

A questão econômica na campanha presidencial americana: a cobertura do *New York Times*

(The economical issue in the American presidential campaign: the *New York Times* coverage)

Maria Inez Mateus Dota

Universidade Estadual Paulista (UNESP)-Bauru

midota@uol.com.br

Abstract: This paper aims at verifying how the *New York Times* coverage of the 2008 American presidential elections occurred, regarding economical issues and the two main candidates – Barack Obama and John McCain. Specifically, it tries to show the discursive strategies employed by the newspaper in order to portray these candidates' profiles, analyzing the lexical choices, what was said as what was unsaid, the modality, the intertextuality and the interdiscursivity.

Keywords: discourse analysis; language; journalism.

Resumo: Este trabalho objetiva verificar como se dá a cobertura do jornal *The New York Times* sobre as eleições presidenciais americanas de 2008, no tocante à temática da economia e com relação aos dois principais candidatos – Barack Obama e John McCain. Especificamente, busca mapear as estratégias discursivas utilizadas pelo jornal para delinear e confrontar os perfis desses candidatos, analisando-se as escolhas lexicais, o dito, o não-dito, a modalidade, a intertextualidade e a interdiscursividade.

Palavras-chave: análise do discurso; linguagem; jornalismo.

Introdução

Este trabalho visa a discutir a temática da economia abordada pelo jornal *The New York Times*, na cobertura da campanha às eleições presidenciais de 2008 nos Estados Unidos, tendo como foco os dois principais candidatos – Barack Obama e John McCain. Leva em consideração que as notícias produzidas pelo periódico são direcionadas tanto para os cidadãos americanos como para os cidadãos do mundo, uma vez que as políticas adotadas pelos Estados Unidos têm interferência nas várias partes do globo.

A presença de tal temática nas páginas do jornal é bastante previsível, uma vez que a campanha eleitoral se deu em meio a uma grave crise econômica deflagrada nos Estados Unidos, com repercussões por todo o mundo. Vale mencionar que outras temáticas foram também abordadas pelo periódico, tais como estratégias de campanha, racismo, críticas entre os candidatos, guerra no Iraque, etc., as quais serão alvo de outros focos de uma pesquisa mais ampla sobre a cobertura do *New York Times* das eleições americanas.

Assim, cabe, neste espaço, discutir como é enfocada a temática da economia, mais detalhadamente apresentada nas seguintes subtemáticas: crise financeira, plano de recuperação da economia e impostos. Isso porque “os temas, os subtemas e a forma como são abordados definem os enquadramentos dos discursos” (SOUSA, 2004, p. 66). Procura-se, então, verificar como são produzidos os sentidos, principalmente na contraposição dos candidatos, e que recursos discursivos e de formatação das notícias são utilizados para direcionar determinados sentidos.

Convém observar que no final da campanha, precisamente em 24 de outubro, o *New York Times* declarou-se, em editorial, pela pessoa do candidato Barack Obama. Dessa forma, procurar-se-á verificar se essa preferência do jornal já se delineava em notícias publicadas anteriormente a essa data e que recursos concretizaram tal posicionamento.

O *corpus* da pesquisa constitui-se de uma coleta estratificada semanal do *New York Times* em sua versão *on-line* (selecionou-se a edição da segunda-feira da primeira semana, a edição da terça-feira da segunda semana e assim sucessivamente, conforme Sousa (2004, p. 52)), realizada nos meses de agosto, setembro e outubro de 2008, ou seja, nos noventa dias que antecederam as eleições presidenciais americanas. Nessa coleta obtiveram-se 98 notícias e, dentre essas, 18 enfocaram a temática da economia.

Este trabalho fundamenta-se nos Estudos do Jornalismo desenvolvidos por Sousa (2003 e 2004) e no instrumental metodológico da Análise do Discurso oferecido por Charaudeau (2006), Maingueneau (2001), Fairclough (1995), Fowler (1991) e Orlandi (2000). Na formatação das notícias, verifica-se o conteúdo dos títulos e lides das notícias, com o objetivo de detectar o que é colocado em destaque e o que é minimizado ou silenciado. Nos aspectos discursivos, trabalha-se com as escolhas lexicais, o dito, o não-dito, a ironia, a intertextualidade e a interdiscursividade. Procedese, a seguir, à análise das notícias selecionadas, trazendo, a título de exemplificação, fragmentos dessas matérias.

A economia

A grave crise econômica que eclodiu em meio à campanha eleitoral das eleições presidenciais americanas teve grande inserção na cobertura que o *New York Times* fez desse evento político. No início das discussões sobre o plano de recuperação a ser implementado pelo governo americano, o periódico publica entrevistas com os dois candidatos, divulgadas no mesmo dia – 21 de setembro.

Na abertura da entrevista, Obama agradece o repórter de forma mais protocolar, dizendo apenas “Obrigado” (*Thank you*). Já McCain saúda o repórter chamando-o pelo primeiro nome, num possível intuito de se mostrar à vontade com a mídia: “Bom te ver, John” (*Good to see you, John*).

