



O discurso da mineiridade no Estado de Minas como forma de legitimação da Aliança PT-PSDB nas eleições de Belo Horizonte em 2008¹

Carolina Fabiana Argamim GOUVÊA²

Paulo Henrique CAETANO³

Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, MG

RESUMO

Este artigo propõe uma análise do discurso presente no jornal durante as eleições municipais de Belo Horizonte em 2008, através da ótica dos estudos sobre a mineiridade (ARRUDA, 1999). Utilizando como corpus o jornal *Estado de Minas* no período das eleições, verificou-se que o discurso da mineiridade serviu como forma de legitimação da Aliança entre as forças antagônicas PT-PSDB, principalmente durante o Cenário Político, quando as candidaturas ainda não haviam sido homologadas e o panorama eleitoral ainda se encontrava indefinido.

PALAVRAS-CHAVE: discurso eleitoral; *Estado de Minas*; mídia impressa; Mineiridade.

INTRODUÇÃO

O discurso da mineiridade, conceituado por Arruda (1999) como uma visão mítica da imagem do mineiro, muitas vezes tido como político conciliador e unificador, foi vastamente utilizado pelo periódico *Estado de Minas* durante as eleições municipais de 2008, em Belo Horizonte. Tal discurso serviu como forma de legitimação de uma polêmica Aliança de duas forças políticas antagônicas no cenário geral nacional: o PT e o PSDB.

Entender até que ponto a mineiridade serviu como forma de legitimação dessa Aliança é o principal objetivo do presente trabalho. Através de análise de dados lexicais, manchetes e trechos de discursos procura-se traçar um panorama geral do uso da mitologia da mineiridade, buscando entender quais foram as principais estratégias utilizadas em cada período das eleições de 2008.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei - UFSJ, email: carool.g@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei - UFSJ, email: phcaetano@yahoo.com



Além disso, almeja-se estabelecer uma relação entre o discurso da mineiridade com os atores políticos, principalmente com os padrinhos da Aliança: o então governador Aécio Neves (PSDB) e o prefeito de Belo Horizonte, Fernando Pimentel (PT), que largamente utilizaram deste discurso para validar o acordo diante de seus respectivos partidos e do eleitorado.

CORPUS E METODOLOGIA

Para o presente artigo, as notícias do *Estado de Minas* referentes às eleições de 2008, em Belo Horizonte, foram tomadas como corpus. O jornal foi eleito como corpus de pesquisa por ser o veículo de maior circulação na capital e em todo o estado, possuindo uma estrutura reconhecida como de grande imprensa. Dentre alguns critérios para o reconhecimento de um veículo de grande imprensa, uma editoria consolidada de Política é fator preponderante, estando o *Estado de Minas* plenamente adequado a esse (REZENDE et al., 2012).

Sobre os procedimentos metodológicos, uma planilha inicial foi elaborada, considerando os dados brutos, dividindo-os em três momentos ou cenários: (1) Cenário Político – de maio a julho, quando as candidaturas não tinham sido definidas, sendo o período de maior especulação; (2) Cenário Pré-Eleitoral – a partir de 5 de julho até o início do HGPE, quando as candidaturas foram homologadas; (3) o Cenário Eleitoral – a partir do início do HGPE em 19 de agosto de 2008, quando a disputa tornou-se muito mais acirrada, até o dia anterior às eleições.

Uma vez delimitados os três cenários como focos dessa discussão, o software WordSmith Tools foi escolhido como ferramenta de pesquisa, embasado na metodologia de Linguística de Corpus (cf. BERBER-SARDINHA, 2004), por facilitar o trabalho de quantificação e, não menos, qualificação dos textos. Essa etapa intenta levantar dados de ocorrências de itens lexicais que são chave para a temática, bem como seus ambientes textuais de ocorrência e suas tendências colocacionais.

