

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO
LICENCIATURA EM LETRAS PORTUGUÊS/INGLÊS

AGNES SOFIA MAGUERROSKI VAZQUEZ RODRIGUEZ

**O PROCESSO DE AFASTAMENTO DE DILMA ROUSSEFF: UMA
ANÁLISE DISCURSIVA DAS CAPAS DAS REVISTAS VEJA E ISTOÉ**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA

2018

AGNES SOFIA MAGUERROSKI VAZQUEZ RODRIGUEZ

**O PROCESSO DE AFASTAMENTO DE DILMA ROUSSEFF: UMA
ANÁLISE DISCURSIVA DAS CAPAS DAS REVISTAS VEJA E ISTOÉ**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado na disciplina de TCC 2, do curso de Licenciatura em Letras Português/Inglês do Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação — DALIC — da Universidade Tecnológica Federal do Paraná — UTFPR, como requisito parcial para obtenção do título de Licenciada em Letras.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Paula Àvila Nunes

CURITIBA

2018



Ministério da Educação
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
Campus Curitiba
Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação
Departamento Acadêmico de Línguas Estrangeiras Modernas
Curso de Graduação em Letras Português/Inglês



TERMO DE APROVAÇÃO

O processo de afastamento de Dilma Rousseff: uma análise discursiva das capas das revistas VEJA e
ISTOÉ

Por

Agnes Sofia Maguerroski Vazquez Rodriguez

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado em dezenove de junho de 2018 como requisito parcial para a obtenção do título de Licenciado no curso de Letras Português/Inglês. A candidata **Agnes Sofia Maguerroski Vazquez Rodriguez** foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

Paula Ávila Nunes

Maria de Lourdes Rossi Remenche

Carolina Fernandes da Silva Mandaji

“Who controls the past controls the future: who controls the present controls the past”

(George Orwell)

AGRADECIMENTOS

A minha mãe, *Aparecida*, por me ensinar a cultivar a sensibilidade, a paciência e o afeto.

As minhas queridas amigas *Ana Paula Clemente*, *Caroline Iatzaki*, *Flávia Câmara*, *Larissa Corrêa*, *Larissa Schottz* e *Thalita Bavaresco* pelo apoio em todos os momentos e pela amizade que vale ouro.

A minha professora orientadora, *Paula Ávila Nunes*, pela paciência ao me direcionar durante o processo de escrita desse trabalho.

Aos professores do curso de Letras, por despertarem em mim o amor pela Linguagem e pela Literatura.

RESUMO

MAGUERROSKI VAZQUEZ RODRIGUEZ, Agnes Sofia. O processo de afastamento de Dilma Rousseff: uma análise discursiva das capas das revistas VEJA e ISTOÉ. 2018, 73 pp. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras Português/Inglês) — Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

O presente Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo principal analisar a construção do discurso midiático e, por consequência, do discurso político referente ao processo de impedimento do mandato de Dilma Rousseff, utilizando as capas das revistas VEJA e ISTOÉ como *corpus*, e tomando como objeto de estudo algumas representações midiáticas relativas à ex-presidenta do Brasil. Com esse objetivo, tenta-se abordar a relação entre o discurso das mídias e o discurso político. Para tanto, adota-se, como metodologia, a verificação da construção da imagem de Dilma a partir das revistas supracitadas, com base na teoria da Análise de Discurso, tomando como teórico principal o linguista francês, Patrick Charaudeau e sua exposição nas obras Discurso das mídias (2015) e Discurso político (2015). Trata-se, portanto, de analisar os elementos linguísticos utilizados pela mídia na veiculação das informações apresentadas, os quais mostram que as revistas em questão colocam Dilma na posição de ex-presidente antes mesmo de que o processo de afastamento de seu mandato fosse concluído.

Palavras-chave: Análise do Discurso. Política. Mídia. Representações Sociais. Dilma Rousseff. VEJA. ISTOÉ.

ABSTRACT

MAGUERROSKI VAZQUEZ RODRIGUEZ, Agnes Sofia. The impeachment process of Dilma Rousseff: A Discursive Analysis of the covers from the magazines VEJA and ISTOÉ. 2018. 73 pp. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras Português/Inglês) Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

The present work aims to analyze the construction of media discourse and, as a result, politics discourse regarding the impeachment process of Dilma Rousseff. It uses the covers from magazines VEJA and ISTOÉ as objects of study, which portray several representations of the ex-president of Brazil. With this objective, this study attempts to approach the relationship between politics and media discourses. Therefore, the methodology adopted is the examination of the construction of Dilma's image by the aforementioned magazines, based on the theory of Discourse Analysis and the main theorist, the French linguist, Patrick Charaudeau and his exposition on his works *Discurso das Mídias* (2015) and *Discurso Político* (2015). Hence, it analyzes the linguistic elements used by media on the information presented, which indicates that these magazines place Dilma in the position of an ex-president, even before the impeachment process was over.

Keywords: Discourse Analysis. Politics. Medias. Social Representations. Dilma Rousseff. VEJA. ISTOÉ.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 A ANÁLISE DO DISCURSO E O DISCURSO POLÍTICO	12
2.1 A ANÁLISE DO DISCURSO E O DISCURSO MEDIÁTICO	22
2.2 METODOLOGIA DA PESQUISA	31
3 ANÁLISE DAS CAPAS DA REVISTA ISTOÉ	34
3.1 Edição número 2.379	34
3.2 Edição número 2.389	37
3.3 Edição número 2.390	40
3.4 Edição número 2.412	42
3.5 Edição número 2.416	45
3.6 Edição número 2.418	48
3.7 Edição número 2.419	50
3.8 Edição número 2.436	54
4 ANÁLISE DAS CAPAS DA REVISTA VEJA	57
4.1 Edição número 2.447	57
4.2 Edição número 2.455	60
4.3 Edição número 2.474	63
4.4 Edição número 2.477	65
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
BIBLIOGRAFIA	72

1 INTRODUÇÃO

Não apenas em tempos de crise, mas especialmente durante os períodos de conflito político, em que os discursos antagônicos se manifestam de maneira mais incisiva na sociedade, torna-se de extrema importância questionar as representações sociais construídas por meio do veículo midiático. Assim, tomando como *background* o cenário político atual do Brasil, é necessário que observemos o mecanismo pelo qual se dão tais representações. Essas construções sociais estão intimamente relacionadas aos discursos, os quais são elaborados a partir de *relações de sentido*, ou seja, não há discurso que não seja composto ou remeta a discursos anteriores ou futuros, bem como por *relações de poder*. Sob a luz dessa perspectiva, os discursos têm papel fundamental como instrumento de influência social.

Conforme Bakhtin (2006), a “palavra veicula, de maneira privilegiada, a ideologia; a ideologia é uma superestrutura, as transformações sociais da base refletem-se na ideologia e, portanto, na língua que as veicula. A palavra serve como ‘indicador’ das mudanças” (p.17). Portanto, os veículos de informação, como as revistas, por exemplo, constroem seus discursos baseados em determinadas ideologias, cabendo aos analistas de discurso analisar de maneira crítica e reflexiva os ideais políticos por trás da escolha dos elementos linguísticos.

Se dermos enfoque à política nacional, uma das questões mais debatidas nos últimos semestres está relacionada ao processo de *impeachment* instaurado contra a ex-presidenta Dilma Rousseff, o qual teve início em dezembro de 2015 e, desde então, grande repercussão por meio da mídia. Tendo como objetivo principal analisar a construção do discurso midiático e, por consequência, o discurso político referente ao processo de impedimento do mandato de Dilma Rousseff, tomaremos como base teórica para nosso trabalho a Análise do Discurso. O *corpus* desta pesquisa compreende as capas das revistas VEJA e ISTOÉ, no período de julho de 2015 a agosto de 2016 — fim do processo de *impeachment* —, analisando, dessa maneira, os elementos linguísticos verbais e não verbais presentes nesses veículos. As revistas acima mencionadas são conhecidas nacionalmente, além de ambas abordarem temas relacionados a questões políticas do país. Ademais, todo o seu acervo está disponível

online; por esse motivo, optamos por utilizar suas capas como objeto para nossa análise. Desse modo, tendo em vista o imensurável alcance das mídias nos dias atuais, por meio do acesso *on-line*, ao refletir em relação aos aspectos aqui abordados, poderemos questionar as informações veiculadas pela mídia e enxergar na linguagem um instrumento de poder — tal como já antecipado pelo escopo teórico mobilizado —, bem como compreender as consequências da reprodução de discursos pré-fabricados, que podem contribuir para a alienação política do indivíduo.

Portanto, para que possamos alcançar nosso objetivo geral, partiremos de alguns objetivos específicos, entre os quais destacam-se:

1. Abordar a relação entre o discurso midiático e o discurso político, entendendo a imbricação entre ambos;
2. Verificar como a imagem da ex-presidenta Dilma Rousseff é construída por meio das capas das revistas supracitadas;
3. Examinar os elementos linguísticos e sua articulação aos elementos imagéticos utilizados pela mídia na veiculação das informações apresentadas.

Para que possamos compreender de maneira efetiva como e por qual meio essa construção social é organizada, se faz de extrema importância a discussão de alguns conceitos abordados por Orlandi em *Análise do Discurso: Princípios e Procedimentos*. Retomemos, então, a questão do imaginário criado em relação a determinados sujeitos sociais. Orlandi (2006) aponta que “esse mecanismo [imaginário] produz imagens dos sujeitos, assim como do objeto do discurso, dentro de uma conjuntura sócio-histórica” (p.40), isto é, essas representações sociais são resultado de relações de sentido e de poder, uma vez que “nossa sociedade é constituída por relações hierarquizadas, (...) relações de força, sustentadas no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na ‘comunicação’” (ORLANDI, 2006, p.40).

Do mesmo modo que as formações imaginárias, as *formações discursivas* estão relacionadas à posição que o sujeito ocupa em determinado contexto, ou seja, os sentidos das palavras modificam-se segundo a posição tomada pelo locutor/interlocutor. Segundo Orlandi (2006), as palavras não apresentam um sentido em si próprias, mas são constituídas a partir de *formações discursivas*.

Aqui se encontra o aspecto primordial do estudo do discurso: essas formações discursivas estão diretamente ligadas a concepções ideológicas. Portanto, a relação entre linguagem e ideologia compõe o que chamamos de *discursividade*.