De maneira geral, pode-se dizer que Obama responde com mais detalhes e profundidade às questões feitas pelo repórter. Até porque, no caso de McCain, há mais interpelações do jornalista, com interrupções na fala desse candidato. Por exemplo, a primeira questão apresentada é a mesma para os dois postulantes à presidência – como cada candidato vê o plano de recuperação econômica que o Tesouro americano, em conjunto com o Congresso, está propondo. A resposta de Obama toma cinco parágrafos, enquanto que a resposta de McCain é interrompida pelo repórter após o segundo parágrafo.

Por duas vezes McCain é interpelado sobre corrupção envolvendo seu coordenador de campanha no caso da empresa Fannie Mae, do ramo imobiliário. A resposta de McCain inocentando o coordenador traz Obama e um dos membros da equipe de seu candidato a vice-presidente à baila, na questão da corrupção acima citada. Porém o repórter interrompe McCain, insistindo na pessoa de seu coordenador de campanha: no caso da entrevista com McCain, valem as observações de Fausto Neto sobre o direcionamento que a mídia dá a debates e entrevistas:

Antes mesmo que a enunciação dos atores políticos se institua para gerar enunciados, não consegue se constituir explicitamente, pois seu trabalho é “capturado em ato”. É interceptado por outra enunciação (a midiática) que da enunciação política nada mais quer do que, simplesmente, ficar à espera do retorno da mensagem que já está tecida e contida em suas estratégias. (FAUSTO NETO, 2003, p. 125)

O trecho abaixo assinala uma das interpelações do repórter com relação a McCain, no momento em que este vai trazer uma informação a respeito de um membro da equipe democrática:

- (1) *Sen. McCain: [...] In Washington, I still think that it was the special interest money that went – and Fannie and Freddie money that went, and everybody was involved in this – not everybody, but certainly Senator Obama got next amount of money, except for the two Democratic chairman. His vice presidential search team was headed by Mr. Johnson, and...*
HARWOOD [the reporter]: And your campaign manager?
Sen. McCain: And my campaign manager has stopped that, has had nothing to do with it since, and I'll be glad to have his record examined by anybody who wants to look at it.
(Sen. McCain: [...] Em Washington, eu ainda acho que era dinheiro específico de juros que foi – e o dinheiro de Fannie e Freddie que foi, e todo mundo estava envolvido nisso – não todo mundo, mas certamente o senador Obama ficou próximo de uma quantia de dinheiro, exceto os dois chefes democratas. A equipe de pesquisa de seu vice-presidente era chefiada pelo sr. Johnson, e...
HARWOOD [o repórter]: E seu coordenador de campanha?
Sen. McCain: E meu coordenador de campanha parou com isso, não tem nada a ver com isso desde então, e eu ficarei feliz em ter seu passado examinado por qualquer um que queira vê-lo. – (Interview With McCain on the Financial Crisis, 21 de setembro).

Na entrevista com Obama, a interpelação e a insistência do repórter também ocorrem, mesmo porque, dependendo das questões colocadas e do desgaste político que elas podem trazer, os entrevistados lançam mão de recursos discursivos para tentar evitá-las, conforme (2) abaixo. Neste trecho, Obama inicia sua resposta com “Bem...” (*Well...*), um marcador discursivo introdutório que lhe permite esquivar-se, não se atendo diretamente à questão formulada. Para dissimular sua evasiva, faz uso do recurso discursivo “eu diria” (*I would say*), grifado abaixo, e, mesmo com a insistência do repórter, Obama não responde se demitiria Chris Cox (republicano e membro do governo de George W. Bush), mas aproveita a oportunidade para criticar o governo em curso e seu opositor na campanha:

- (2) *HARWOOD: You don't support the firing of Chris Cox?*
Sen. OBAMA: Well, the point is I actually do think that Chris Cox has not overseen the markets the way he could have, and he's a Republican appointee. But...
HARWOOD: But would you fire him in the middle of a crisis?
Sen. OBAMA: Well, what I would do is I would say let's get through this and then let's make an assessment. I think that what's important is to understand that John McCain's bill fails to recognize that it's the overarching economic theories that have been operating over the last eight years that need to be fired, that have failed. [...]
(HARWOOD: Você não apoia a demissão de Chris Cox?)
Sen. OBAMA: Bem, a questão é que eu realmente acho que Chris Cox não supervisionou os mercados da maneira que ele podia tê-lo feito, e ele é um indicado republicano. Mas...
HARWOOD: Mas você demiti-lo-ia no meio de uma crise?
Sen. OBAMA: Bem, o que eu faria é, eu diria, vamos dizer passar por isso e depois então vamos fazer uma avaliação. Eu acho que o que é importante é entender que o programa de John McCain falha em reconhecer que foram as teorias econômicas abrangentes que estiveram operando durante os últimos oito anos que precisam ser banidas, que falharam. [...] – Interview With Obama on the Financial Crisis, 21 de setembro.)

