiu 16 minutos no HGPE.

⁴ Durante duas décadas, o atual prefeito Nivaldo de Andrade era considerado um líder imbatível nas urnas, fortalecido pela sua política assistencialista e grande popularidade junto às camadas populares não somente de São João del-Rei, mas de cidades vizinhas, como Tiradentes e Santa Cruz de Minas. Traçando rapidamente o panorama político pelo viés histórico, constata-se o capital político do atual prefeito. Em 1988, Rômulo Viegas foi eleito prefeito de São João del-Rei (1989-1992). No mesmo período, Nivaldo de Andrade, lançado pelo ex-governador Newton Cardoso, elegeu-se em 1988 prefeito de Tiradentes (1989-1992). Em 1992, Nivaldo já tinha transferido o seu domicílio eleitoral para São João e candidatou-se a prefeito, elegeu-se e governou de 1993 a 1996. Em 1996, Carlos Alberto da Silva Braga (PFL) derrotou Sidney Antônio de Souza – Sidinho do Ferrotaco (PSDB), ficando de 1997 a 2000, numa eleição com sete candidatos. Neste período, em 1998, Nivaldo disputou uma vaga na Assembleia Legislativa e ficou suplente de deputado estadual. Assumiu a vaga de Elmo Braz e em 2000 saiu para disputar a Prefeitura de São João del-Rei. Disputou o cargo pelo PPB e derrotou Sidinho do Ferrotaco, governando de 2001 a 2004. Na eleição de 2004, Sidney de Souza – o Sidinho do Ferrotaco aliou-se ao PT, tendo como vice Cristiano da Silveira e saiu vitorioso, numa administração polêmica, com acusações de corrupção e a saída do PT do governo. Em 2008, Nivaldo de Andrade voltou ao cenário político como candidato a prefeito e derrotou Cristiano da Silveira (PT) e Adenor Simões (PSB), com 24.939 votos.



O candidato a prefeito pelo PT, Helvécio Luís Reis, reitor da UFSJ de 2005 a 2012, resolveu disputar a eleição, mas até o início da propaganda eleitoral em julho não era visto com chances de derrotar Nivaldo, até porque a sua campanha começou depois. Até 10 de maio, esteve envolvido com a sucessão na reitoria da UFSJ. Contando com o apoio de menos partidos (PT, PRB, PR, PRTB, PMN, PC do B, PT do B) teve 10 minutos no HGPE. Sem experiência na vida política, o candidato filiou-se ao PT em 2011, mas, por sua experiência administrativa e pelo trabalho de ampliação da UFSJ – que passou de 3 mil a 12 mil alunos – viu a sua candidatura crescer. Chegou à reta final já como favorito, com pesquisa que apontava uma vitória de 44% a 32% de Nivaldo.

Quanto aos programas televisivos dos candidatos, as campanhas ainda foram amadoras, mas houve um investimento em estratégias de marketing e de comunicação, principalmente com a participação de profissionais de comunicação e alunos do curso de Comunicação da UFSJ, os dois candidatos contrataram empresas de São João del-Rei – a Era Filmagens pela campanha do PT e a Toninho Produtora pela campanha do PMDB. Não recorreram a especialistas de marketing e de propaganda. Os programas a prefeito tiveram início no dia 21 de agosto e foram, ao todo, 38 programas (sendo dois diários), que geralmente repetiam nos períodos vespertino e noturno.

4.3 Estratégias midiáticas: segmentos de campanha

4.3.1 Construção da imagem

Entre as estratégias de campanha, Afonso de Albuquerque (1999) aponta a construção da imagem do candidato, trabalhando os atributos pessoais, administrativos e políticos. No caso da disputa pela Prefeitura de São João del-Rei-MG, o candidato do PT, Helvécio Luís Reis, procurou, nos programas televisivos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), tornar-se mais conhecido junto ao eleitorado da cidade, principalmente pelas duas gestões que esteve à frente da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ).

Helvécio evitou vínculo direto de sua imagem à da UFSJ de modo a não gerar estranhamento com a população local. Os estudantes da universidade, em boa parte, são de outras cidades e não há uma aproximação ainda com a comunidade local, chegando, em alguns momentos, a terem atritos. Apesar do inegável desenvolvimento financeiro e cultural proporcionado pela presença da instituição, muitas vezes os alunos são vistos como externos à sociedade sanjoanense que vêm quebrar a estabilidade frugal, religiosa e campesina do município.