1. A ALIANÇA NO CONTEXTO POLÍTICO

As eleições para a prefeitura de Belo Horizonte em 2008 foram marcada por polêmicas e fenômenos eleitorais, entre eles a aliança entre os partidos antagônicos PT e PSDB, que gerou polêmica e rachas partidários. Para entendê-la, é preciso compreender o clima amistoso que havia na cidade entre o então prefeito Fernando Pimentel (PT) e o



então governador, Aécio Neves (PT), que trabalhavam em um clima de cooperação, apesar dos partidos opostos. Os dois partidos polarizavam a administração de BH por muitos anos e, em 2008, esses dois políticos influentes decidiram se unir e lançar a candidatura de Márcio Lacerda (PSB).

Os motivos da parceria de ambos iam além da disputa municipal: para Aécio Neves uma aproximação bem sucedida com o PT poderia aumentar suas forças e ajudar a lançar sua candidatura nas eleições presidenciais de 2010 (o que sabemos, não ocorreu). Já Fernando Pimentel planejava se eleger como governador de Minas Gerais e o apoio de Aécio seria fundamental.

Apesar da situação inusitada da união dos dois partidos, a ideia era simples: Márcio Lacerda, que era de outro partido menor, representaria a continuação da parceria de Pimentel e Aécio e daria uma trégua às oposições partidárias entre PSDB e PT, que em BH sempre foram grandes rivais nas urnas.

A aliança, porém, não foi bem aceita dentro do PT. Alguns setores do partido questionavam o embasamento ideológico da parceria, e afirmavam que esta era inconstitucional. O partido só aceitaria apoiar Lacerda se o PSDB não entrasse na coligação.

Mesmo com os esforços de Fernando Pimentel dentro do partido, a aliança foi vetada pelo PT. Após inúmeros acordos, o PT acabou lançando Márcio Lacerda e o PSDB entrou apenas informalmente na parceria. Aécio Neves, entretanto, foi um dos principais padrinhos da aliança, defendendo-a durante todo o processo eleitoral, ao lado de Fernando Pimentel.

Com padrinhos políticos tão populares e apoio dos mais fortes partidos da capital mineira, a expectativa era de que a aliança fosse vitoriosa logo no primeiro turno. Entretanto, com o aparecimento do fenômeno eleitoral Leonardo Quintão (PMDB), a disputa foi levada para um segundo turno, o que aqueceu o clima das eleições e gerou mais polêmicas.

2. MINEIRIDADE

Arruda (1999) afirma que a mineiridade é uma visão geral sobre a imagem do mineiro e suas características, da realidade mineira e da prática social no estado. É, de certa forma, um mito, uma ideia que alimenta o imaginário das pessoas sobre o mineiro e suas peculiaridades.



Ela também conceitua mineirismo e mineirice: segundo ela, mineirismo é a expressão de uma cultura regional mineira, marcada pela amálgama entre passado e presente, enquanto mineirice é a manifestação cotidiana do mineirismo na prática social.

Para entender porque Arruda (1999) cria essas divisões acima apresentadas é preciso saber que a sociedade mineira possui realmente certas singularidades. Para ela, o mineiro é um sujeito com um pé no passado, saudoso, que se orgulha de sua história “gloriosa” e de seus grandes nomes. Além disso, é amante da liberdade e do entendimento.

De acordo com a autora, a produção memorialística de Minas é muito vasta. Como já dito anteriormente, o mineiro se orgulha de seu passado e seu saudosismo chega a ser de certa forma exagerado. Além disso, “o memorialista mineiro tem marcada tendência universalizante” (ARRUDA, 1999, p. 202), tenta explicar a identidade cultural brasileira através da identidade mineira. Como se não bastasse, os memorialistas tentam encontrar as regiões e cidades tipicamente mineiras e retirar tudo aquilo que não faz parte da tradição e memória do estado de suas reminiscências. São bastante conservadores e tradicionalistas.

Segundo Arruda (1999), outra esfera muito forte em Minas Gerais é a política. E os políticos mineiros não só estão sempre presentes em âmbito nacional, como carregam em seus discursos o mito da mineiridade, o leque de tradições e peculiaridades dessa mitologia.