Embora o repórter mencione, na entrevista com McCain, que este já havia criticado Obama por “negociar em interesse próprio” (*self deal*), num contexto que cita “favoritismo e corrupção” (*cronyism and corruption*), esse mesmo repórter não faz a Obama nenhuma pergunta relacionada com corrupção. Nos dizeres de Orlandi, essa temática foi silenciada no tocante a Obama. Para a autora, “as relações de poder em uma sociedade como a nossa produzem sempre a censura, de tal modo que há sempre silêncio acompanhando as palavras. Daí que, na análise, devemos observar o que não está sendo dito, o que não pode ser dito, etc.” (ORLANDI, 2000, p. 83).

Em notícia sobre a pressão da crise econômica sobre os candidatos, o *New York Times* aponta que eles estão absorvidos por essa questão e que a economia dominou o primeiro debate presidencial:

- (3) *The presidential candidates’ views on Wall Street, private equity tax breaks and esoteric accounting procedures have become as important as their positions on Iran’s nuclear ambitions and high gasoline prices./For instance, the first presidential debate was supposed to focus solely on foreign affairs, but questions on the economy dominated the event.* (As visões dos candidatos presidenciais sobre Wall Street, mudanças nos impostos dos lucros privados, procedimentos esotéricos de contabilidade tornaram-se tão importantes quanto suas posições sobre as ambições nucleares do Irã e os altos preços do petróleo./Por exemplo, o primeiro debate presidencial devia enfocar exclusivamente negócios externos, mas as perguntas sobre economia dominaram o evento. *It’s the Economy, Redux*, 7 de outubro.)

No sentido de detalhar os posicionamentos dos candidatos, o periódico apresenta uma amostra de suas falas antes e depois da eclosão da crise econômica. Algumas falas de McCain selecionadas pelo jornal demonstram demagogia e incoerência, uma vez que, nessa sequência de citações, esse candidato ora critica os agentes financeiros e a atuação de Washington (o governo de seu próprio partido), ora se coloca contra a regulamentação, conforme se verifica em (4) e (5), respectivamente:

- (4) *This foundation of our economy, the American worker, is strong, but it has been put to risk by the greed and mismanagement of Wall Street and Washington.*” (Essa base de nossa economia, o trabalhador americano, é forte, mas ela foi colocada em risco pela ambição e mau gerenciamento de Wall Street e Washington. – *It’s the Economy, Redux*, 7 de outubro.)
- (5) *...but I am fundamentally a deregulator. I’d like to see a lot of the unnecessary government regulations eliminated, not just moratorium.*” (... mas eu sou fundamentalmente um desregulador. Eu gostaria de ver muitas regulamentações governamentais desnecessárias eliminadas, não apenas a moratória. – *It’s the Economy, Redux*, 7 de outubro.)

Já com relação a Obama, a edição das falas feitas pelo *New York Times* o favorece. O candidato democrata, cujo partido não está no poder, pode, nas matérias analisadas, livremente apresentar suas críticas aos procedimentos de regulamentação vigentes, conforme (6) abaixo. Ou pode mostrar-se como o politicamente correto – aquele que se preocupa com o cidadão comum, o cidadão da Rua Principal, conforme (7):

- (6) *There are many to blame for causing the crisis we are in, and that starts with the speculators on Wall Street who gamed the system and the regulators in Washington who looked the other way.*” (Há muitos para se culpar pela crise em que estamos, e isso começa com os especuladores em Wall Street que transformaram o sistema num jogo e os reguladores em Washington que olham na direção oposta. – *It’s the Economy, Redux*, 7 de outubro.)

- (7) *We have seen economic growth over the last decade, but all that growth is concentrated on Wall Street instead of Main Street.*” (Nós temos visto muito crescimento econômico na última década, mas todo esse crescimento está concentrado em Wall Street ao invés de na Rua Principal. – *It’s the Economy, Redux*, 7 de outubro)

Por outro lado, o periódico registra, em título e lide de notícia, que líderes sindicais trabalhando como cabos eleitorais de Obama encontram dificuldade para convencer os eleitores a votar “com o bolso”, isto é, em função de questões econômicas, uma vez que assuntos como o aborto, porte de armas e a questão racial aparecem como preocupações dos americanos. No decorrer da matéria, porém, o jornal aponta que Obama se beneficia com a crise econômica (em função de seu partido não estar no poder), pois esse assunto se mostra como prioridade para a população:

- (8) *When Mike Pyne and other union foot soldiers knock on doors to promote Senator Barack Obama, they often confront a tricky challenge: how to persuade union members to vote on the basis of their wallet rather than on issues like abortion, gun rights and race.* (Quando Mike Pyne e outros sindicalistas seguidores de Obama batem nas portas para promover o senador, eles frequentemente se defrontam com um complicado desafio: como persuadir os membros do sindicato a votar com base em seus bolsos ao invés de assuntos como o aborto, porte de armas e raça. – *Union Leaders Confronted by Resistance to Obama*, 29 de setembro.)
- (9) *The labor effort appears to be making headway. Social issues have moved to the background while the economy is foremost in the minds of many voters, and Mr. Obama appears to be benefiting politically.* (O esforço dos trabalhadores parece estar surtindo efeito. As questões sociais passaram para segundo plano enquanto que a economia está em primeiro lugar nas mentes de muitos eleitores, e o sr. Obama parece estar se beneficiando politicamente. - *Union Leaders Confronted by Resistance to Obama*, 29 de setembro.)