O candidato petista, ciente dos valores interioranos e conservadores ainda muito presentes na cidade, estruturou sua imagem baseado nos pilares “família”, “trabalho” e “tradição”. Fez menção a sua trajetória na cidade e, afirmou sempre ser um apaixonado pela cidade que lhe deu trabalho, família e carinho.

ÁUDIO (Narração em Off): Natural de Barroso, Helvécio Reis veio para São João ainda jovem, onde se estabeleceu e criou sua família. Hoje, Helvécio tem 52 anos, é casado e pai de dois filhos. A carreira profissional de Helvécio começou bem cedo, aos 22 anos, quando se tornou professor na Fundação Municipal de São João Del Rei. Em 1985, já com 26 anos, Helvécio assumiu a administração da Santa Casa de Misericórdia de São João Del Rei. Em 2004, o professor assumiu a reitoria da Universidade Federal de São João del-Rei e durante sua gestão a universidade triplicou o seu tamanho.

VIDEO: São apresentadas imagens de Helvécio em diversos momentos de sua vida, imagens pessoais com sua família, bem como imagens de sua trajetória como administrador e professor (Helvécio Reis, 21 de agosto de 2012).

O então prefeito de São João, Nivaldo de Andrade (PMDB), era conhecido pela falta de formação intelectual. Com trechos de oralidade em sua fala, o que, proporcionava um caráter popular a sua figura, Nivaldo usava de um estereótipo “grosseiro” para aproximar-se da população como um candidato do povo.

Como Helvécio adotou uma postura de mudança em relação ao então panorama da cidade, referiu-se a seu trabalho como reitor para mostrar que tinha plenas condições e preparo para ser um administrador diferente. Desse modo, assim como na instituição, usaria de seu conhecimento para trazer crescimento e progresso ao município.

ÁUDIO (Helvécio): Estou pronto para ser o prefeito de São João Del Rei. Pronto preparado e motivado. Acredito que a população quer mudança. As pessoas estão querendo coisas novas, diferentes.[...] Estou capacitado, estou preparado, estou pronto para com seu apoio ser o próximo prefeito de São João Del Rei.

ÁUDIO (Apresentadora): Hoje, vamos falar de como Helvécio vai mudar a cara da prefeitura de São João, implantando uma gestão eficiente, transparente e democrática. [...] Hoje, a universidade tem um orçamento superior ao do município. Ele sabe buscar recursos e aplicá-los com seriedade e compromisso. (Helvécio Reis, 28 de agosto de 2012).

À época da disputa Helvécio Reis não tinha uma trajetória política e somente filiou-se ao PT em 2011, um ano antes da eleição. O preterido cargo de prefeito seria a primeira vez que Helvécio assumiria função de tal dimensão. Para compensar essa falta, Helvécio aproximou a sua imagem a do deputado Federal Reginaldo Lopes (PT), que também era e é o presidente estadual do diretório estadual do partido em Minas Gerais.



Permeando toda a campanha, Reginaldo colocava-se como um alicerce, pois, além de ser do mesmo partido do ex-reitor, apresentava-se como o vínculo que o candidato iria possuir em Brasília, fato que a sua campanha explorou, apontando as boas relações no campo político de Helvécio. Além disso, como candidata a vice, foi escolhida Cristina Lopes, esposa de Reginaldo Lopes.

ÁUDIO Reginaldo Lopes (deputado federal): Eu conheço o Helvécio há mais de 20 anos. A nossa relação deu-se em diversos momentos da história da Universidade Federal de São João del-Rei e da história de São João del-Rei. Então, nesses últimos 20 anos, nós estabelecemos grandes parcerias e, em especial, na Universidade Federal de São João Del Rei a partir do momento que assume a reitoria e eu na condição de Deputado Federal.

Além de Reginaldo Lopes, a campanha do professor Helvécio fez ligações com o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e à atual Presidenta da República, Dilma Rousseff. Ambos políticos possuem níveis recorde de popularidade e são do partido do candidato. Mesmo que brevemente, a inserção de peso que esses candidatos proporcionam não poderia ficar de fora, especialmente em um sentido de oposição ao panorama político da cidade onde preponderavam até o momento políticos de partidos como PSDB e PMDB.