O político mineiro traz a ideia de que possui a missão de promover a união, a unidade nacional. Sob a memória de Tiradentes e da Inconfidência Mineira, Tancredo Neves e outros grandes nomes – novamente se percebe o apelo à glória do passado –, o político mineiro se torna nacionalista e prega a liberdade e a união. Nos momentos de crise, “a mineiridade é mobilizada e revive na cena social brasileira, revestindo-se de uma *missão* privilegiada, e constituindo-se em respostas políticas às soluções de cunho conciliatório” (ARRUDA, p.199, p.233). Apesar disso, como afirma a autora, é muito conservador e tradicionalista.

Para Arruda (1999) a própria posição geográfica de Minas Gerais faz com que seus políticos tenham tantos atributos nacionalistas e unificadores. Minas é um estado mediterrâneo, faz fronteiras com todas as regiões do país e com diversos estados. Por isso, é como se pudesse enxergar um pouco de cada região, como se tivesse um pouco de todas ao mesmo tempo. Minas se colocaria, então, como uma forma de equilíbrio no país.



E o equilíbrio também não falta aos políticos mineiros. Segundo Arruda (1999) esse equilíbrio é “sua glória e seu drama” (ARRUDA, 1999, p. 221). Isso porque, ao mesmo tempo em que exprime uma virtude e um fator positivo de moderação e sabedoria, também exige o esforço e a repressão dos impulsos e vontades humanas, como no sacrifício de Tiradentes. O político mineiro seria então uma pessoa auto-repressiva e racionalizada, mas equilibrada e moderada.

3. O DISCURSO DA MINEIRIDADE NO ESTADO DE MINAS

Ao analisar as matérias de 2008 referentes às eleições de Belo Horizonte no jornal *Estado de Minas*, pode-se encontrar a criação de um discurso em torno da imagem do político mineiro conciliador, unificador. Percebe-se, claramente, que quando o tema é a polêmica Aliança PT-PSDB, são utilizadas expressões que a caracterizam como um entendimento superior, um caminho de unificação que deveria servir de exemplo para todo o Brasil.

Entre discursos diretos, expressões utilizadas pelo jornal e palavras carregadas de significado, percebe-se a construção do discurso da mineiridade como forma de legitimação de uma Aliança que desde o começo se encontrava controversa devido à sua falta de embasamento ideológico e político, se analisada de acordo com a ótica da política nacional. Sabe-se que o PT e o PSDB são partidos rivais em quase todo o país e uma aliança entre duas forças antagônicas, obviamente, gera tensão e polêmica.

O PT foi o principal exemplo de como tal Aliança era controversa: o partido rachou internamente e não aceitou formalmente a união com o PSDB. Além disso, a própria população também pode ter se mostrado desconfiada de tal coligação.

Para a Aliança ser aceita, um argumento convincente e superior deveria ser apresentado, pois, como explica Fairclough (2001), a prática política é dependente de uma ideologia que conquista sua hegemonia em pequenas lutas hegemônicas que se dão, prioritariamente, via discurso. E o discurso em torno da cultura da mineiridade foi uma saída.

A Aliança vinha, então, para trazer o entendimento, a união superior, a conciliação que busca, acima de qualquer discordância, o bem comum – exatamente como Arruda (1999) conceituou a mineiridade do político mineiro.

É interessante observar também uma análise feita sobre a campanha política no próprio *Estado de Minas*, através do colunista Edison Zenóbio. No artigo denominado “PSDB tampouco PT ‘Aliança por PH’, a palavra mágica”, Zenóbio encontra a ‘tacada

de mestre' da campanha política de 2008: "As mensagens que orientaram a campanha foram centradas na união, na coesão, nascendo e se consolidando a cada dia o conceito 'Aliança por BH'". Segundo ele, a campanha não foi baseada no nome dos candidatos ou nos partidos, mas nos dois padrinhos políticos e na mineiridade: "Minas está unida, com prefeito e governador de partidos divergentes, mas convergindo suas forças para elegerem o prefeito da capital mineira" (Edison Zenóbio, Estado de Minas, p. 4, 5 de outubro de 2008).