Observa-se em (9), acima, o cuidado do jornal em modalizar o seu discurso com o uso do verbo “parecer” (*appears*), por duas vezes, para não firmar categoricamente uma posição e abrir a possibilidade para outras interpretações – de que o trabalho dos cabos eleitorais poderia não estar sendo tão eficiente e questões como aborto, porte de armas e raça poderiam estar norteando a preferência de eleitores pelo candidato republicano.

Em artigo sobre o plano de recuperação da economia aprovado pelo Congresso americano, o jornal afirma – neste caso pela asserção – que ambos os candidatos apoiaram tal medida, após terem participado de discussão acirrada sobre a questão:

- (10) *Both major candidates, Senator John McCain of Arizona, the Republican nominee, and Senator Barack Obama, the Democratic candidate, gave guarded endorsements of the bailout plan. Both Mr. McCain and Mr. Obama had dipped into the negotiations during a contentious White House meeting on Thursday. (Ambos os candidatos, o senador John McCain do Arizona, o indicado republicano, e o senador Barack Obama, o candidato democrata, defenderam apoio ao plano de recuperação. Tanto o sr. McCain como o sr. Obama mergulharam nas negociações durante um acirrado encontro na Casa Branca na quinta-feira. - *Bailout Plan in Hand, House Braces for Tough Vote*, 29 de setembro).*

O apoio dos dois candidatos ao plano de recuperação econômica é o foco de outra notícia em que o título e o lide explicitam o posicionamento dos candidatos. Pelo jogo de modalidades – a asserção e a dúvida –, respectivamente, o *New York Times* mostra o comprometimento dos candidatos com o plano e o caos econômico caso essa proposta não se viabilizasse:

- (11) Both presidential candidates intensified their efforts Tuesday to help push the financial bailout plan through Congress, lobbying skeptical lawmakers and warning publicly that a failure to act would cause a widespread economic crisis that would hurt regular people, not just financiers. (Ambos os candidatos presidenciais intensificaram seus esforços na terça-feira para ajudar a empurrar o plano de ajuda financeira no Congresso, fazendo lobby junto aos congressistas céticos e advertindo publicamente que uma ausência de ação causaria uma alastrada crise econômica que atingiria as pessoas comuns, não apenas as financeiras. – *Both Obama and McCain Make Push for Bailout*, 1º. de outubro.)

Em outra matéria avaliando a reação dos candidatos com relação ao plano, o lide favorece Obama, uma vez que o apresenta como “comedido e racional” (*measured and cerebral*) enquanto McCain mostra-se “orientado para a ação e impulsivo” (*action-oriented and impulsive*). Tais escolhas lexicais remetem, de certa forma, à subjetividade do jornalista que procedeu à avaliação do candidato e permitem afirmar que “as notícias possuem sempre a marca da acção pessoal de quem as produz, embora temperada por outras forças conformadoras” (SOUSA, 2003, p. 52), sendo uma delas, neste caso, o posicionamento da instituição – o jornal *The New York Times* – a favor de Obama:

- (12) Mr. McCain was by turns action-oriented and impulsive as he dive-bombed targets, while Mr. Obama was measured and cerebral and inclined to work the phones behind the scenes. (O sr. McCain era alternadamente orientado para a ação e impulsivo à medida que bombardeava os alvos, enquanto o Sr. Obama era comedido e racional e inclinado a trabalhar com o telefone nos bastidores. – *On Bailout, Candidates Were Surely Themselves*, 29 de setembro.)

No segundo parágrafo da matéria anteriormente citada também é feito um confronto desfavorável para McCain, uma vez que este prega a liderança de um único homem, enquanto que Obama é apresentado como o politicamente correto, ou seja, aquele que acredita no trabalho em equipe:

- (13) Mr. McCain, who came of age in a chain-of-command culture, showed once again that he believes that individual leaders can play a catalytic role and should use the bully pulpit to push politicians. Mr. Obama, who came of age as a community organizer, showed once again that he believes several minds are better than one, and that, for all of his oratorical skill, he is wary of too much showmanship. (O sr. McCain que atingiu a maioria numa cultura de hierarquia de comando, mostrou uma vez mais que ele acredita que líderes individuais podem ter um papel catalítico e devem usar a valentia no púlpito para pressionar os políticos. O sr. Obama, que atingiu a maioria como um agente comunitário, mostrou mais uma vez que ele acredita que diversas cabeças são melhor que uma, e que, por toda sua habilidade retórica, ele é cauteloso em relação a exibicionismo exacerbado. – *On Bailout, Candidates Were Surely Themselves*, 29 de setembro .)