ÁUDIO (Ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva): Minhas amigas e meus amigos, o professor Helvécio é um administrador competente. Soube apresentar e defender junto ao governo federal o projeto da universidade federal e foi por causa de sua liderança e competência que a Universidade triplicou de tamanho e transformou-se em uma das melhores universidades do país. Na prefeitura, eu tenho certeza, o professor Helvécio fará de São João Del Rei uma cidade melhor. No dia 07 de outubro, vote professor Helvécio. Vote 13.

Para analisar as estratégias de construção de imagem propostas pelo candidato do PT, é importante retomar as contribuições de Figueiredo *et alli* (1998), que afirmam que o jogo político se dá na disputa entre situação (o mundo atual está bom e pode ficar melhor) e o da oposição (o mundo atual está ruim, mas pode ficar bom se houver mudança). Foi a partir da retórica da oposição de que a cidade estava ruim que Helvécio construiu a sua imagem como um administrador que poderia mudar o cenário de São João del-Rei.

ÁUDIO (Helvécio): [...] Tudo que é errado nós vamos consertar. E tudo que é certo nós vamos ampliar e melhorar. [...]

ÁUDIO (Helvécio): [...] Tudo que ajuda o povo e está funcionando vai continuar. Só que com uma diferença: de forma mais organizada e muito melhor. A prefeitura tem que atender a todos. Tudo que a gente fizer vai ser pra melhorar a vida das pessoas. (Helvécio Reis, 28 de agosto de 2012).

4.3.3.1 Atributos pessoais

Abordando, ainda, a construção da imagem do candidato Helvécio Reis em termos de atributos pessoais, podemos perceber um forte tom personalista, conforme frisa Manin (1995) quando discute a democracia de público. O petista foca em valores tradicionais da sociedade sanjoanense. No primeiro programa de sua campanha no HPGE, foram veiculados depoimentos da família do candidato: sua esposa, filhos e seus pais, geralmente em ambientes que remetem ao lar, de modo a gerar uma identificação do povo com o candidato e atrelá-lo a imagem de patriarca e provedor do seio familiar.

ÁUDIO - Adriana Cássia Teixeira (esposa de Helvécio): O Helvécio é muito apaixonado pelo que ele faz, pelas funções que ele ocupa. Ele assume tudo com muita responsabilidade e com muita garra. Eu tenho certeza que como prefeito de São João Del Rei, ele vai fazer o melhor.

ÁUDIO - Iara Teixeira Reis (filha do candidato): Ele é um vencedor, um batalhador e, além disso, tudo é um ótimo pai

VÍDEO: A filha encontra-se sentada em um ambiente que provavelmente é a sala de estar da casa de Helvécio o que gera um clima intimista.

Outro aspecto trabalhado pelo político foi a sua mineiridade e humildade. A campanha de Helvécio pelo Partido dos Trabalhadores foi pautada pelo caráter popular tanto na oratória e nas propostas quanto nas imagens que foram veiculadas em seu programa.

ÁUDIO (Narração em off): Ele começou como todo mineiro, com jeitinho, pedindo licença e se apresentando. Aos poucos, as pessoas viram que a cidade tinha um candidato diferente. Diferente porque não atacava os outros. Diferente porque se importava com as pessoas e trazia soluções.[...] olhou no olho do povo e se comprometeu em devolver para São João o que ela mais merece: respeito [...]

VÍDEO: Imagens do candidato em diversos momentos da campanha, com crianças, jovens e variadas pessoas da comunidade. (Helvécio Reis, 04 de outubro de 2012).

Abrangendo simultaneamente os valores, família, mineiridade e tradição, veio a religiosidade. São João é uma cidade extremamente católica, repleta de igrejas centenárias e alvo de procissões e turismo religioso. Ao se referir ao cristianismo, o candidato atingiu o seio da família brasileira e vinculou sua imagem às dos mártires cristãos.