De acordo com Bakhtin (2006),

[...] Na realidade, não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc. A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida. (p.96)

Por fim, ao tomarmos esses pontos como fundamentais para nossa análise, se faz essencial o questionamento a respeito do mecanismo utilizado quando o discurso parte da perspectiva midiática. De acordo com Charaudeau (2015), existem duas lógicas básicas que regem os discursos das mídias de informação. Uma delas é a *econômica*, “que faz com que todo organismo de informação aja como uma empresa, tendo por finalidade fabricar um produto que se define pelo lugar que ocupa no mercado de troca dos bens de consumo” (p. 21). A segunda é a lógica *simbólica*, ou seja, segundo o autor, é inerente a qualquer veículo de informação sua vocação em participar da construção da opinião pública. Dessa maneira, tomando como base para nossa proposta de estudo os conceitos aqui abordados, torna-se indispensável refletir a serviço de quais ideologias a imprensa nacional constrói seus discursos, os quais serão verificados a partir das capas das duas revistas supracitadas.

Para que possamos contemplar o tema aqui destacado, se faz necessária a compreensão acerca das relações de poder presentes em nossa sociedade e em que proporção os discursos são afetados por elas. Partindo dessa perspectiva, será possível observar e elucidar a relação direta e recíproca entre a questão das representações sociais e a Análise de Discurso.

2 A ANÁLISE DO DISCURSO E O DISCURSO POLÍTICO

Inicialmente, é necessário que nos debrucemos sobre algumas questões fundamentais relacionadas ao estudo do discurso, mais especificamente à análise do discurso político. Será feita discussão acerca das relações entre *linguagem*, *ação*, *poder* e *verdade*, quando falamos do mecanismo de funcionamento desse tipo específico de discurso e, posteriormente, serão abordados alguns conceitos presentes no campo da análise do discurso, os quais contribuem para uma investigação efetiva do discurso político. É fundamental apontarmos para o fato de que, ao longo da fundamentação teórica, traremos diferentes autores do campo discursivo, os quais apresentam teorias um pouco diferentes. Colocaremos esses teóricos lado a lado nesse momento porque cada um, a seu modo, trouxe contribuições para o campo do estudo do discurso, no sentido epistemológico. No entanto, a análise proposta será conduzida por apenas um aporte teórico: a linha da análise crítica do discurso adotada pelo linguista francês, Patrick Charaudeau, em relação aos conceitos de *linguagem* e *ação*, abordados por Charaudeau (2015), em *Discurso Político*, estes dois constituem a troca social e, embora haja um vínculo interdependente entre eles, a relação entre *linguagem* e *ação* é assimétrica. O ato de linguagem parte de dois princípios, o da *influência*, uma vez que se inicia a partir de um locutor, que tem por objetivo interferir nas reflexões, discursos ou ações do interlocutor, e do *princípio da regulação*, pois, da mesma forma que o locutor, o interlocutor também pretende influenciar o outro por meio da linguagem. O que ocorre é que a intenção do sujeito que fala é que se consolide, a partir de sua influência, uma *ação*. Esse agir do interlocutor se encontra, segundo Charaudeau (2015),

em uma relação de submissão em relação à posição do sujeito que fala. [...] Pode-se dizer que todo ato de linguagem está ligado à ação mediante as relações de força que os sujeitos mantêm entre si, relações de força que constroem simultaneamente o vínculo social (p.17).

Sendo assim, é por funcionar a partir de uma relação de forças que a conexão entre *linguagem* e *ação* é assimétrica, e o que constitui a troca social está no cerne dessas mesmas relações. Quanto às concepções de *poder [político]* e *verdade*,

defendidas por Charaudeau, estas são compostas por uma relação de dois elementos da atividade humana que se encontram em campos distintos: no espaço público, teríamos o *debate de ideias*, enquanto, no espaço político, o próprio *fazer político*. E aqui, assim como no vínculo entre *linguagem* e *ação*, esses dois campos existem a partir de relações de força, que são regidas por processos de regulação, os quais, por sua vez, são elaborados segundo um jogo de dominação que lhes é inerente: “vê-se, uma vez mais, não apenas como a linguagem se funde à ação, mas também como a palavra política é *cheia de armadilhas*” (CHARAUDEAU, 2015, p. 23). Ou seja, a palavra política é composta ora por uma *verdade do dizer*, ora por uma *verdade do fazer*; a concepção de *verdade* também se constitui a partir de uma verdade da *linguagem* e uma verdade da *ação*.

Após termos elucidado, de maneira breve, os conceitos fundamentais que engendram o discurso político, é interessante notarmos que a teoria da Análise do Discurso difere dos outros campos da área das ciências humanas, que tomam o discurso político como seu objeto de estudo, assim como a Filosofia da Política ou a Ciência Política, por exemplo, preocupadas mais com a legitimidade ou com o funcionamento de um raciocínio político. A Análise do Discurso Francesa põe em pauta o favorecimento que os próprios discursos podem oferecer no surgimento de um senso político, bem como no ajuste de fatos políticos, como propõe Charaudeau (2015, p.37), no subcapítulo intitulado, *O estudo do discurso político*.

Também é relevante que apontemos as origens da Análise do Discurso, que teve suas raízes na França, a partir da investigação de um *corpus* puramente político. Sob a luz dessa nova perspectiva é que alguns conceitos como *enunciação* e *contexto* são ressignificados, dando lugar ao estudo do discurso, o qual carrega consigo uma carga social de pensamentos e valores situados em um determinado contexto sócio-histórico — diferindo-se, também, da Linguística que, até então, estava focada no estudo da língua como sistema de signos e seus mecanismos de funcionamento.

Por ser fortemente marcada por esse caráter social, a Análise do Discurso Francesa se apoia em alguns conceitos presentes tanto na Filosofia da Linguagem, quanto no Marxismo. Em 1970, o filósofo francês Louis Althusser incorporou à teoria marxista e, por consequência, à teoria da Análise do Discurso, a noção de Aparelho

Ideológico do Estado (AIE). Segundo Althusser (1991), “designamos por Aparelhos Ideológicos do Estado um certo número de realidades que se apresentam ao observador imediato sob a forma de instituições distintas e especializadas” (p.43). Entre as instituições às quais o filósofo se refere, encontra-se o AIE da informação, que é formado pela imprensa, rádio, televisão etc., e o AIE político, composto pelo sistema político de que fazem parte os diferentes partidos.

Esses Aparelhos Ideológicos do Estado funcionam quase que totalmente por meio da ideologia — uma vez que não há aparelho puramente ideológico — e, em segundo plano, por meio da repressão, mesmo que essa seja sutil, aparente, ou mesmo simbólica. Althusser (1991), ainda aponta para o fato de que,

Se os AIE funcionam de maneira massivamente prevalente pela ideologia, o que unifica a sua diversidade é precisamente este funcionamento, na medida em que a ideologia pela qual funcionam é sempre unificada apesar das suas contradições e da sua diversidade, na ideologia dominante, que é a da classe dominante. Se quisermos considerar que em princípio a classe dominante detém o poder de Estado [...] e dispõe portanto do Aparelho (repressivo) de Estado, podemos admitir que a mesma classe dominante é ativa nos Aparelhos Ideológicos do Estado (p.48).

Portanto, quando transpomos o conceito de Aparelho Ideológico do Estado para o campo do estudo dos discursos, notamos que a imprensa, o rádio, a televisão, assim como o sistema político e todos os discursos que partem não só dessas esferas, mas também das outras instituições apontadas por Althusser — como os AIEs escolar, jurídico, religioso etc. —, também são regidos por determinadas ideologias, as quais são materializadas por meio do discurso.

Antes mesmo de Althusser, as discussões propostas por Bakhtin em relação às problemáticas da Filosofia da Linguagem, com base em uma visão marxista de mundo, também influenciaram o estudo do discurso, uma vez que, para o filósofo russo, “Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia” (BAKHTIN, 2006, p. 31). Bakhtin faz referência aos signos de maneira ampla, isto é, não restringindo seu pensamento apenas ao caráter ideológico dos signos verbais. Posteriormente, o estudioso aponta para o papel fundamental do discurso dentro dessa relação entre os signos e a ideologia, pois “todas as manifestações da criação ideológica — todos os signos não-verbais — banham-se no

discurso e não podem ser nem totalmente isoladas nem totalmente separadas dele” (2006, p.38). Isto acontece porque, em termos de compreensão, bem como interpretação, tudo aquilo que Bakhtin chama de *signo ideológico* pode se materializar a partir de uma linguagem, ou melhor, por meio do discurso.

As relações entre a infraestrutura e a superestrutura, conceitos presentes na teoria marxista, tomados aqui por Bakhtin ao elucidar algumas questões referentes à Filosofia da Linguagem, influenciam diretamente nos sentidos atribuídos aos signos ideológicos, posto que a infraestrutura reflete na superestrutura. Ou seja, a realidade de cada sujeito reflete na sociedade de maneira tal que o mesmo signo pode apresentar “n” significados — variando de acordo com a posição sócio-histórica do sujeito em questão, que também se encontra dentro de uma conjuntura histórico-política específica. No caso da análise proposta por este trabalho, por exemplo, o recorte escolhido é o contexto do Brasil no ano de 2016, pré processo de *impeachment*, em que daremos foco à construção do imaginário referente ao sujeito Dilma Rousseff, enquanto presidenta do Brasil, bem como aos significados atribuídos pela imprensa nacional em relação ao processo político instaurado. Há uma relação recíproca entre a infra-estrutura, os signos ideológicos e a superestrutura, pois, do mesmo modo que a realidade individual de cada sujeito define os signos, esses mesmos signos refletem as mudanças que ocorrem na sociedade, conforme aponta Bakhtin (2006), “A palavra é capaz de registrar as fases transitórias mais íntimas, mais efêmeras das mudanças sociais” (p.42). Ou seja, a estrutura sociopolítica e a ideologia se manifestam através da linguagem: “[...] estas formas de interação verbal acham-se muito estreitamente vinculadas às condições de uma situação social dada e reagem de maneira muito sensível a todas as flutuações da atmosfera social” (BAKHTIN, 2006, p.43).

Neste instante, podemos relacionar o que destacou o teórico russo, em 1929, ao que, décadas mais tarde, apontaria Althusser em relação ao conceito de Aparelhos Ideológicos do Estado, os quais agem por meio de ideologias estabelecidas pela classe dominante — no caso desse estudo, essa classe é a que detém poder sob a mídia hegemônica. De acordo com Bakhtin (2006),

[...] aquilo mesmo que torna o signo ideológico vivo e dinâmico faz dele um instrumento de refração e de deformação do ser. A classe dominante tende a conferir ao signo ideológico um caráter intangível e acima das diferenças de classe, a fim de abafar ou de ocultar a luta dos índices sociais de valor que aí se trava, a fim de tornar o signo monovalente.

Na realidade, todo signo ideológico vivo tem [...] duas faces. Toda crítica viva pode tornar-se elogio, toda verdade viva não pode deixar de parecer para alguns a maior das mentiras. Esta *dialética interna* do signo não se revela inteiramente a não ser nas épocas de crise social e de comoção revolucionária (p.48).