EDISON ZENÓBIO

PSDB TAMPOUCO PT "Aliança por BH", a palavra mágica

Chegamos ao final do primeiro turno das eleições à Prefeitura de BH. Por uma das inúmeras pesquisas que estão sendo feitas nos últimos dias, quinta-feira à tarde, no fechamento da *Arte Final* Márcio Lacerda tinha 53%, enquanto a soma dos adversários dava 47%. Ou seja, se prevalecer neste domingo a previsão das pesquisas, o candidato do PSB estaria eleito já no primeiro turno.

Décadas atrás, quando as urnas eram de papelão, o voto era na cédula e não havia o ultra-som para as gestantes, um dito popular alertava: "Das urnas, de cabeça de juiz e barriga de mulher, pode-se esperar tudo". O que quer dizer, hoje, que ninguém está eleito.

Mesmice. Foi a principal característica, em termos de criação publicitária, marketing político. Não houve criatividade. Nada de imagens fortes na TV, nenhuma mensagem ou frase de impacto no rádio. Muito menos anúncios bem elaborados na mídia impressa.

A publicidade mineira deste novo século, pelo menos tendo como parâmetro as eleições municipais em Belo Horizonte, demonstrou marasmo e estagnação.

Os adversários de Márcio Lacerda fizeram ataques frágeis, denúncias tímidas, sem exemplos bem fundamentados, de inadequada gestão administrativa por parte do prefeito Pimentel, que o apóia. No tocante ao governador, que indicou e também apóia a candidatura de Márcio Lacerda, os adversários se abstiveram totalmente de fazer críticas. Poderia tirar voto, falar mal de Aécio Neves. Ninguém se arriscou.

Aí ficou fácil para a equipe de publicitários que trabalhou no comitê de Lacerda. É a facilidade foi tamanha que inibiu. Parece ter tirado o estímulo e incentivo, ingredientes vitais para um embate ideológico-eleitoral. Lacerda foi apresentado como ex-assessor direto de Lula, ex-secretário de Aécio e com um passado de militância política de esquerda. Uma espécie de identificação com o Partido dos Trabalhadores, já que Pimentel é do PT.

A grande jogada, a tacada de mestre, ficou por conta da estratégia de marketing político. Sem uma publicidade vigorosa, sem cenas e frases ou depoimentos impactantes, coube ao marketing fazer a diferença.

E Paulo Vasconcelos, um dos profissionais de marketing político e governamental mais respeitado do país, que comanda o comitê de Lacerda, mostrou toda a sua experiência e competência. Nada de exaltar o PT de Pimentel e Lula. É nada de enaltecer o choque de gestão, hoje modelo nacional de administração pública, implementado por Aécio Neves.

As mensagens que orientaram a campanha foram centradas na união, na coesão, nascendo e se consolidando a cada dia o conceito "Aliança por BH". Um mutirão Pimentel-Aécio, uma sinergia a partir da competência e credibilidade dos dois chefes do Executivo.

É uma demonstração que deve ter irritado lideranças partidárias nacionais: Minas está unida, com prefeito e governador de partidos divergentes, mas convergindo suas forças para elegerem o prefeito da capital mineira.

E em São Paulo, onde o PSDB, partido de Aécio, está num processo de autofagia nessas eleições, com Serra, Alckmin e Kassab, desunidos e dilapidando forças, impulsionam, catapultam a candidatura petista Marta Suplicy.

Em nível nacional, Minas navega nas nuvens, enquanto o tucanato paulista e paulistano sofre com suas contínuas explosões e implosões.

Esses dois cenários, a aliança mineira contrapondo com a crise e disputa de poder em São Paulo, foram utilizados com rara criatividade e irretocável percepção de ambiente político por Paulo Vasconcelos do Rosário.