Essa inclinação do jornal para o candidato Barack Obama, visível em (12) e (13) acima, vai ao encontro das considerações de Fowler a respeito das escolhas linguísticas que se fazem nos textos:

Eu assumo como um princípio de trabalho que cada forma determinada de expressão linguística num texto – escolha lexical, opção sintática, etc. – tem sua razão. Existem muitas maneiras diferentes de dizer a mesma coisa, e elas não ocorrem ao acaso, como alternativas acidentais. Diferenças em expressão carregam distinções ideológicas (e assim diferenças em representação). (FOWLER, 1991, p. 4)

Na mesma data, o economista e colunista do *New York Times*, Paul Krugman, assina matéria em que questiona sobre quem será capaz de administrar a crise

econômica dos Estados Unidos. Ao elaborar sua resposta à questão, menciona que Barack Obama lhe parece mais preparado, enquanto John McCain não sabe muito sobre economia e nem tem bons assessores, conforme se verifica nos trechos (14) e (15) abaixo. Assim, pela interdiscursividade – o discurso da própria economia –, o periódico confere credibilidade a Obama, ao mesmo tempo em que desqualifica McCain:

- (14) *So what do we know about the readiness of the two men most likely to end up taking that call? Well, Barack Obama seems well informed and sensible about matters economic and financial. John McCain, on the other hand, scares me.* (Então o que nós sabemos sobre a presteza dos dois homens para atender essa chamada? Bem, Barack Obama parece bem informado e sensível a assuntos econômicos e financeiros. John McCain, por outro lado, assusta-me. – *The 3 A. M. Call*, 29 de setembro).
- (15) *We've known for a long time, of course, that Mr. McCain doesn't know much about economics – he's said so himself, although he's also denied having said it. That wouldn't matter too much if he had taste in advisers – but he doesn't.* (Nós sabemos há muito tempo, naturalmente, que o sr. McCain não sabe muito sobre economia – ele mesmo disse isso, embora ele também negue tê-lo dito. Isso não importaria muito se ele tivesse faro para conselheiros – mas ele não tem. – *The 3 A. M. Call*, 29 de setembro.).

Em outra direção, o jornalista William Kristol (atualmente não mais no *New York Times*) aponta em (16), (17) e (18) como McCain pode vencer o seu adversário – pela liderança que tem demonstrado em sua carreira, pois há necessidade de um “presidente duro para decisões duras”, em oposição a Obama, que é um liberal. Veja alguns trechos de sua matéria, que traz a voz da própria mídia, em oposição a (14) e (15), que trazem o discurso de um economista:

- (16) *He [McCain] can explain that dealing with it [the financial crisis] requires candor and leadership of the sort he's shown in his career.* (Ele [McCain] pode explicar que para lidar com ela [a crise financeira] é preciso sinceridade e liderança do tipo que ele tem mostrado em sua carreira.)
- (17) *He can say more generally that in the tough times ahead, we'll need a tough president willing to make tough decisions.* (Ele pode dizer de forma mais geral que nos tempos difíceis que estão à frente, nós precisaremos de um presidente duro, que queira tomar decisões duras.)
- (18) *The core case against Obama is pretty simple: he's too liberal.* (A questão central sobre Obama é muito simples: ele é demasiadamente liberal. – *How McCain Wins*, 29 de setembro.)

Em matérias que enfocam como cada um dos candidatos irá administrar a crise financeira, o *New York Times* mostra as limitações e as posições demagógicas de ambos:

- (19) *... both candidates continue to promise that as president they would reduce the ballooning annual budget deficits, without forfeiting any of the big-ticket promises they made pre-crisis.* (... ambos os candidatos continuam a prometer que como presidente eles reduziriam os inflados déficits do orçamento anual, sem negligenciar nenhuma das promessas excessivamente dispendiosas que fizeram antes da crise. – *From 2 Rivals, 2 Prescriptions*, 15 de outubro.)

Já o trecho em (20), abaixo, se mostra mais favorável a Obama, uma vez que este acena com uma proposta concreta para alterar a situação legal dos proprietários de casas que não conseguem saldar suas hipotecas, enquanto que McCain fica no âmbito da “ficção”, nos dizeres do jornal:

- (20) *We would like to hear the candidates tell Americans how they will stand for homeowners. Mr. Obama supports amending the bankruptcy code so courts can modify troubled mortgages. Mr.*

McCain does not, clinging to the fiction that the mortgage industry will somehow, someday, voluntarily rework most of the junk loans. (Nós gostaríamos de ouvir os candidatos dizerem aos americanos como eles vão ajudar os proprietários de casas. O sr. Obama apoia uma emenda à legislação sobre falência, de forma que a justiça possa modificar as hipotecas com problemas. O sr. McCain não, agarrando-se à ficção de que a indústria das hipotecas irá de alguma forma, algum dia, voluntariamente absorver a maior parte dos empréstimos podres. – *The Crisis Agenda*, 7 de outubro.)