Ora, se a estrutura sociopolítica e a ideologia são manifestadas a partir da linguagem, é muito claro que os discursos dessa classe dominante servem somente à manutenção de seus privilégios, quer dizer, esses discursos são moldados de acordo com uma característica bem peculiar, pois limitam o signo a uma posição monovalente, oferecendo apenas um caminho de interpretação, tornando mais difíceis o aparecimento de outros sentidos ou questionamentos. Como consequência de uma interpretação única, a reflexão e o pensamento crítico do indivíduo passa a ser limitado no que diz respeito à sua realidade social, histórica e política, incidente que acaba por fortalecer determinada classe dominante e, portanto, faz com que ela perpetue seu poder sobre as demais. É por esse mesmo motivo que essa *dialética interna* do signo, apontada pelo filósofo russo, é muito mais visível em tempos de crise e revolução, o que nos remete ao *corpus* escolhido para a análise deste trabalho.

Um processo político dessa dimensão acarreta inúmeras questões sociais. Sendo assim, o que está em jogo é a estrutura sociopolítica de um país. É a partir dessa crise social instaurada pelo processo de *impeachment* que discursos antagônicos emergem na sociedade mais do que em qualquer outro momento, manifestando, assim, a dialética do signo ideológico. A posição política dos indivíduos, da mesma maneira, interfere decisivamente nessa construção discursiva; no entanto, muitas vezes, o poder de voz que advém do discurso não é dado a todos os grupos sociais. Essa é uma questão primordial quando falamos sobre discurso político e midiático, sobretudo em relação à mídia hegemônica.

Não existe discurso que escape à dialética interna do signo. Talvez o discurso político apenas deixe isso mais evidente, uma vez que o que o caracteriza como político não é o seu conteúdo, mas sim o contexto e as condições em que foi

produzido. Para Charaudeau (2015), “é [...] segundo os modos de interação e a identidade dos participantes implicados que se elabora o pensamento político” (p.40).

Há uma relação recíproca entre o conhecimento de mundo e a interação social dos sujeitos. O ser humano constrói esse conhecimento, como já foi mencionado, a partir da sua percepção da realidade, a qual está situada dentro de uma posição e contexto históricos específicos; isto é, a leitura de mundo de cada indivíduo é desenvolvida a partir de *representações sociais* elaboradas com base na sua experimentação com o mundo. Conforme aponta Charaudeau (2015), “Ao sentir a realidade, o homem é mobilizado por essa experiência: ele constrói seu saber sob a dependência da realidade, pois não pode pensar a si próprio senão mediante as representações que ele se dá” (p.191).

Porém, é necessário apontar que há divergências entre o conceito de ideologia — o qual compõe as *representações sociais* — apresentado por Bakhtin e Charaudeau. O primeiro, a partir de uma perspectiva marxista, e que influenciou os primeiros pensamentos acerca do estudo do discurso, toma a ideologia como um mecanismo de articulação entre significação e poder. Com base nessa lógica, cada indivíduo se reconhece como parte de um grupo/classe, pois tem necessidade de compreender e justificar a realidade. Uma vez representadas as classes, a consciência social do sujeito é desenvolvida a partir dessas mesmas representações e, como já mencionado, essa consciência seria forjada por uma ideologia dominante. Já o segundo se apoia na análise crítica do discurso de Van Dijk, para quem as ideologias são “crenças sociais partilhadas pelas coletividades específicas ou ‘grupos’” (apud Charaudeau, 2015, p. 193), ou seja, a ideologia é tomada como um fenômeno cognitivo-discursivo.

Portanto, para Charaudeau, as representações sociais, ou os *imaginários sociodiscursivos*, que derivam das ideologias, são constituídos a partir de dois tipos de saberes: um *saber do conhecimento*, caracterizado por sua natureza mais objetiva, cujo funcionamento se dá por meio de uma explicação científica dos fatos do mundo, e um *saber das crenças*, o qual diz respeito a uma avaliação subjetiva do sujeito em relação ao mundo. Portanto, “deve-se [...] admitir a existência de vários julgamentos possíveis. O sujeito que fala faz sua escolha segundo uma lógica do necessário e do

verossímil, na qual pode intervir tanto a razão quanto a emoção” (CHARAUDEAU, 2015, p. 198).

Embora cada qual utilize sua concepção de ideologia, o que pode atribuir nuances diferentes em relação ao conceito das representações sociais, é possível que essas noções se complementem, havendo, assim, uma articulação entre os dois pensamentos, uma vez que o linguista francês afirma que

O imaginário resulta de uma dupla interação: do homem com o mundo, do homem com o homem.

No cruzamento dessa dupla interação, produzem-se “implicações complexas em que os gestos, as pulsões, as práticas, os atos, as representações se misturam e se instruem mutuamente”. Isso leva a pensar que os imaginários não são todos conscientes. Alguns podem ser racionalizados por discursos-textos que circulam nas instituições (escolas, constituições de Estados, religiões, justiça, etc.), lugares de ensino desses imaginários com fins identitários (assim circula na nação francesa o imaginário de laicidade). (CHARAUDEAU apud FARGE, 2015, p. 205)

Se algumas das representações sociais, ou *imaginários sociodiscursivos*, não são inteiramente conscientes por parte dos falantes, mas são apontadas as instituições as quais Althusser já considerava como Aparelhos Ideológicos do Estado como ambientes de manutenção desses imaginários, como acontece com os AIEs escolar, jurídico, religioso, político etc., podemos afirmar que, além de uma noção cognitivo-discursiva, prevalece, também, uma ideologia dominante, a qual tentaria alienar as demais classes da sociedade por meio de seus discursos unilaterais e dos imaginários elaborados por ela. Ou seja, busca-se fazer com que aquilo que parece ter apenas uma significação seja entendido como natural (que é precisamente o que a ideologia faz, torna natural algo que não o é). O imaginário referente à figura mulher, por exemplo, foi moldado ao longo da história pela classe dominante, a qual incluía, em sua esmagadora maioria, homens,

[...] aquilo que tomamos por causa ou origem da opressão é na verdade a *marca* imposta pelo opressor; o “mito da mulher”, somado a seus efeitos e manifestações materiais na consciência e nos corpos apropriados das mulheres [...] Mas o que acreditamos ser uma percepção física e direta é somente uma construção sofisticada e mítica, uma formação imaginária (Wittig apud Butler, 2015, p. 57).

Ou mesmo o imaginário relacionado à figura do negro ou do indígena, elaborado pelo discurso do branco. Esses discursos unilaterais podem exemplificar o

que Charaudeau propõe em relação aos imaginários: “Outros [imaginários] estão ainda submersos no que se chama inconsciente coletivo, pois todas essas implicações complexas são tecidas ao longo da história, constituindo uma memória coletiva de longo termo que na prática é identificável apenas por uma abordagem histórica e antropológica (assim é com o imaginário de pureza da raça)” (2015, p. 205).

A fim de complementar o pensamento de Charaudeau acerca dos *imaginários sociodiscursivos*, retomaremos alguns conceitos apontados por Orlandi ao princípio desse estudo. Para a autora, os discursos são compostos por condições de produção, cujo funcionamento se dá por meio de certos fatores. Primeiramente, por meio das *relações de sentido*. A partir dessa noção, entendemos o discurso como um processo, ou seja, não há discurso que não se relacione com outros; um discurso é sempre composto e remete a outros discursos.

Outro fator constituinte das condições de produção e, conseqüentemente, dos discursos, é chamado pela teórica de *mecanismo de antecipação*: durante a interação social, o sujeito procura colocar-se na posição de seu interlocutor, a fim de antecipar os sentidos que seu discurso possa produzir no outro. Segundo Orlandi (2006), “Esse mecanismo regula a argumentação, de tal forma que o sujeito dirá de um modo, ou de outro, segundo o efeito que pensa produzir em seu ouvinte” (p. 39). O sujeito, por meio dessa antecipação de sentidos, dirige o processo de argumentação a partir da previsão dos efeitos que determinado discurso possa ter sobre o ouvinte.

E, por fim, temos as *relações de força*, incidindo diretamente nas condições de produção do discurso. Quer dizer, é necessário que levemos em consideração a posição ocupada pelo sujeito no ato da construção desse discurso, observando sua posição dentro de uma determinada conjuntura sócio-histórica. Para Orlandi (2006), esses mecanismos constituintes do discurso estão atrelados ao que podemos chamar de *formações imaginárias*, conceito presente no campo da análise de discurso, o qual constitui as representações sociais ou *imaginários sociodiscursivos*. Dessa maneira,

“[...] não são os sujeitos físicos nem os seus lugares empíricos como tal, isto é, como estão inscritos na sociedade, e que poderiam ser sociologicamente descritos, que funcionam no discurso, mas suas imagens que resultam de projeções. São essas projeções que permitem passar das situações empíricas – os lugares dos sujeitos – para as posições dos sujeitos no discurso. Essa é a distinção entre lugar e posição.

Em toda língua há regras de projeção que permitem ao sujeito passar da situação (empírica) para a posição (discursiva). O que significa no discurso são essas posições. E elas significam em relação ao contexto sócio-histórico e à memória (o saber discursivo, o já-dito).
 [...] Na relação discursiva, são as imagens que constituem as diferentes posições” (p. 40)

Após essa observação, quando retornamos, uma vez mais, ao discurso político, há ainda a discussão acerca do *ethos* — categoria proposta por Aristóteles, na Antiguidade — a qual tem ligação com a maneira como o orador se manifestava em relação ao auditório. À época, o questionamento circundava ao redor de qual era a essência dessa categoria: a imagem do ser político seria constituída a partir de um elemento ligado ao sujeito enquanto locutor ou enquanto enunciador? A posição tomada por Charaudeau (2015) é a de que “O sentido veiculado por nossas palavras depende ao mesmo tempo daquilo que somos e daquilo que dizemos. O *ethos* é o resultado dessa dupla identidade, mas ele termina por se fundir em uma única”. Ou seja, as identidades social e discursiva se entrelaçam nessa categoria, pois, “para construir a imagem do sujeito que fala, esse outro se apoia ao mesmo tempo nos dados preexistentes ao discurso — o que ele sabe *a priori* do locutor — e nos dados trazidos pelo próprio ato de linguagem” (CHARAUDEAU, 2015, p.115).

Definida a questão conceitual, voltemo-nos para a questão do *ethos* e dos *imaginários sociodiscursivos*. O *ethos* — essa dupla identidade constituída por ambos os “indivíduos” do ser político, o locutor e o enunciador — está ligado aos imaginários na medida em que o *ethos* apoia-se nos imaginários, pois “[...] a visão que uma sociedade tem do corpo [do *ethos*] depende dos imaginários coletivos que ela constrói para si” (CHARAUDEAU, 2015, p. 117). Isto é, os imaginários construídos pelos grupos sociais influenciam diretamente nos *ethos* do sujeito político, ou, conforme aponta o linguista francês, essa categoria que constitui o “fazer discursivo” — tanto do orador da Antiguidade, como do indivíduo político — seria como um, ou mais, “imaginário(s) corporificado(s)”.