O consultor de marketing mineiro, diretor da Vitória Comunicação Integrada, deve estar sendo aplaudido, no andar de cima, por Golbery do Couto e Silva. O Golbery, braço-direito também de Geisel e Figueiredo, que na sombra, na surdina, idealizou e conduziu a histórica distensão política durante o regime militar, estratégia que culminou na redemocratização do país.

Golbery e Paulinho Vasconcelos têm mais uma coisa em comum: um era e o outro é totalmente *low-profile*. Palavra que, por sinal, não existia na época golberiana, mas o general fazia questão de se comportar como tal. Não era mineiro, mas também trabalhava em silêncio.

Imagem 2: Edison Zenóbio, Estado de Minas, página 4, 5 de outubro de 2008

4. OS DISCURSOS DE AÉCIO NEVES E FERNANDO PIMENTEL

Podemos perceber a criação de um discurso em torno da mitologia da mineiridade com mais facilidade e clareza através dos discursos de agentes políticos. E



os agentes que mais fizeram uso desse discurso foram Aécio Neves (PT) e Fernando Pimentel (PSDB). Respectivamente governador de Minas Gerais e prefeito de Belo Horizonte, eles foram os principais padrinhos e estrategistas da Aliança. Por isso, ambos foram responsáveis pela tentativa de aceite desta pelos seus partidos. Ao mesmo tempo, eram as figuras mais populares entre o eleitorado e, por isso, tornaram-se, pelo menos a princípio, os responsáveis pela imagem da Aliança.

O *Estado de Minas* deu enorme visibilidade a esses dois agentes políticos, dedicando-lhes considerável espaço em forma de discursos diretos, permitindo assim que divulgassem suas ideias.

Analisando esses discursos de Neves e Pimentel, percebe-se claramente que sempre traziam a mesma ideia: a de que a Aliança representaria uma união que deveria ser seguida pelo restante do país. Segundo Arruda (1999), a figura do bom político mineiro é tida como a daquele que busca a unidade nacional, que serve como o exemplo da busca pelo bem comum. E é essa ideia que Aécio tenta trazer ao afirmar que a Aliança é “o embrião de algo que pode acontecer no Brasil” (Aécio Neves, *Estado de Minas*, p. 4, 30 de setembro de 2008). Até mesmo o slogan da campanha da coligação faz menção a essa “missão exemplar”: “Aliança: bom para BH. Exemplo para o Brasil”.

Outra ideologia naturalizada era a do entendimento superior que a Aliança representaria. Duas forças rivais teriam se unido por algo superior, por um bem que estaria além de qualquer disputa e que mostraria, como Arruda (1999) sugere, a auto-moderação e repressão do político mineiro em busca do entendimento. Isso pode ser percebido na fala de Pimentel: “Tentaram impedir um entendimento político superior que há em Minas entre governador, prefeito e presidente. Não conseguiram. Estamos juntos.” (Fernando Pimentel, *Estado de Minas*, p. 5, 27 de maio de 2008). Aécio Neves ainda vai mais longe ao afirmar: “não temos de ser reféns de algemas partidárias. Os interesses menores não têm espaço quando se constrói algo complexo em Belo Horizonte” (Aécio Neves, *Estado de Minas*, p.4, 12 de agosto de 2008). Outro exemplo é: “A vitória de Márcio é uma vitória de um amplo projeto de convergência que nasce de Minas Gerais” (Aécio Neves, *Estado de Minas*, p. 5, 12 de outubro de 2008).