ÁUDIO - (Helvécio): [...] Um agradecimento especial a minha família. Recorro a Bíblia e termino lembrando o apóstolo Paulo: “Combati o bom combate. Terminei a corrida, guardei a fé”. Mas afinal qual é o segredo dessa convicção? Qual é o segredo da vitória? O mesmo Paulo afirma: “Todos nós somos mais que vencedores por meio daquele que nos amou [...]”



4.3.3.2 Atributos políticos

Como já foi citado, o candidato não possuía histórico de atividade política. Esta defasagem é compensada pelo vínculo constante de sua imagem a de outros políticos como é caso de Reginaldo Lopes (PT). Além de Reginaldo Lopes, foram veiculadas mensagens de professores e lideranças estudantis, com o intuito de preencher esse vazio que foi uma das principais fragilidades da candidatura de Helvécio. A imagem do candidato teve que ser minuciosamente planejada de modo a disfarçar essa ausência de experiência e construir a imagem de um candidato a prefeito de São João del-Rei que nunca ocupou cargo político e há pouco não era conhecido do imaginário popular.

ÁUDIO - Reginaldo Lopes: Eu confio, apóio, fui responsável pela sua filiação ao Partido dos Trabalhadores e hoje estou de corpo e alma, pedindo ao meu povo, ao povo de São João del-Rei [...] eu tenho certeza que nós vamos resolver esse problema no dia 07 de outubro votando no Helvécio e na Cristina Lopes para a prefeitura [...]

ÁUDIO - (Rafael Leal, presidente da União Estadual dos Estudantes): O professor Helvécio sempre manteve um grande diálogo e teve uma grande sensibilidade com os estudantes [...] Sua luta pela inclusão de milhares de jovens na universidade tem reconhecimento nacional e tem até o prestígio do nosso querido presidente Lula. A luta de Helvécio pela inclusão de milhares de jovens na universidade federal não é pouca coisa. Eleger Helvécio é a certeza de a gente ter um prefeito amigo da nossa juventude.

4.3.3.2 Atributos administrativos

Os principais atributos trabalhados pela campanha tratavam de suas duas gestões como reitor da Universidade Federal de São João Del Rei. Embora não atrele diretamente sua imagem a imagem da instituição, os dados decorrentes de seus dois mandatos como reitor foram incessantemente citados. O governo federal investiu mais de 2 bilhões de reais nos programas do REUNI para expansão de instituições de ensino superior e técnico. Só na UFSJ foram investidos cerca de 56 milhões de reais, uma arrecadação recorde que fez a Universidade praticamente triplicar de tamanho, trazendo movimentação financeira e cultural para o município.

A oposição dos atributos administrativos de Helvécio à figura de Nivaldo Andrade (PMDB), contribuíram na construção da campanha intitulada: “Mudança do jeito que o povo quer”.

ÁUDIO - (Helvécio): Fui eleito reitor da Universidade Federal de São João del-Rei duas vezes e agora ajudei a eleger minha sucessora, a primeira reitora da nossa universidade e com quase 80% dos votos. Se me elegeram e depois me reelegeram é



sinal de que gostaram e aprovaram o meu trabalho. Isso só me enche de responsabilidade, isso me credencia para ser o próximo prefeito de São João del-Rei. [...] Anote aí e não se esqueça: não trabalho de qualquer jeito. Eu trabalho de forma planejada, organizada. Isso é respeitar o seu dinheiro, o dinheiro do imposto que você paga, isso é respeitar você, cidadão sanjoanense.

ÁUDIO - Antônio Carlos Guimarães (Professor da UFSJ): Eu trabalhei diretamente com o Helvécio na implantação do curso de música. Nesse período que trabalhamos juntos, eu vi qualidades no Helvécio, que fazem a pessoa perfeita para ser o prefeito de São João del-Rei.[...]

4.3.2 Ataque aos adversários e (des) construção da imagem da cidade

Na reta final da campanha, ataques diretos à administração de Nivaldo e ao próprio político começaram a ser veiculados nos programas de campanha do petista. Até o deputado federal Reginaldo Lopes (PT) apareceu falando sobre a incompetência do então prefeito como gestor.

A maioria dos ataques foi feita por meio de narrações em off que não mostraram a face do interlocutor. Assim a imagem do candidato petista foi preservada. Posturas agressivas podem afastar a popularidade de um candidato que tem sua imagem trabalhada como alguém calmo e de valores cristãos.