Por fim, é importante ressaltar que, posteriormente, no capítulo de análise deste trabalho, o *ethos*, bem como os *imaginários sociodiscursivos*, mencionados e descritos por Charaudeau, serão retomados de maneira mais profunda, a fim de investigar os objetos de estudo aqui propostos — visto que o sujeito político apresenta

mais de um *ethos* e, igualmente, diversos são os *imaginários sociodiscursivos* construídos a partir dos discursos políticos. Da mesma forma, tanto o mecanismo de funcionamento do discurso político, abordado no início do presente capítulo, como as concepções de ideologia e representações sociais, ou *imaginários sociodiscursivos* aqui apontados, servirão como base teórica para análise proposta.

Na próxima seção, trataremos especialmente da análise do discurso midiático, tentando relacioná-lo, como já vem sendo feito ao longo deste capítulo, ao contexto do discurso político, visto que essas duas instâncias dialogam entre si invariavelmente.

2.1 A ANÁLISE DO DISCURSO E O DISCURSO MEDIÁTICO

As mídias desenvolvem um grande papel na formação de opinião do sujeito social. Seja por meio das redes sociais, noticiários televisivos, rádio, jornais ou revistas, as informações veiculadas por esses suportes de comunicação estão presentes ativamente no processo de construção de identidade do indivíduo e do meio em que se vive. No entanto, esses veículos de informação não são neutros, bem como o discurso que parte dessas esferas não é. Um rápido olhar para qualquer uma dessas revistas, e veremos que os elementos linguísticos podem nos dar pistas das ideologias veiculadas por detrás dessas informações.

No que tange à formação de opinião, esta pauta-se no diálogo que o sujeito realiza com diferentes fontes de informação, levando em consideração a pluralidade de vivências e experiências de cada indivíduo. Ao tornarmos os mecanismos por trás desses discursos mais conscientes, podemos ter um pouco mais de criticidade em relação àquilo que lemos, vemos e ouvimos. Partindo do questionamento do filósofo francês Michel Foucault (1996), “[...] o que há, enfim, de tão perigoso no fato de as pessoas falarem e de seus discursos proliferarem indefinidamente? Onde, afinal, está o perigo?” (p.8). Para Foucault (1996, p. 10-13), o mecanismo que dá ordem ao discurso é composto por três tipos de interdição existentes em nossa sociedade: a primeira interdição é a exclusão, ou seja, discursos mais comumente presentes nas esferas da sexualidade e da política são excluídos por serem interditados, fazendo com que o discurso torne-se objeto de desejo e poder para aqueles que o detém e, ao mesmo tempo, almejado pelos indivíduos excluídos, a fim de terem seus direitos defendidos pelas instituições.

O segundo é o procedimento da rejeição. O autor ressalta que, recorrentemente, discursos proferidos por determinados grupos de pessoas, como o discurso do louco, exemplo dado pelo filósofo, é rejeitado porque o indivíduo se encontra à margem da sociedade, além de existir uma oposição primitiva entre razão e loucura, em que tomamos o discurso racional como o verdadeiro.

Na esteira disso, o terceiro e último procedimento está relacionado à oposição entre o que é considerado verdadeiro ou falso. Foucault aponta para o risco

de definir este como um dos sistemas de exclusão, uma vez que a segmentação entre verdade e mentira parte de determinadas circunstâncias históricas, as quais permanecem em constante deslocamento e são governadas por instituições que impõem e podem modificar seu curso por meio de pressões sociais e da violência. Conforme exemplifica Foucault acerca do terceiro sistema de exclusão,

Recordemos, aqui, e apenas a título simbólico, o velho princípio grego: que a aritmética pode bem ser o assunto das sociedades democráticas, pois ela ensina as relações de igualdade, mas que só a geometria deve ser ensinada nas oligarquias pois demonstra as proporções na desigualdade (1996, p. 17).

Por isso, o discurso é a linguagem em uso atuando como instrumento transformador da realidade social, partindo dela e a transformando.

A partir da segunda metade do século XX, o discurso midiático tem importante papel nessa realidade. Uma vez que as mídias de comunicação passam a estar mais presentes do que nunca na vida social, há a possibilidade de uma modificação da realidade a partir da interferência do discurso midiático, pois, de acordo com Charaudeau (2015), as mídias “são portadoras de imaginários sociais que têm influência sobre as opiniões sem que se saiba verdadeiramente qual é essa influência” (p. 282). Para compreendermos o que o linguista francês afirma, é necessário apontar para o fato de que esse modelo de comunicação (o das mídias) é composto por duas instâncias que são complementares, a da informação e a da recepção, ambas apresentando caráter heterogêneo, uma vez que a primeira é formada pelos diferentes atores do meio midiático e a segunda pelos infinitos interlocutores, cada qual partindo de sua própria realidade social (CHARAUDEAU, 2015).

Somado a esse modelo, existe um conceito já apresentado na introdução do presente trabalho a que o autor chama de *lógica econômica*, ou seja,

Todo órgão de informação é antes de tudo uma empresa que tem necessidade de recursos financeiros para viver, que decorrem das vendas dos exemplares, no caso dos jornais, e da publicidade, no caso da imprensa, do rádio e da televisão, sendo o preço dos espaços publicitários diretamente proporcional à audiência obtida. Isso os coloca em uma situação de concorrência comercial que passa pela necessidade de atingir um maior número de eleitores, ouvintes ou telespectadores (CHARAUDEAU, 2015, p. 283).

É necessário que a informação seja vendida de maneira substancial, portanto, os artifícios e estratégias discursivas para que isso ocorra serão os mais

diversos. Segundo o linguista, as mídias “[...] chegam mesmo a fazer desaparecer toda temporalidade por meio de uma encenação dramatizadora que apresenta um mundo a ser consumido no instante, sem perspectiva histórica: a máquina de informar é amnésica” (CHARAUDEAU, 2015, p. 284). É, então, quando retornamos ao que Foucault ressalta a respeito dos sistemas de exclusão do discurso que podemos compreender a falta de perspectiva histórica presente no discurso midiático, uma vez que existe uma instituição específica que o governa, cujo poder pode modificar as circunstâncias históricas do discurso.

Ademais, segundo o filósofo francês, além das interdições já destacadas, as quais são consideradas pelo autor como forças exteriores ao discurso, há alguns procedimentos de controle que partem de seu interior, como, por exemplo, a função do autor, tomado aqui não no sentido literal do termo, mas sim em relação àquele que organiza esses elementos linguísticos na elaboração de determinado discurso. Para o filósofo, “O princípio do autor limita esse [...] acaso [do discurso] pelo jogo de uma *identidade* que tem a forma da *individualidade* e do *eu*” (1996, p. 28). A partir dessa noção, Orlandi (2006) destaca que o autor

[...] é, das dimensões do sujeito, a que está mais determinada pela exterioridade — contexto sócio-histórico — e mais afetada pelas exigências de coerência, não contradição, responsabilidade etc. Sendo a autoria a função mais afetada pelo contato com o social e com as coerções, ela está mais submetida às regras das instituições e nela são mais visíveis os procedimentos disciplinares (p. 75).

É por esse motivo que a função do autor é determinada por sua época ou a partir de como o próprio autor modifica sua época, pois,

[...] a relação com a interpretação é diferente nas diferentes épocas, assim como também é diferente o modo de constituição do sujeito nos modos como ele se individualiza (se identifica) na relação com as diferentes instituições, em diferentes formações sociais, tomadas na história. Trabalham aí as diferentes formas de confronto do político com o simbólico (ORLANDI, 2006, p. 78).

Em relação à função do autor quando falamos em discurso das mídias, a inter-relação entre espaço público e privado apresenta grande papel, posto que foi a partir da exposição da vida privada pela mídia que a concepção do “eu” passa a apresentar um novo valor. Há uma *publicização da intimidade*, conforme aponta Charaudeuau. Para o teórico, “É por isso que se pode dizer que se criou um novo

imaginário identitário da constituição do ‘si’, um si que sai da esfera privada e fundiona-se com um outro que já é conhecido na esfera pública” (2015, p. 286). No que tange o discurso acerca do sujeito político, o que podemos verificar a respeito da inter-relação entre espaço público e privado é que, por diversas vezes, os veículos de informação trazem questões relacionadas à vida pessoal desse sujeito, dando credibilidade ou, pelo contrário, a retirando, dependendo do teor da informação veiculada. Essa é uma estratégia de comparação que busca colocar a vida privada e pública do sujeito político no mesmo patamar, ao destacar, por exemplo, informações negativas relacionadas à sua vida pessoal, subentende-se que seu modo de governar apresenta, da mesma maneira, características negativas.

Para o discurso político, a mídia é um meio atraente: o acesso ao espaço público que é oferecido por esse suporte é necessário. No entanto — porque incide sob a opinião social —, essa necessidade de o discurso político veicular na esfera pública apresenta seus entraves: existe uma dúvida recorrente em relação às estratégias de influência discursiva empregadas por parte da mídia. Conforme aponta Charaudeau (2015, p. 289) acerca da dramatização da informação dada pelo veículo midiático,

Ao privilegiar os efeitos da emoção, esse tratamento coloca obstáculos à exposição racional dos projetos políticos: as técnicas de anúncio (títulos de jornais, boletins de informação, apresentação dos telejornais) privilegiam até a obsessão alguns assuntos e ocultam outros; as comparações produzem efeito de amálgama; as informações essencializantes transformam causas em fantasias de ameaças e os responsáveis, em malévolos perseguidores do mundo.

Isto é, os artifícios utilizados pelas mídias ao informar os fatos sociais fazem com que o discurso midiático seja determinante para a opinião pública. As estratégias de influência serão as mais diversas: de um lado, elas provêm de uma questão relacionada ao próprio *layout* do veículo de informação, como a organização das notícias selecionadas ou a fonte utilizada em cada uma delas, como técnica de destaque de uma informação ou outra; e, de outro, envolvendo questões mais relacionadas à linguagem, como o emprego de um determinado elemento linguístico.