Na mesma data, o jornal enfatiza no título e lide de outra notícia que as questões decorrentes da crise financeira são “as questões sombrias” (*the dismal questions*), que preocupam os americanos. Com vistas a subsidiar o debate que ocorreria naquela noite, o *New York Times* publica questões sugeridas por três economistas ouvidos pelo periódico, sobre pontos da economia que gostariam que os candidatos discorressem. Dessa forma, o jornal elege a economia como o assunto principal da campanha presidencial – aquele que envolve os mercados e o cidadão comum:

- (21) John McCain and Barack Obama will meet tonight in Nashville for the second presidential debate. As Americans worry about a confusing federal rescue plan, a falling stock market and a financial crisis that is spreading across the globe, the editors of the Op-Ed page asked three economists to suggest the questions they would most like to hear the candidates answer. (John McCain e Barack Obama se encontrarão hoje à noite em Nashville para um segundo debate presidencial. Como os americanos se preocupam com um confuso plano de ajuda federal, um mercado de ações em queda e uma crise financeira que está se espalhando pelo globo, os editores da página de comentaristas pediram a três economistas para sugerir perguntas que eles gostariam que os candidatos respondessem. – *The Dismal Questions*, 7 de outubro.)

Quando o periódico traz à tona as novas propostas econômicas dos candidatos, mostra McCain agindo em reação a atitudes tomadas por Obama e em função de sua própria (de McCain) queda nas pesquisas. Tal estratégia discursiva coloca o republicano em posição inferior a Obama, ou seja, na defensiva:

- (22) The unveiling of Mr. McCain's proposals come a day after his rival, Senator Barack Obama, announced his own economic plan and as polls show Mr. McCain continuing to lose ground to Mr. Obama nationally and in crucial battleground states. (A revelação das propostas de McCain surge um dia depois que seu rival, senador Barack Obama, anunciou seu próprio plano econômico e à medida que as pesquisas mostram o sr. McCain continuando a perder terreno para o sr. Obama em âmbito nacional e em estados de disputa acirrada. - *McCain Unveils New Economic Proposals*, 15 de outubro.)

Nos últimos dias da campanha, o *New York Times* mostra, em lides de notícias, a batalha que se instala entre os dois candidatos, ambos buscando atrair eleitores pela utilização de aspectos econômicos que certamente têm um forte apelo para a população:

- (23) Republican John McCain and Democrat Barack Obama dueled over economy on Thursday in the last stretch of their fierce fight for the White House, with McCain charging Obama would not do enough to rein in oil company profits. (O republicano John McCain e o democrata Barack Obama duelaram sobre economia na quinta-feira no último esforço de sua luta feroz pela Casa Branca, com McCain acusando Obama de que este não faria o suficiente para controlar os lucros das empresas de petróleo. – *McCain and Obama Duel on Economy*, 31 de outubro.)
- (24) Republican presidential candidate John McCain on Friday called the economic policies of rival Barack Obama from the far left of American politics. In its hunt for votes for next week's election, the Obama campaign continued to tie McCain to the unpopular President Bush and promised a reversal of tax policies favoring the wealthy. (O candidato republicano à presidência, John McCain, classificou as políticas econômicas de seu rival Barack Obama de a extrema esquerda das políticas americanas. Em sua caça por votos para a eleição da próxima semana, a campanha de Obama continuou a ligar McCain ao impopular presidente Bush e prometeu uma

inversão das políticas de impostos que favorecem os ricos. - *McCain: Obama's Economic Policies Swing Far Left*, 31 de outubro).

Uma das matérias desse período – final da campanha – também favorece Obama, porque estampa no título e no lide que o corte de impostos proposto pelo senador democrata é melhor para a população de renda mais baixa. Para Lule, a linguagem dos títulos e lides é “uma das formas pelas quais os jornais ajudam a guiar e estruturar a leitura” (2001, p. 69). Confirmam os sentidos construídos em (25) e (26) abaixo:

- (25) Título: *For Incomes Below \$100,000, a Better Tax Break in Obama's Plan* (Para rendas abaixo de 100 000 dólares, uma melhor quebra nos impostos no plano de Obama, 31 de dezembro).
- (26) Lide: *Independent analyses of the presidential candidates' tax proposals show that those who make less than \$250,000 a year would not see their taxes raised under Senator Barack Obama's plans. Further, Mr. Obama would generally cut taxes more than Senator John McCain would for households with incomes less than \$100,000 a year. (Análises independentes das propostas dos candidatos à presidência sobre impostos mostram que aqueles que ganham menos de \$250 000 dólares por ano não veriam seus impostos aumentarem sob os planos do senador Barack Obama. Além do mais, o sr. Obama em geral reduziria impostos mais que o senador John McCain faria pelas famílias com renda menor que \$100 000 dólares por ano. – For Incomes Below \$100,000, a Better Tax Break in Obama's Plan, 31 de dezembro.)*

O uso dos comparativos no título (*better* – melhor), em (25), e no lide (*more than* – mais que), em (26), constitui avaliações positivas para Barack Obama, uma vez que o sentido produzido por essas construções imprime uma valorização de sua proposta sobre impostos com relação à proposta de seu oponente, John McCain.