ÁUDIO - (Helvécio): [...] Tem muita mentira rondando a cidade. [Tem um ditado por aqui que diz: “Quem fala muito dá bom dia a cavalo”...]

ÁUDIO - (Narração em off): O restaurante popular foi criação do PT. O fechamento foi coisa de outro partido, que agora apóia o prefeito.[...] Querem enganar São João del-Rei. Se mentem na campanha, imaginem no governo...

VÍDEO: Imagens do restaurante, seguidas de um “print screen” da matéria publicada no site da prefeitura na qual se encontra uma fotografia do então prefeito, Nivaldo.

ÁUDIO - (deputado federal Reginaldo Lopes): O Helvécio na prefeitura é a certeza de que a nossa cidade não vai mais perder recursos por incapacidade técnica [...]

A campanha de Helvécio, dedicou boa parte de seus programas no HPGE para a (des) construção da imagem de São João del-Rei. Ciente da importância de serviços como limpeza urbana para uma cidade turística, explorou esse aspecto para propor uma nova opção a São João del-Rei. Em seus programas, o ex-reitor fez um *tour* pela cidade apontando as principais falhas nos serviços prestados, conversando com moradores e divulgando imagens de lixo, animais nas ruas e esgoto a céu aberto em diversas áreas do município.

ÁUDIO - (Helvécio): Bom, neste e nos próximos dias, nós vamos dar uma volta pela cidade de São João del-Rei para conhecermos alguns dos principais problemas que nós moradores convivemos em nossa cidade.

ÁUDIO - (Narração em off): [...] Nossa cidade vive hoje um quadro de abandono. A população que já teve orgulho de viver em uma das mais belas cidades do Brasil



convive hoje ao lado do lixo e de animais soltos nas ruas. É essa São João que queremos por mais quatro anos?

VÍDEO: São intercaladas imagens de esgoto, lixo espalhado em diversas partes da cidade, uma vaca mexendo no lixo em área urbana e finalizando, os dizeres escritos: “É essa São João que queremos por mais quatro anos?”

4.3.4 Temáticas de campanha: saúde e educação como prioridades

4.3.4.1. Saúde

Helvécio Reis, que já foi administrador da Santa Casa de Misericórdia de São João del-Rei em 1985, fez críticas severas ao então quadro em que o setor da saúde se encontrava, apontando a falta de salários adequados, a falta de medicamentos gratuitos disponíveis e a defasagem geral nos serviços prestados.

Outra herança de seu mandato como reitor, bastante explorado na campanha seria a criação do curso de medicina da UFSJ em São João del-Rei, já que a universidade já tem um curso de Medicina, mas que funciona no Campus de Divinópolis. Com o curso na cidade, a saúde, segundo o candidato, poderia ganhar muito, com mais médicos, mais equipamentos e mais estrutura.

ÁUDIO - (Helvécio): Vamos inverter prioridades da prefeitura. Em primeiro lugar, vem a saúde de nossa gente, além de humanizar os serviços. [...]

ÁUDIO - (Helvécio): Uma das primeiras coisas que vou fazer na área da saúde é o programa de assistência farmacêutica. A assistência farmacêutica garantirá para quem precisa de medicamento de uso contínuo. Quem precisa, não pode ficar sem eles, não pode esperar. [...]

ÁUDIO - (Reginaldo Lopes): Em Brasília, já está garantido o curso de Medicina para nossa cidade de São João del-Rei graças à parceria, à competência, ao dinamismo do nosso reitor Helvécio. O curso de medicina significará mais médicos, mais cirurgias, mais equipamento e tecnologia para a nossa cidade [...]

4.3.4.2 Educação

Helvécio Reis (PT) direcionou as suas propostas educacionais, principalmente, às creches e a educação municipal de nível fundamental, buscando, dessa maneira, uma aproximação popular. Defendeu a criação de um plano de carreira dos professores, a criação de um cursinho pré-universitário municipal, implantação do ensino integral e o fomento à educação básica de qualidade. O ensino superior e a academia foram citados brevemente quando se falou na criação de um parque tecnológico em parcerias com as empresas.