Assim como as interdições descritas por Foucault, o linguista francês Patrick Charaudeau aponta alguns procedimentos aos quais ele dá o nome de *deslizes do discurso midiático*. Segundo o estudioso, “O dizer das mídias deixou o que deveria ser

um discurso da constatação, da informação, do testemunho (o jornalista permanecendo de fora) e passou a uma *denúncia* generalizada (o jornalista se envolvendo sem dizê-lo)” (CHARAUDEAU, 2015, p. 294). Aqui, a função do autor toma uma nova perspectiva: a resultante desse novo discurso midiático se encontra no que o teórico afirma mais adiante em seu texto em relação à consciência política dos sujeitos sociais:

As mídias são uma máquina sem memória que tende a construir uma consciência cidadã também sem memória. Assim, a opinião pública construída pelas mídias escapa ao político, pois apenas raramente ele corresponde ao que deveria ser o alvo do discurso político: uma consciência política. (CHARAUDEAU, 2015, p. 295)

Esse jogo de interpretações ambíguas que provém do meio midiático contribui para a ausência de consciência, tanto política e histórica, quanto cultural e social do indivíduo. É por essa razão que este acaba por reproduzir discursos escassos de argumentos que o possam sustentar e, ainda, sem o dialogismo necessário ao analisar os fatos sociais, posto que o discurso institucionalizado é tomado como verdade, conforme aponta Charaudeau (2015): “[...] basta que se saiba que alguém ou uma instância qualquer tenha a posse de um saber para que se crie um dever de saber que nos torna dependentes dessa fonte de informação” (p. 60).

O jornalista e sociólogo Muniz Sodré (2006) também aborda o questionamento acerca da relação entre mídias e comunidade afetiva: “De fato, nada nos assegura que a comunicação disponha de uma razão técnico-social capaz de apontar para uma ‘maior verdade’ ou uma finalidade cultural qualquer de seus conteúdos” (p. 18). Essa afirmação advém de uma reflexão relacionada à emancipação da comunicação. O filósofo Gianni Vattimo sugere a intensificação da própria comunicação como seu fim, como objetivo de alcance desta autonomia, em oposição a uma busca pela “maior verdade” (VATTIMO apud SODRÉ, 2006, p. 18).

A relação entre a autenticidade de uma informação e o caráter empresarial da mídia também é evidente. Como já mencionado por Charaudeau, o veículo midiático, atuando enquanto instituição econômica, tem como fim atrair o maior número de telespectadores ou leitores. A respeito dessa reciprocidade, conforme aponta Sodré (2006), “A ‘verdade’ que impulsionou no passado a verdade jornalística dá lugar ao

emocionalismo superficial das imagens ou à pura vertigem da velocidade informacional nas redes cibernéticas” (p. 19).

O autor, então, destaca e questiona a hipótese postulada por outro teórico da comunicação, Marshall McLuhan, o qual propõe que “o meio é a mensagem” (MCLUHAN apud SODRÉ, 2006, p. 19), ou seja, o suporte midiático pelo qual a informação é veiculada por si só já influencia na recepção dos fatos sociais pelos interlocutores. No entanto,

[...] quando se admite que o ‘meio é a mensagem’, está-se dizendo que há sentido no próprio meio, logo, que a forma tecnológica equivale ao conteúdo e, portanto, não mais veicula ou transporta conteúdos-mensagens de uma matriz de significações (uma ‘ideologia’) externa ao sistema, já que a própria forma é essa matriz. Tal é o sentido ou o ‘conteúdo’ da tecnologia: uma forma de codificação hegemônica, que intervém culturalmente na vida social dentro de um novo mundo sensível criado pela reprodução imaterial das coisas, pelo divórcio entre forma e matéria. (SODRÉ, 2006, p. 19)

Conforme Sodré, quando há a separa o entre forma e matéria, os sentidos apreendidos pelos receptores contribuem para que a cultura passe “a definir-se mais por signos de envolvimento sensorial do que pelo [...] racionalismo da representa o tradicional” (SODRÉ, 2006, p. 19).

Nesse ponto de nossa análise, é de extrema importância ressaltarmos o caráter ideológico da consciência, já apontado pelo filósofo russo Mikhail Bakhtin. Para ele, os signos constroem a consciência e a consciência reflete os signos: “Os signos são o alimento da consciência individual, a matéria de seu desenvolvimento, e ela reflete suas lógicas e suas leis” (BAKHTIN, 2014, p. 36).   luz dessa perspectiva, os signos são postos como ideológicos; dessa maneira, a consciência é entendida como um *fato socioideológico*:

Os signos são emergem, decididamente, do processo de intera o entre uma consciência individual e uma outra. E a própria consciência individual está repleta de signos. A consciência são se torna consciência quando se impregna de conteúdo ideológico (semiótico) e, conseqüentemente, somente no processo de intera o social (BAKHTIN, 2014, p. 35).

Portanto, a consciência individual de cada sujeito   constituída segundo as lógicas e leis dos signos ideológicos, os quais se manifestam através da intera o social. Para o teórico russo, “Toda refra o ideológica do ser em processo de forma o, seja qual for a natureza de seu material significante, é acompanhada de uma

refração ideológica verbal, como fenômeno obrigatoriamente concomitante” (BAKHTIN, 2014, p. 38). Sabendo que infinitas são as ideologias presentes em nossa sociedade, os discursos têm contribuição determinante na formação do pensamento crítico-reflexivo do indivíduo.

No que concerne ao discurso midiático especificamente, para Charaudeau (2015), “Os acontecimentos que surgem no espaço público não podem ser reportados de maneira exclusivamente factual: é necessário que a informação seja posta em cena de maneira interessar o maior número possível de cidadãos” (p. 60). Sendo assim, nenhuma informação está isenta do caráter ideológico presente por trás dos interesses da instituição que a veicula.

Ao nos voltarmos para a questão acerca da construção do sentido, Patrick Charaudeau partilha da concepção de Bakhtin, uma vez que, para o linguista francês, o mecanismo de significação do signo é uma via de mão-dupla. O sentido também “[...] é constituído pela ação linguageira do homem em situação de troca social. [...] Toda forma remete a sentido, todo sentido remete a forma, numa relação de solidariedade recíproca” (CHARAUDEAU, 2015, p. 41). Aqui estão em jogo dois procedimentos, intitulados pelo autor de *transformação* e *transação*. Assim como sugere o nome, o processo de *transformação* visa a “[...] transformar ‘o mundo a significar’ em ‘mundo significado’”, enquanto o processo de *transação* consiste na troca social entre os indivíduos levando em conta “o *efeito* que pretende produzir nesse outro; o tipo de *relação* que pretende instaurar com esse outro e o tipo de *regulação* que prevê em função dos parâmetros precedentes” (CHARAUDEAU, 2015, p.41 – grifos no original).

O autor atenta para o fato de que o primeiro procedimento comanda o segundo; isso porque é a partir do encontro com o outro e a troca de experiências e vivências de cada indivíduo que podemos compreender o próprio eu e significar o mundo. O discurso, então, representa o mundo através dessa relação social; da mesma maneira, o discurso da informação parte do mesmo princípio, pois “O sujeito informador, capturando [os fatos sociais] nas malhas do processo de transação, só pode construir sua informação em função dos dados específicos da situação de troca” (CHARAUDEAU, 2015, p. 42). Quanto ao receptor, este julga as informações recebidas segundo suas referências. No entanto,

Toda informação depende do tratamento que lhe é imposto neste quadro de transação. A única coisa que se pode adiantar é que sua inteligibilidade será mais ampla (vulgarização) ou mais restrita (especialização), segundo os tipos de normas psicológicas, sociais ou ideológicas que terão sido contempladas nesse quadro de transação (CHARAUDEAU, 2015, p. 43).

Para o teórico, além do conhecimento de mundo do interlocutor, a compreensão da informação depende de fatores relacionados ao modo como essa mesma informação é veiculada no processo de *transação*, aspecto que pode influenciar o sentido de determinado discurso.

Portanto, como foi mencionado ao longo deste capítulo, o poder das mídias sobre como os fatos sociais são compreendidos pelo interlocutor é determinante. Os procedimentos de delimitação do discurso — apontados por Foucault —, tanto internos quanto externos, têm importante papel nesse processo. Quanto às interdições externas, a exclusão se dá na possibilidade de o veículo midiático excluir determinados discursos de cunho político ou relacionados à sexualidade, isto é, ele detém esse poder de escolha, de exclusão. Da mesma maneira se dá o mecanismo da rejeição: basta nos voltarmos à mídia mais comum, a televisão, por exemplo, e veremos que nem todos os grupos sociais são representados, e, se assim o são, geralmente estão vinculados a estereótipos. Em relação ao terceiro procedimento descrito pelo teórico — a oposição entre o que é considerado verdadeiro ou falso, a mídia, enquanto instituição, também governa, influencia as circunstâncias históricas, posto que é por meio dela que os eventos da sociedade são veiculados e recebidos pelo sujeito social.

Os procedimentos internos, por sua vez, estão relacionados à função do autor em determinada época — a *identidade* do *eu* ou da *individualidade* (autor). Nesse caso, quem escreve e/ou veicula a notícia adquire uma nova função a partir da presença crescente das mídias durante a segunda metade do século XX.

Quanto ao caráter ideológico dos signos, apontado por Bakhtin, é imprescindível que tomemos o veículo midiático como um entre os diversos fatores que influenciam no desenvolvimento ou na ausência de uma consciência social, posto que ela é constituída por meio dos signos, do discurso. Essa influência também tem relação com a questão mercadológica do veículo midiático, destacada por Charaudeau (2015) e por Sodré (2006).

Na seção seguinte, por meio de nossos objetivos específicos, já apontados na seção introdutória desse trabalho, buscamos refletir acerca da construção do discurso midiático e, por consequência, do discurso político referente ao processo de impedimento do mandato de Dilma Rousseff. Para tanto, utilizaremos como *corpus* desta pesquisa as capas das revistas nacionais VEJA e ISTOÉ, compreendidas entre julho de 2015 e agosto de 2016, fim do processo em questão.

2.2 METODOLOGIA DA PESQUISA

O ponto primordial deste trabalho é analisar de que maneira os elementos linguísticos, verbais e não-verbais, presentes no discurso midiático, influenciaram na construção social referente ao sujeito político Dilma Rousseff, dando foco ao processo de afastamento instaurado contra a governante, o qual teve início em dezembro de 2015. Utilizaremos como *corpus* para a análise proposta as capas das revistas VEJA e ISTOÉ, no período compreendido entre julho de 2015 e agosto de 2016. Durante esse período, a revista VEJA publicou 63 edições, das quais cinco foram dedicadas ao processo de *impeachment*. Enquanto isso, a revista ISTOÉ publicou 61 edições, sendo oito destinadas ao processo de afastamento da ex-presidenta. Os objetivos que nos guiam neste estudo compreendem, primeiramente, a percepção do discurso midiático em relação ao discurso político. Para isso, é preciso dar atenção ao processo de construção do sentido quando ele parte da perspectiva dos veículos de informação. A respeito da linguagem midiática, Patrick Charaudeau afirma que

é [...] a imbricação das condições extradiscursivas e das realizações intradiscursivas que produz efeito. Descrever sentido de discurso consiste, portanto, em proceder a uma correlação entre dois polos. No âmbito da informação, isso equivale a se interrogar sobre a *mecânica de construção* do sentido, sobre a *natureza do saber* que é transmitido e sobre o *efeito de verdade* que pode produzir no receptor (2015, p. 40).