Imagem 2: Estado de Minas, página 5, 12 de outubro de 2008

Outro ponto da mitologia da mineiridade amplamente discutido por Arruda (1999) e que não deixou de ser usado por Aécio e Pimentel através do *Estado de Minas* foi o saudosismo e o exemplo do passado vitorioso de Minas Gerais. Em diversos momentos, os padrinhos políticos fazem referências a Tancredo Neves, à Inconfidência Mineira e outros nomes, como pode ser percebido em: “Minas é diferente e respeitada porque tem, em determinados momentos de nossa história, a coragem de apontar o novo. A coragem de apontar o novo teve Juscelino lá atrás, como teve Tancredo em outro momento da história” (Aécio Neves, Estado de Minas, pág. 6, 26 de outubro de 2008); e em “Eu continuo absolutamente sereno em relação ao desfecho final. Eu disse uma vez uma frase do Tancredo, que nós temos de ter na vida objetivos e princípios e valores que não podem ser alterados. Eles é que fazem a sua trajetória.” (Aécio Neves, p. 7, 18 de junho de 2008).

Mas não é apenas em forma de discurso direto que o *Estado de Minas* constrói a imagem da união e do entendimento pregados por Aécio Neve e Fernando Pimentel. As manchetes “Defesa de aliança nacional - Governador vê dobradinha entre PSDB e PT na capital mineira como projeto para o país” (Estado de Minas, p.6, 26 de outubro de 2008); “População aprova parceria - Pesquisa feita pelo Instituto Vox Populi mostra que 76% dos belo-horizontinos são favoráveis ao entendimento político e administrativo entre o governador e o prefeito” (Estado de Minas, p.6, 13 de junho de 2008); e “A



vitória da aliança será a vitória de um projeto de convergência que nasce em Minas” (Estado de Minas, p. 5, 12 de outubro de 2008) são exemplos do discurso favorável do periódico em relação à Aliança. Percebe-se que o *Estado de Minas* também utiliza o discurso da mineiridade nessas construções, ao trazer novamente a ideia do entendimento superior e exemplar.

5. PREFERÊNCIAS LEXICAIS

O discurso da mineiridade também pode ser encontrado através do léxico de expressões utilizadas pelo Estado de Minas. Uma análise da lista de palavras dos textos dos periódicos analisados mostra como o discurso foi enfatizado a partir das escolhas lexicais.

Um dos principais exemplos disso foi a quantidade de vezes que o item lexical *entendimento* foi citado nos textos: 58 vezes, sendo que 54 ocorreram durante o Cenário Político, quando as candidaturas ainda não haviam sido homologadas e a aliança ainda precisava de justificativa.

A própria palavra *aliança* foi substituída 80 vezes por *união*, e 121 vezes por *parceria*, fazendo com que ela deixasse de ser apenas uma *coligação* e se encaixasse melhor na ideologia da mineiridade.

Algumas expressões também podem trazer dados interessantes. No Cenário Político, o item lexical *defensores* acompanhado de *aliança* ou algum de seus variantes (*união*, *parceria*, *dobradinha*, etc) ocorreu 48 vezes. Já a expressão *a favor da (aliança, pareceria, etc)* foi utilizada 13 vezes nos textos. Por outro lado, a expressão “*contra a (aliança, parceria, etc)*” registrou 10 ocorrências e o item lexical *contrários* acompanhado das variantes de *aliança* foi utilizado 32 vezes.

Essas construções trazem uma carga positiva ou negativa para a *aliança*. Percebe-se claramente que quem é “a favor da aliança” ou “defensor da união” está do lado de algo positivo, da convergência pregada no discurso da mineiridade. E quem está “contra a união”, “contrário à parceria”, está indo contra essa convergência tida como única, de acordo com a visão do *Estado de Minas*.

6. O DISCURSO DA MINEIRIDADE NOS TRÊS PERÍODOS

Um dado bem interessante refere-se ao fato de que o discurso da mineiridade foi utilizado em escala muito maior durante o Cenário Político, quando as candidaturas ainda não haviam sido homologadas. Os holofotes sobre os rumos das eleições

pairavam sobre Aécio Neves e Fernando Pimentel e não sobre o possível candidato da aliança Márcio Lacerda. E o discurso da mineiridade, como já foi visto, foi largamente utilizado pelos dois padrinhos políticos.