A maioria da população brasileira não tem muito contato com o ambiente acadêmico, que, muitas vezes, é visto como um universo à parte. Ciente disso, Helvécio



evitou o link direto com a imagem da universidade, limitando-se à imagem de administrador.

ÁUDIO - (Helvécio): São João del-Rei precisa acordar para educação [...] Todos temos que entender que, para uma educação de qualidade, precisamos acompanhar de perto a aprendizagem dos nossos filhos. [...] Da mesma forma empresários, lideranças sindicais, comunitárias e políticas, precisam empunhar a bandeira da educação [...] A educação vai transformar São João del-Rei. (Helvécio Reis, 09 de setembro de 2012).

ÁUDIO- (Helvécio): Nós temos que tentar aproximar as creches o máximo possível das comunidades pra permitir que as mães coloquem seus filhos mais próximos da residência onde mora. Nós vamos trabalhar nessa direção, de resolver o problema de horário [...] de ampliar o número de creches existentes, de oferecer melhor infraestrutura e mais profissionais que possam trabalhar melhor nessas creches com os filhos das nossas trabalhadoras e dos nossos trabalhadores [...]

Considerações Finais

Ao analisar a campanha do candidato Helvécio Reis (PT) à Prefeitura de São João del-Rei, foi possível inferir acerca do jogo político como um todo e em esfera micro no que se refere ao município. Embora a empresa responsável pela campanha e as lideranças do partido do candidato Nivaldo Andrade (PMDB) tenham se recusado a fornecer o material gravado do HPGE, o recorte focado nos programas do petista Helvécio Reis nos ofereceu um rico panorama para análise e que, no ato de se opor ao peemedebista, ilustra parte de seu caráter.

Pragmaticamente, pode-se identificar estruturas de argumentação retórica nas quais a situação defende que o “copo está quase cheio” e a oposição de que “o copo está quase vazio”. Esse fator fica explícito ao analisar como Helvécio (des) constrói a imagem da cidade em diversos momentos da campanha.

Apesar do jogo de oposições, notam-se semelhanças no discurso dos candidatos: enquanto Nivaldo Andrade declaradamente adotou uma postura de aproximação popular, Helvécio, ex-reitor de uma Universidade, abriu mão do caráter acadêmico (de certa forma, elitista) e mesmo que tenha ressaltado a sua excelência como administrador e sua experiência técnica em elaborar projetos e arrecadar recursos, usou de uma roupagem do povo para dialogar com os trabalhadores e trabalhadoras de São João del-Rei. Mais do que isso, não assumiu um discurso pautado pela ideia somente de modernização, mas teve a preocupação de mostrar que, para ele, era fundamental preservar os valores tradicionais da cidade, como a família e a religiosidade.

Aludindo ao lema de campanha da Presidenta Dilma Rousseff do PT nas eleições de 2010 “Dilma 13, Para o Brasil seguir mudando”, podemos perceber ambas as tendências de continuísmo e rompimento. Essa característica ambivalente se repete



na campanha de Helvécio e conflui, mesmo que não tão explicitamente, no seu lema: “Mudança do jeito que o povo quer”. A retórica da situação e o uso estratégico da mídia, mesmo que ainda de forma amadora, parecem ter surtido bons efeitos, garantindo uma vitória histórica do PT na cidade.

Referências Bibliográficas

ALBUQUERQUE, Afonso de. ‘*Aqui você vê a verdade na tevê*’. A propaganda política na televisão. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação - MCII) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 1999.

FIGUEIREDO, Marcus *et alli*. “Estratégias de Persuasão em Eleições Majoritárias. Uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral” *Opinião Pública*, Campinas, v.IV, n.3, p.109-120, 1997.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação*. São Paulo: Paulus, 2004.
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, p.6-33, out. 1995.

MIGUEL, Luis Felipe. “Mídia e discurso político nas eleições presidenciais de 1994”. *Comunicação & Política*, Rio de Janeiro, v.IV, n.1, p.80-96, 1997.

OLIVEIRA, Luiz Ademir de. *As estratégias retóricas na construção dos mundos de natureza ficcional da política*. 2005. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), Rio de Janeiro.

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

THOMPSON, J. B. *A mídia e a modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1998.