Em vista disso, ao questionarmos os três aspectos apontados pelo linguista francês, teremos respaldo para examinar os elementos linguísticos utilizados na representação de Dilma a partir dessas duas revistas. É interessante notarmos que os discursos das mídias de informação se estabelecem segundo duas lógicas, as quais Patrick Charaudeau (2015) deu o nome de *lógica econômica* e *lógica simbólica*, noções já abordadas anteriormente durante a fundamentação teórica deste trabalho. A primeira está atrelada ao caráter mercantil dos veículos de informação, ou seja, diversas estratégias e artifícios são utilizados a fim de comercializar a notícia. A segunda lógica diz respeito ao poder do veículo midiático em incidir sobre a opinião pública e, logo, sobre as representações sociais dos sujeitos.

No entanto, o mecanismo de construção de um discurso, seja ele político ou midiático, se fundamenta, em primeiro lugar, no que Orlandi (2006) chama de *relações*

de sentido e relações de poder. Ambas as noções levam em consideração a posição sócio-histórica do sujeito que produz o discurso. A partir dessa perspectiva, o discurso é tomado como processo, ao passo que se relaciona com outros diferentes discursos.

Pautadas nesses conceitos é que as representações sociais se encontram, isto é, todas essas construções são elaboradas a partir de um determinado contexto político, social e histórico, o qual tem papel fundamental no efeito de sentido que cada discurso pode produzir, assim como o locutor e o interlocutor também estão inseridos em determinadas posições sociais. As representações sociais que nos interessam aqui estão relacionadas ao sujeito político Dilma Rousseff, levando em consideração o período *pré-impeachment* em que as revistas selecionadas veicularam diversas notícias acerca do processo.

Os *ethé* que compõem a imagem do sujeito político serão de grande utilidade no que diz respeito à análise das representações sociais construídas em relação à Dilma, partindo dessas construções, poderemos verificar as características atribuídas à ex-presidenta e, dessa maneira, observaremos o posicionamento das revistas escolhidas.

Posto que nenhum discurso é neutro e que todo posicionamento é ideológico, pretendemos oferecer reflexão acerca da criticidade necessária ao dar atenção para os fatos sociais veiculados pelas mídias de informação hegemônicas, aqui representadas pelo *corpus* anteriormente descrito.

As capas das revistas utilizadas como *corpus* da presente análise podem ser encontradas facilmente em seus respectivos *sites*, cujo acervo contendo as edições anteriores, já publicadas, está ao alcance de todos os leitores informatizados. Além disso, veiculam informações acerca de eventos políticos de proporção nacional. Por esse motivo, optamos por esses dois veículos de informação, a fim de que pudéssemos desenvolver nossa pesquisa, apresentando questionamentos relacionados aos elementos linguísticos (verbais e não-verbais) que compõem o discurso midiático, especialmente em relação ao discurso político — uma vez que as capas selecionadas têm relação com acontecimentos histórico-políticos vivenciados no país nos últimos anos.

Ao tomarmos como uma das características primordiais das mídias de informação o seu caráter econômico, é necessário apontarmos como objetivo maior dessas instituições a venda das informações veiculadas, de maneira que esse lucro seja substancial. Para tanto, ao longo dos capítulos anteriores, pudemos observar que diversas são as estratégias utilizadas por essas organizações para que esse objetivo seja alcançado. A mídia mantém um jogo que envolve as percepções do público-alvo acerca dos eventos históricos ocorrentes na sociedade. Os mecanismos de controle do discurso, apontados por Foucault e mencionados ao longo do último capítulo, estão intimamente relacionados às estratégias midiáticas quando falamos em manipulação da informação. Isso ocorre porque o signo, portando um caráter ideológico, não pode, por definição, ser neutro.

O discurso político, bem como o discurso acerca do sujeito político, são construídos por meio de elementos e representações sociais que, por sua vez, estão relacionadas às ideologias presentes em nossa sociedade. O objetivo principal deste estudo é analisar como o discurso midiático e, por consequência, o discurso político — referente ao processo instaurado a fim de impedir o mandato da então presidenta do país, Dilma Rousseff — foi elaborado e construído pelos veículos nacionais supracitados. Com base nos elementos linguísticos, teremos as ferramentas necessárias para verificar a elaboração desses discursos e em que medida as ideologias e as representações sociais podem refletir na construção sociodiscursiva do sujeito, bem como do processo político em questão.

Como já ressaltado ao longo do trabalho, as revistas selecionadas para o desenvolvimento deste estudo são veículos de informação conhecidos nacionalmente. Por esse motivo, seu alcance torna-se imensurável. No que diz respeito à escolha das capas de revista como *corpus* da análise, em detrimento da notícia em si, por se tratar de um Trabalho de Conclusão de Curso, não seria possível investigar de maneira profunda todos os elementos presentes nas notícias veiculadas, análise esta que será dedicada a um trabalho de envergadura maior. Além disso, o caráter mercadológico das mídias de informação mostra-se nas capas de revista de maneira eficaz, uma vez que é por meio delas que o leitor pode, ou não, se interessar pela notícia que está sendo veiculada e, por fim, adquiri-la ou lê-la.

3 ANÁLISE DAS CAPAS DA REVISTA ISTOÉ

3.1 Edição número 2.379



Iniciaremos nossa análise a partir das capas da revista ISTOÉ. As edições selecionadas apresentam-se no período de um ano, entre julho/agosto de 2015 a agosto do ano seguinte, momento em que o processo político instaurado contra o mandato da ex-presidenta ocorre por fim. Durante esse processo de construção do discurso midiático acerca de um evento, bem como de um sujeito político nacional, o qual também envolve o discurso político por ele mesmo, são utilizados diversos elementos para que a instituição em questão alcance seu objetivo maior: a venda e a aceitação por parte do público em relação à informação veiculada. Ao longo da análise proposta, daremos foco aos elementos linguísticos — verbais e não-verbais — que fizeram parte da elaboração dos discursos midiáticos mencionados, pois é através

desses elementos que a percepção do interlocutor acerca da sua realidade social se constrói e, também, é a partir do discurso que os sujeitos, assim como a sociedade, modificam-se.

Com as crescentes manifestações contra o governo Dilma, a qual até meados do ano de 2016 encontrava-se em seu segundo mandato, os principais veículos de informação nacionais passaram a questionar consideravelmente não só seu modo de governar, como também suas ações pessoais. A partir da exposição da vida privada pela mídia durante a segunda metade do século XX, o sujeito do espaço privado e o sujeito do espaço público acabam por se tornar uma só figura.

A edição número 2.379 da revista ISTOÉ foi publicada no dia 08 de julho de 2015 e, nela, a palavra *impeachment* aparece no centro da capa, em fonte consideravelmente maior do que o restante do texto. Isto é, o assunto principal ou a notícia a qual se quis dar maior foco estava relacionada ao processo político em questão. É interessante notarmos que a logo do PT (Partido dos Trabalhadores), partido ao qual Dilma Rousseff é filiada, encontra-se logo acima da palavra de destaque (*impeachment*). Isso pode nos remeter a um processo político que está mais relacionado ao partido como um todo, do que apenas à Dilma na figura de presidenta.

A capa da revista ISTOÉ já nos adianta três motivos pelos quais “começam a se desenhar as condições para um processo de afastamento da presidente da República”. São eles: 1. Pedaladas fiscais; 2. Contribuições ilegais para a campanha e, por fim, mas não menos importante, 3. Pressões indevidas ao judiciário. Em termos discursivos, a figura da presidenta é posta como negativa antes mesmo de a revista ser aberta, pois o que está sendo questionado a partir dessas “condições” para um possível *impeachment* é sua representação enquanto poder supremo de um país, enquanto sujeito político.

Os *ethé*, ou seja, as identidades da fala política que compõem a figura do sujeito, e que são apontadas por Charaudeau (2015), sofrem modificações a partir do momento em que inserem no veículo midiático. Por exemplo, os *ethé* relacionados à representação social de Dilma e os quais vem sendo questionados encontram-se vinculados ao fator da *credibilidade*. Para Charaudeau (2015), “Ela [a credibilidade] é [...] o resultado da construção de uma identidade discursiva pelo sujeito falante,

realizada de tal modo que os outros sejam conduzidos a julgá-lo *digno de crédito*” (p. 119). Ou seja, a revista, ao apresentar as condições que seriam motivos mais do que aparentes para o início de um processo contra a ex-presidenta, põe a governabilidade de Dilma e suas atitudes enquanto líder do país em xeque. Isso afeta diretamente sua representação social enquanto sujeito político.

Enfim, a imagem escolhida para ilustrar a edição número 2.379 da revista ISTOÉ representa de maneira específica o texto presente em sua capa: Dilma Rousseff de costas, como se sua figura se encontrasse afastando-se da capa da revista, ou melhor, da presidência da República. Nesse caso, antes mesmo que o processo de *impeachment* fosse consolidado, a revista em questão já nos aponta algumas das ideologias, mesmo que aparentemente sutis, por detrás de seus discursos. Embora os vocábulos “podem” e “condições” expressem caráter de possibilidade e não certeza, as razões listadas para um afastamento já começam a ser discutidas, até mesmo a imagem selecionada é mais assertiva quanto à possibilidade de Dilma deixar o cargo. Talvez isso se dê porque a revista não podia, na época, efetivamente afirmar que a ex-presidenta seria retirada do cargo logo na capa, mas a foto não deixa dúvidas a respeito de qual era o sentido pretendido.

3.2 Edição número 2.389



Assim como a capa anteriormente analisada, a edição número 2.389, publicada pela revista ISTOÉ em 16 de setembro de 2015, aponta, mais uma vez, para a questão do *impeachment* e, para tanto, traz a imagem de Dilma Rousseff como principal personagem nessa trama. Primeiramente, ao darmos foco para os elementos linguísticos verbais presentes na capa da revista, observamos que a frase principal se encontra em letras de caixa alta e está centralizada (AS MENTIRAS DE DILMA E O REINO DO PIXULECO ARRASAM O PAÍS).