Entretanto, com o decorrer das eleições, o tom da campanha se torna mais personalista, voltado para os verdadeiros candidatos e suas ideias. No gráfico abaixo, podemos perceber o crescimento dos candidatos nas aparições no periódico Estado de Minas, de acordo com os três períodos das eleições:

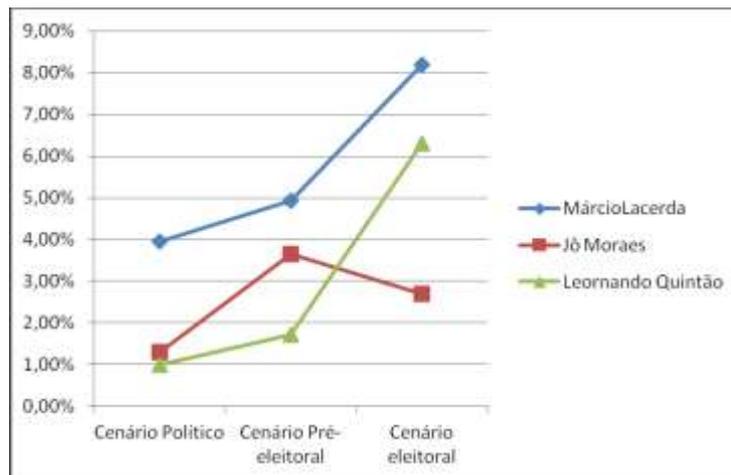


Gráfico 1: O crescimento dos candidatos nos três períodos da eleição

Como já foi visto, o léxico e as expressões que mostram o discurso da mineiridade também foram usados largamente apenas no Cenário Político. Por isso, será possível dizer que o discurso da mineiridade serviu como forma de legitimação da aliança apenas quando as candidaturas não haviam sido homologadas?

Com certa margem de tranquilidade, pode afirma-se que o discurso da mineiridade foi realmente uma das estratégias utilizadas no Cenário Político para justificar a aliança antagônica PSDB-PT. Entretanto, podemos perceber que nos outros cenários a aliança por algo superior continuou como o principal slogan, um verdadeiro marco imaginário construído ao longo das eleições.

Voltando ao artificio de Edison Zenóbio, podemos perceber que mesmo no Cenário Eleitoral a ideia de aliança por algo superior e pela união continua como importante construção. “As mensagens que orientaram a campanha foram centradas na união, na coesão, nascendo e se consolidando a cada dia o conceito ‘Aliança por BH’”, afirma Zenóbio, talvez sem saber como resume a utilização da mitologia da mineiridade nas eleições de 2008.



7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mitologia da mineiridade foi largamente utilizada no periódico *Estado de Minas* como forma de legitimação da aliança entre forças antagônicas PT-PSDB. Através do léxico de expressões, manchetes e títulos, o jornal traz a ideia de que a aliança é um projeto de convergência para Belo Horizonte, que busca a união superior e independente de rixas partidárias.

Além disso, pode-se observar que os padrinhos políticos da aliança, Aécio Neves (PSDB) e Fernando Pimentel (PT), foram os principais disseminadores dessa ideologia, através de discursos diretos que receberam grande visibilidade no *Estado de Minas*. Outro ponto percebido foi como a ocorrência do léxico relacionado à aliança e ao discurso da mineiridade se deu principalmente no Cenário Político, quando as candidaturas ainda não haviam sido homologadas e havia maior necessidade de justificativa da aliança.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, Maria A. do Nascimento. Cultura e Política. In: *Mitologia da Mineiridade*. Editora Brasiliense, São Paulo, 2000 (1999).

BERBER-SARDINHA, Tony. *Linguística de Corpus*. São Paulo: Manole, 2004.

FAIRCLOUGH, Norman. Teoria social do discurso. In: *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora UnB, 2001.

Jornal *Estado de Minas* – junho a outubro de 2008. (Acesso às edições digitais no portal www.uai.com.br).

REZENDE, Guilherme Jorge de et al. *Impasses e Perspectivas da Imprensa em Minas Gerais*. São João del-Rei: UFSJ, 2012.