Com relação a impostos, o *New York Times* também dá visibilidade para as críticas da candidata a vice-presidência na chapa republicana, Sarah Palin, no intuito de mostrar que está cumprindo com sua obrigação cidadã de dar voz aos dois lados, isto é, aos dois partidos principais no caso da campanha presidencial. Assim, no lide de uma das notícias (bem como no título), relata o ataque de Palin a Obama, dizendo que este último está ideologicamente comprometido com impostos mais altos.

Neste caso, o próprio jornal sai em defesa de Obama, mostrando que seu plano prevê cortes de impostos para famílias que ganham menos de \$250000,00 dólares por ano e para a classe média. Silenciando, nessa notícia, sobre a parte da proposta em que Obama sugere aumento de impostos para os mais abastados, o jornal novamente o apresenta como o candidato politicamente correto, aquele que vai governar em função dos menos favorecidos. Dessa forma, confirma que, “em qualquer representação, você tem que decidir o que incluir e o que excluir, e o que salientar e o que atenuar” (FAIRCLOUGH, 1995, p. 4, tradução da pesquisadora). Confirmam em (27) e (28) abaixo:

- (27) *Republican vice presidential candidate Sarah Palin, on a bus tour of small towns in Pennsylvania as polls show the Democratic ticket leading there by a strong margin, said Friday that Democrat Barack Obama has an ideological commitment to higher taxes. About 3,000 people crowded an open-air hangar for a rally at Arnold Palmer Regional Airport, about 40 miles east of Pittsburgh, where temperatures were just above freezing. (A candidata republicana à vice-presidência, Sarah Palin, numa jornada de ônibus pelas pequenas cidades da Pensilvânia, quando as pesquisas mostram a chapa democrática liderando por uma grande margem, disse na sexta-feira que o democrata Barack Obama tem um compromisso ideológico com impostos mais altos. Cerca de 3000 pessoas lotaram um hangar ao ar livre num comício no Aeroporto Regional Arnold Palmer, a cerca de 40 milhas a leste de Pittsburgh, onde a temperatura estava bem pouco acima de zero. – Palin: Obama for Bigger Government, Higher Taxes, 31 de outubro.)*

- (28) Obama's tax plan calls for no tax increases for working families making less than \$250,000 a year or for individuals making less than \$200,000 annually. He also pledges to seek a tax cut for the middle class. (O plano de impostos de Obama não demanda aumentos de impostos para famílias trabalhadoras que ganham menos de \$250000,00 dólares por ano ou para indivíduos que ganham menos de \$200000 dólares anualmente. Ele também se compromete a buscar um corte de impostos para a classe média. – Palin: *Obama for Bigger Government, Higher Taxes*, 31 de outubro)

Quando as críticas vêm do republicano John McCain no tocante à proposta de Obama sobre impostos, o *New York Times* rebate com o uso da intertextualidade, as próprias palavras do democrata, mostrando que em sua proposta o aumento de impostos não atingirá 95% da população americana, conforme (29) abaixo:

- (29) In an interview Friday with ABC's "Good Morning America," McCain states flatly that Obama wants to raise people's taxes – though Obama says he would seek no tax increases for 95 percent of working Americans and support a tax cut for the middle class. (Numa entrevista para o “Bom Dia América” da ABC, McCain afirma categoricamente que Obama quer subir os impostos do povo – embora Obama diga que ele não buscaria aumento de impostos para 95 por cento dos trabalhadores americanos e apoiaria um corte de impostos para a classe média. – McCain: *Obama's Economic Policies Are Left-Wing*, 31 de outubro.)

Observa-se, assim, que, com esse diálogo implícito que o periódico estabelece com os leitores/eleitores, destacando a questão econômica como prioritária e, como a crise financeira surgiu num governo republicano, o jornal reúne argumentos para defender a candidatura do democrata Obama. Nesse movimento entre interlocutores, as notícias produzidas atestam que:

Toda enunciação, mesmo produzida sem a presença de um destinatário, é, de fato, marcada por uma *interatividade* constitutiva (fala-se também de *dialogismo*), é uma troca, explícita ou implícita, com outros enunciadores, virtuais ou reais, e supõe sempre a presença de uma outra instância de enunciação à qual se dirige o enunciador e com relação à qual constrói o seu discurso. (MAINGUENEAU, 2001, p. 84, grifos do autor)

Para corroborar a posição do jornal que se manifestou em editorial a favor do candidato Barack Obama e para enfatizar a importância da questão econômica na campanha presidencial americana, o periódico relata, pela intertextualidade, o posicionamento da renomada e mundialmente conhecida revista *The Economist*, declarando-se a favor do candidato Barack Obama. Tal recurso discursivo objetiva conferir credibilidade ao candidato democrata, visto que “o discurso relatado visa a produzir a prova de um certo posicionamento do locutor-produtor: posicionamento de *autoridade*, na medida em que relatar é mostrar que se sabe...” (CHARAUDEAU, 2006, p. 163, grifo do autor):