Dois pontos fundamentais a serem destacados até o momento foram discutidos brevemente. O discurso político se apoia em algumas bases que, quando contrariadas pelo sujeito ou por algum fator externo, nesse caso a própria mídia, podem perder o seu valor de *verdade*. Essa contrariedade está ligada, mais

especificamente, ao valor da palavra política. O famoso dito popular “prometeu, vai ter que cumprir” cabe perfeitamente aqui, pois, ao afirmar que a representação social “presidenta” falta com a verdade, a credibilidade depositada em sua palavra começa a ruir. Conforme Charaudeau,

De maneira geral, um indivíduo pode ser julgado digno de crédito se houver condições de verificar que aquilo que ele diz corresponde sempre ao que ele pensa (condição de sinceridade ou de transparência), que ele tem os meios de pôr em prática o que anuncia ou promete (condição de *performance*), e que o que ele anuncia e aplica é seguido de efeito (condição de eficácia). No caso oposto, revelar-se mentiroso, incapaz de honrar suas promessas ou de realizar os objetivos perseguidos, só pode desacreditar o sujeito (2015, p. 119).

O segundo ponto a ser observado destaca novamente uma crítica mais direcionada ao Partido dos Trabalhadores (PT) do que ao próprio sujeito Dilma. Conforme o dicionário *online* Significados, em sua seção *Expressões populares*,

Pixuleco é uma **gíria na língua portuguesa**, utilizada como **sinônimo de “propina”, “dinheiro sujo”** ou mesmo **“dinheiro roubado”**. Este termo ganhou destaque nacional após ser utilizado pelo ex-tesoureiro do PT (Partido dos Trabalhadores) João Vaccari Neto, quando se referiu às propinas que eram arrecadadas das empresas pela Petrobrás. Estas declarações foram feitas durante as investigações da Operação Lava Jato, a maior investigação de corrupção da história do Brasil pela Polícia Federal. [...] Em manifestações e protestos contra o governo do Partido dos Trabalhadores, “Pixuleco” foi adotado como nome de um boneco inflável que representa o ex-presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, com uma roupa de presidiário. Este boneco é uma crítica ao governo PT e ao ex-presidente que, de acordo com seus opositores, seria um dos principais envolvidos no escândalo de corrupção da Petrobras.

Sendo assim, “O REINO DE PIXULECO” pode ser relacionado tanto ao antecessor de Dilma Rousseff e também filiado ao Partido dos Trabalhadores, Luiz Inácio Lula da Silva, quanto à imagem que ilustra a presente edição, a ex-presidenta, como boneco inflável. Ao optar por trazer Dilma na figura do pixuleco de Lula, e não em uma foto real da então presidenta, a revista ISTOÉ visa a aproximar os dois sujeitos políticos e, assim, suas representações sociais, além de mobilizar o conhecimento, dado pela formação discursiva que envolve o uso do termo “pixuleco”, de que Dilma também deveria ser vista como corrupta.

Quanto ao texto que segue logo abaixo da chamada principal, “O Brasil perde o selo de bom pagador e cresce o **movimento** pela **saída** da presidente”, as palavras aqui em negrito, encontram-se destacadas na capa da revista pela cor

vermelha. Isto é, ao olharmos de relance, além do texto principal, o qual também apresenta o nome de Dilma em destaque, os elementos linguísticos mais aparentes são os signos “movimento” e “saída”. Portanto, o foco da mensagem veiculada está relacionado ao movimento político instaurado a fim de afastar a então presidenta do governo da república. É interessante notarmos como as estratégias empregadas refletem na recepção da informação. Fossem outros os signos destacados, provavelmente o efeito de sentido da notícia seria outro. Também é indispensável que apontemos para a preferência por cores como o vermelho e o amarelo na construção desse discurso. Tal escolha não foi feita ao acaso, uma vez que pode fazer referência ao símbolo comunista, bem como ao próprio PT — no Rio Grande do Sul, por exemplo, a estrela do PT é amarela. Ou seja, o Partido dos Trabalhadores (PT) e seus filiados são colocados como pertencentes a uma posição política de esquerda, é nesse momento que podemos afirmar que a revista ISTOÉ relaciona a política de esquerda, bem como o Partido dos Trabalhadores, a uma política mentirosa. Por outro lado, a cor amarela que preenche o fundo da capa também pode estar relacionada àquela parcela da população partidária ao afastamento de Dilma, os quais iam a passeatas trajando a camisa verde-amarela da seleção brasileira, em protesto contra a corrupção.

Em relação à ilustração da capa, como já apontado, a figura de Dilma é apresentada como o “pixuleco” de Lula, pois, dessa maneira, aproximam-se as representações sociais dos sujeitos políticos em questão. Além disso, o nariz da ex-presidenta faz uma alusão ao personagem Pinóquio das histórias infantis, o qual está relacionado ao texto principal que aponta para “AS MENTIRAS DE DILMA”. Outro ponto relacionado à imagem presente nessa edição é que, embora Dilma não esteja vestida com roupas de presidiário, assim como o pixuleco de Lula, notamos que sua figura está coberta por manchas escuras, as quais remetem à **saída** de um palco abaixo de vaias e tomates, isto é, sair de cena, do posto de governante do país.

3.3 Edição número 2.390



A edição de número 2.390, publicada pela revista ISTOÉ em 23 de setembro de 2015, uma semana após a edição anterior, apresenta uma imagem bastante interessante para nosso estudo. Nela, Dilma Rousseff aparece vestida e com gestos corporais semelhantes à figura do *Uncle Sam*, personagem presente no famoso pôster americano que representa a personificação dos Estados Unidos da América, diferindo-se deste apenas pelo fato de suas vestimentas carregarem as cores da bandeira brasileira. Por consequência dessa comparação, o sujeito Dilma encontra-se inscrito na posição de personificação do Brasil, porém, enquanto o pôster original tem como objetivo recrutar aliados — “We want you for U.S. army” —, a ex-presidenta, ao contrário, parece recrutar inimigos: “DILMA QUER QUE VOCÊ PAGUE A CONTA. Pacote de ajuste da presidente se limita a tungar o bolso do contribuinte e reforça a guerra do impeachment”.

guerra do impeachment”. Ao transpormos elementos do pôster estrangeiro para o cenário político nacional, mobilizamos nossa memória discursiva em relação à primeira guerra mundial — contexto em que, pela primeira vez, surge o cartaz — a qual é comparada à “guerra” do *impeachment*. Observamos que a circunstância de alistamento também está sendo comparada ao pacote de ajuste fiscal proposta pela presidenta, uma vez que tanto um quanto o outro são obrigatórios. Ou, até mesmo, poderíamos pensar em um alistamento daqueles que irão pagar a conta para se unir e protestar contra Dilma. Outro ponto importante a ser destacado diz respeito à escolha por vocábulos como “tungar”, brasileirismo que está relacionado à linguagem do vigarista, o que faz com que a revista possa antecipar, dessa maneira, os efeitos de sentido que podem ser atribuídos pelo leitor.

Durante o processo de análise de um discurso, seja ele de qualquer natureza, é indispensável a busca por elementos interdiscursivos que nos auxiliem na construção do sentido da informação. A figura do pôster americano foi reproduzida segundo o contexto político nacional, mas, caso não se relacione um discurso a outro, a recepção da notícia pelo leitor apresentaria outro significado. Para o linguista francês, Patrick Charaudeau (2015),

Os imaginários sociodiscursivos circulam, portanto, em um espaço de interdiscursividade. Eles dão testemunho das identidades coletivas, da percepção que os indivíduos e os grupos têm dos acontecimentos, dos julgamentos que fazem de suas atividades sociais (p. 207).

É a partir dessas inter-relações, aparentes ou não, entre um e mais discursos que a construção dos *imaginários sociodiscursivos* se sustenta, ao questionarmos os diferentes discursos que permeiam nossa sociedade, o desenvolvimento de uma reflexão crítica acerca dos acontecimentos e representações sociais começará a ser formada.

3.4 Edição número 2.412



Da mesma maneira, a imagem que ilustra a edição do dia 02 de março de 2016, número 2.412, traz um extenso leque de interpretações. Nela, Dilma aparece frente à câmera, em preto e branco, como se tratasse de um *making off*, uma vez que o processo de *impeachment* está sendo relacionado ao *marketing* de sua campanha em 2014. Além disso, ressalta-se a expressão de Dilma, que corrobora o texto presente na capa, como se a ex-presidenta se mostrasse entediada durante a gravação dos vídeos que fizeram parte de sua última campanha presidencial. Dessa maneira, atribui-se poder à figura que se encontra por trás de Rousseff, a legenda da imagem informa ao leitor que o indivíduo que ali aparece é João Santana, ex-estrategista da campanha de Dilma e o qual, segundo a revista ISTOÉ, “tinha muito mais influência do que muito

ministro no governo” e ainda, “E-mails expõem o poder que ele [João Santana] exercia sob o Palácio do Planalto”.

Esses trechos e a imagem nos mostram um padrão que pode ser observado pelo menos mais uma vez (capa presente na seção 3.2), pois tende a colocar a ex-presidenta em segundo plano como indivíduo que toma as decisões políticas de um País. Enquanto na edição de número 2.389 essa responsabilidade está relacionada a Lula, “O REINO DO PIXULECO”, na presente edição, a responsabilidade, além de Lula — “Reação ao programa do PT mostra que **o brasileiro não suporta mais** o governo e se cansou das desculpas de **Lula**” —, recai sobre João Santana. Em realidade, Dilma Rousseff aparenta ser um boneco que segue as regras do jogo conforme as ordens de um segundo ou terceiro indivíduo (Lula ou João Santana). Além disso, quando a revista ISTOÉ coloca em destaque o trecho “o brasileiro não suporta mais”, há uma generalização que é marcada pela expressão “o brasileiro” ao se referir a todos os habitantes do país. Dessa maneira, afirma-se que toda a população está insatisfeita com o governo petista, fato que a própria revista não tem capacidade de prever, inclusive, se levarmos em consideração o fato de que Dilma foi eleita democraticamente e, portanto, assumiu o posto da presidência com mais da metade dos votos de todo o país. E mais do que isso: pelo jogo de cores, se lermos apenas o destacado, vemos que a frase, na verdade, é “o brasileiro não suporta mais Lula”. Em outras palavras, apenas a parcela de brasileiros que não apoia o governo de Dilma é representada pela revista, a qual afirma, por meio do discurso, seu posicionamento frente ao processo de afastamento. Outro ponto recorrente e que merece ser destacado aponta para esse mesmo brasileiro, o qual, da mesma forma, “se cansou das desculpas de Lula”. Nesse sentido, subentende-se que esse sujeito político não cumpre com as suas promessas e, conseqüentemente, não é confiável. Essa carga negativa em relação ao modo de governar do ex-presidente, como já mencionado, está intimamente relacionada à Dilma e pode ser vista como extensiva a ela.