- (30) The Economist magazine, a bastion of free-market economics, gave its support on Friday to Democrat Barack Obama to be the next U.S. president. (A revista *The Economist*, um baluarte da economia de livre-mercado, deu seu suporte na sexta-feira para o democrata Barack Obama ser o próximo presidente dos Estados Unidos. – *Economist Magazine Endorses Obama For Presidency*, 31 de outubro.)
- (31) “In terms of painting a brighter future for America and the world, Mr. Obama has produced the more compelling and detailed portrait. He has campaigned with more style, intelligence and discipline than his opponent,” it said. (“Em termos de pintar um futuro mais brilhante para os

Estados Unidos e para o mundo, o sr. Obama produziu uma imagem mais instigadora e detalhada. Ele fez campanha com mais estilo, inteligência e disciplina do que seu oponente, ela disse. – *Economist Magazine Endorses Obama For Presidency*, 31 de outubro.)

Considerações finais

A análise efetuada aponta que, mesmo antes da publicação do editorial optando pela candidatura de Barack Obama, o *New York Times* vinha se posicionando a favor desse candidato. Haja vista o espaço que lhe é dado para responder questões sobre o plano de recuperação econômica em entrevista de 21 de setembro e o fato de, nessa mesma entrevista, uma aludida questão de corrupção envolvendo o seu nome não ser a ele formulada. A esse respeito, Fowler assim se posiciona:

A linguística crítica sugere esta análise demonstrando como a estrutura detalhada da língua, silenciosa e continuamente, modela as idéias apresentadas, moldando-as em direção às crenças estabelecidas. Um jornal assume que existe apenas um ponto de vista razoável em qualquer assunto apresentado. Os editoriais visivelmente *afirmam* esse ponto de vista: as notícias e outras páginas são escritas para assumir que esse ponto de vista é natural, senso comum... (FOWLER, 1991, p. 231, grifo do autor, tradução da pesquisadora)

A economia é apresentada pelo jornal como a temática dominante da campanha, o que favorece Obama, em função da crise econômica deflagrada no governo de George W. Bush, do partido republicano de seu opositor, John McCain. Dessa forma, Obama é muitas vezes mostrado, nas páginas do jornal, tecendo críticas à gestão de Bush no tocante à crise econômica que ocorreu nos Estados Unidos e se espalhou para o resto do mundo. Acrescente-se a isso o fato de Obama ser apresentado como aquele que se preocupa com o cidadão comum e com a classe média em geral.

Quando o *New York Times* se refere às características e convicções pessoais dos candidatos, ainda antes do editorial de 24 de outubro, aponta Obama como “comedido e racional”, enquanto McCain é “orientado para a ação e impulsivo”; Obama preza o trabalho em equipe, McCain acredita na liderança de um homem só. Além disso, McCain é retratado, implicitamente por suas falas citadas, como incoerente, uma vez que ora se apresenta como desregulador, ora critica o governo de Washington por não ter atuado com relação à situação econômica.

Embora o jornal indique limitações e posições demagógicas dos dois candidatos, abre espaço, em 29 de setembro, para que o economista Paul Krugman aponte Obama como o mais preparado para administrar a crise econômica, enquanto McCain é o candidato que pouco conhece de economia e não tem bons assessores. No intuito de atender à pluralidade de opiniões, o periódico traz artigo de um jornalista que defende a candidatura de McCain por ser “duro”, “enérgico”, enquanto que Obama é um “liberal”. Assim, num momento de crise financeira, o jornal escala para defender a candidatura de Obama um especialista – o renomado economista Paul Krugman –, ao passo que McCain é defendido por um profissional da própria mídia.

No tocante a propostas, Obama atende aos menos favorecidos e à classe média, em sua proposta de impostos, enquanto McCain não quer aumentar impostos da classe

mais abastada. Com relação ao setor imobiliário, Obama tem “propostas concretas” enquanto McCain está no âmbito da “ficção”.

Finalmente, para corroborar sua posição a favor de Obama, o *New York Times* traz a voz de uma outra mídia, a conceituada revista *The Economist*, que aponta o candidato Obama como aquele que preenche os requisitos necessários para ser o presidente dos Estados Unidos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. Tradução de Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Editora Contexto, 2006. 283 p.

FAIRCLOUGH, N. *Media discourse*. New York: Edward Arnold, 1995. 214 p.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma enunciação desmesurada. In: FAUSTO NETO, A.; VERÓN, E. (Orgs.). *Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo: Hacker, 2003. 174 p.

FOWLER, R. *Language in the news: discourse and ideology in the press*. London: Routledge, 1991. 254 p.

LULE, J. *Daily news, eternal stories: the mythological role of journalism*. New York: The Guilford Press, 2001. 245 p.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. Tradução de Cecília P. de Sousa-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001. 238 p.

ORLANDI, E. P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. 2. ed. Campinas, SP: Pontes, 2000. 100 p.

SOUSA, J. P. *As notícias e seus efeitos*. 1999. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 10 out. 2003. 150 p.

_____. *Introdução à análise do discurso jornalístico impresso: um guia para estudantes de graduação*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004. 222 p.