Em seguida, a revista nos traz a seguinte afirmação “Acuado pelo risco de cair junto com Dilma no TSE, o PMDB se reaproxima da oposição e articula **o afastamento da presidente**”. Ao apontarmos o vice de Dilma, Michel Temer, como filiado ao PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro), sugere-se que até

mesmo alguém próximo a ex-presidenta coloca-se em posição de oposição. Esse artifício aparecerá mais uma vez na capa da revista VEJA presente na seção 4.2 dessa análise. Ora, se até mesmo os aliados de Dilma articulam seu afastamento, a confiança depositada em seu governo passa a ser colocada em xeque.

3.5 Edição número 2.416



A capa de edição número 2.416, publicada em 30 de março de 2016, embora destaque como tema principal “OS 7 CRIMES DE DILMA”, traz como notícia exclusiva “BERZONI E O TRÍPLEX / O ministro alterou o projeto do prédio no Guarujá e prejudicou dezenas de famílias para que Lula tivesse vista ao mar”. Nosso estudo é direcionado à construção da representação social acerca do sujeito Dilma Rousseff. No entanto, a relação entre a ex-presidenta e seu antecessor parece fazer parte dessa construção, posto que, hora ou outra, como pudemos notar, o foco discursivo é dirigido a Lula, fazendo com que todas as características reservadas a ele (como corrupto por ter envolvimento no caso do tríplex) possam também ser estendidas a Dilma. Assim como na análise da capa anterior, as decisões de Dilma parecem ter relação permanente com as ações do ex-presidente, em sintonia com as capas anteriores que

se referiam à então presidenta como alguém não só sem governabilidade, mas também sem a capacidade de tomada de decisão, uma vez que ora está à mercê de Lula, ora de João Santana.

Ao nos debruçarmos sob o *ethos* da credibilidade no sujeito político, já mencionado anteriormente, surgem três aspectos essenciais: o *ethos* de “sério”, de “virtude” e de “competência”. Aqui, particularmente, é o *ethos* de virtude que se encontra em jogo. Segundo Patrick Charaudeau (2015), “[...] essas imagens de transparência, de desinteresse e de lealdade tornam-se suspeitas quando se sabe que os políticos se deixam guiar por conselheiros, por especialistas e por outros analistas de opinião” (p.124). Ora, uma vez que a ex-presidenta é colocada ao lado de segundas ou terceiras figuras que estão atreladas ao seu fazer político, esse *ethos* começa a ser questionado pela opinião pública, e o descrédito acerca da representação de Dilma tende a crescer.

No que diz respeito à imagem, a fisionomia de Rousseff na fotografia selecionada é capaz de traduzir o texto principal, qual seja, “A presidente insiste em dizer que não há justificativa legal para o impeachment”. Os olhos fechados da ex-presidenta apontam para uma situação de derrota, como já foi denotado em outras capas. Em preto e branco, Dilma aparenta desconforto, uma vez que “o MP, a PF e a Justiça Eleitoral já têm elementos para acusá-la pelos crimes de obstrução da Justiça, improbidade administrativa, desobediência, falsidade ideológica, extorsão e abuso de poder, além das pedaladas fiscais”. Se pensarmos em um julgamento, o fato de apenas a cabeça da ex-presidenta estar representada na capa nos remete a contextos em que os sujeitos são procurados pela justiça ou mesmo quando já estão detidos e/ou condenados, ou seja, nos sugere que a cabeça de Dilma está a prêmio.

A revista ISTOÉ, ao fazer uso de um grupo lexical que pertence ao meio jurídico, apresenta um “argumento de autoridade” que auxilia na aceitação da informação por parte do interlocutor, o qual crê que a instituição jurídica detém saber suficiente para julgar os processos destacados. Ademais, além dos sete crimes destacados, aí vem o bônus: as pedaladas fiscais. Isso também remete aos sete pecados capitais, responsáveis por levar uma pessoa ao inferno (ao *impeachment*,

neste caso). Ou seja, o leitor tem motivos de sobra para aceitar que, embora Dilma negue, o processo de *impeachment* é justificável.

3.6 Edição número 2.418



A revista ISTOÉ lança sua edição de número 2.418 em 13 de abril de 2016, a qual é estampada pelo título “O MENSALÃO DO IMPEACHMENT”. Primeiramente, é interessante apontarmos para o fato de que o “escândalo do mensalão” foi um processo político que, segundo as revistas analisadas, teve tão e somente relação com o Partido dos Trabalhadores (PT), circunstância que nos remete à imagem, bem como à legenda da foto que ilustra a capa da revista “a turma do feirão de cargos”, em que Dilma e Lula aparecem em primeiro e segundo plano, respectivamente. Da esquerda para a direita, encontram-se, Valdemar Costa Neto (Partido da República), Leonardo Picciani (Partido do Movimento Democrático Brasileiro), Ciro Nogueira (Partido Progressista) e Gilberto Kassab (Partido Social Democrático). A disposição em que

essas figuras secundárias aparecem na foto denota que todos ali fazem parte da “turma do feirão de cargos”, em que Dilma e Lula são os mentores principais. Segundo a revista ISTOÉ, esses políticos foram encarregados de comprar votos contra o *impeachment* de Dilma, o que nos remete ao trecho seguinte que inicia a descrição da notícia principal “Sem constrangimento, o governo volta a usar dinheiro público para a compra de deputados, desta vez para evitar o afastamento da presidente Dilma Rousseff”. A revista, ao fazer uso de vocabulário coloquial, como na expressão “sem constrangimento”, aproxima-se do público leitor, além de denotar que o governo, ao não esconder seus atos, brinca com o povo.

A breve descrição é finalizada com a seguinte frase “Como essa prática, já condenada pelo STF, compromete o futuro do país”. Primeiramente é feita uma afirmação e, a fim de justificá-la, há um motivo preocupante, que “compromete o futuro do país”. Dessa maneira, frases de efeito e jargões são utilizadas nesse tipo de discurso a fim de estimular a emoção do público leitor, mais do que veicular a notícia em si. Conforme o linguista francês que temos tomado de esteio teórico,

Os acontecimentos apresentados nesse espaço [midiático] dependem sempre da infelicidade como um sintoma da desordem social que permite colocar em cena as vítimas e os dramas vividos por elas, os malefícios, os perseguidores e os salvadores. O mundo nos é apresentado, a nós, público cidadão, sem que se possa distinguir a realidade da ficção: é apresentada uma espécie de “verdade verossímil”, que faz “fundirem-se os dados da ficção na ilusão do autêntico” por meio de uma narrativa que “constrói seu próprio ideal, fazendo comércio de nossos imaginários” (CHARAUDEAU, 2015, p. 284- 285).

O criar midiático, então, está mais atrelado à espetacularização da informação do que à própria veiculação da informação. Quanto aos *imaginários sociodiscursivos*, estes são construídos a partir de diversos fatores e elementos. No entanto, o veículo midiático possui grande poder no que diz respeito aos moldes — sistemas de delimitação do discurso, destacados por Foucault (2014) — e, como bem aponta Charaudeau (2015), ao comércio desses imaginários.

3.7 Edição número 2.419



A edição publicada em 20 de abril de 2016, de número 2.419, é intitulada como a “EDIÇÃO ESPECIAL DE IMPEACHMENT”, e traz em sua capa um extenso texto, o qual justifica a sentença de abertura “NÃO VAI **SER GOLPE**”. A silhueta de Dilma, a qual estampa a capa da presente edição, nos remete a uma expressão de desânimo, ou mesmo de derrota, imagem esta que corrobora com o texto mobilizado pela revista. É incomum o fato de encontrarmos em uma capa um texto tão comprido quanto esse. Essa escolha nos remete à ideia de que há uma espécie de manifesto ou de editorial já na capa. Aqui, poderemos verificar de maneira efetiva como a escolha dos elementos linguísticos não está ao acaso e, sim, relacionada às ideologias que pretendem ser veiculadas.

NÃO VAI **SER** GOLPE. O impeachment da presidente Dilma Rousseff, que terá seu processo de votação iniciado pela Câmara neste histórico domingo, 17, é fruto de uma árvore de horrores adubada com muita corrupção, crimes, **gestões temerárias e fraudes que afundaram o nosso País** na mais grave crise moral, política e econômica da história. As pedaladas fiscais, mais do que evidente crime de responsabilidade, serviram como arma para o governo praticar o **estelionato eleitoral derradeiro**, nas eleições de 2014. Alguns, oportunisticamente, fecham os olhos para esta óbvia peça do arsenal bélico utilizada pela presidente para se manter no poder. Outros (a grande maioria), integrantes do universo de **54 milhões de brasileiros que Dilma Rousseff vangloria-se de terem votado nela, foram enganados!** Porém, agora, podem enxergar a verdade com clareza. Tanto que, apenas um ano após a eleição, a desaprovação a seu governo é quase unânime e o apoio ao impeachment está no mesmo patamar observado às vésperas do impedimento de Collor. **O impeachment, se aprovado ao final deste tortuoso processo, terá cumprido à exaustão todas as etapas constitucionais** e será o justo desfecho de uma gestão que se corrompeu de forma nunca antes vista na história deste País e que priorizou amigos e aliados (muitos já presos) em detrimento do povo brasileiro. Por isso mesmo, NÃO VAI **SER** GOLPE!

Ao contextualizar a sentença “Não vai ser golpe”, nos deparamos com a expressão de valor oposto, muito ouvida durante o período *pré-impeachment*, “É golpe”, esta, mesmo na negativa, já é chamada a tona pela memória discursiva. Ora, se o veículo midiático faz uso de uma ou outra expressão, notaremos, de antemão, que a informação veiculada não pode apresentar caráter neutro. Na sequência, iniciam-se os argumentos para tal afirmação: primeiramente, a revista nos localiza dentro de uma data específica, “data histórica”, a qual está destinada ao início da votação referente ao afastamento da ex-presidenta. Aliás, a revista foi lançada um dia antes de um feriado nacional, também uma data histórica, em que um suposto mártir é celebrado. Dessa maneira, a revista ISTOÉ, por meio dos elementos linguísticos mobilizados, buscou ressignificar essa data, atribuindo a ela o início da votação em relação ao processo de afastamento de Dilma. É então que a escolha dos signos se torna evidente no processo de veiculação desse discurso midiático, uma vez que a imagem análoga construída em relação à necessidade do processo é a de “uma árvore de horrores adubada com muita corrupção, crimes, gestões temerárias e fraudes [...]”. Além dos vocábulos “horrores”, “corrupção”, “crimes”, “gestões temerárias” e “fraudes” apresentarem conotação negativa, o advérbio de intensidade em “muita corrupção [...]” agrava de maneira substancial a situação de Dilma enquanto governante. Outro ponto considerável, ainda na mesma sentença, nos mostra que todas essas aparentes razões para o início de um processo de *impeachment* “afundaram o nosso País na mais grave crise moral, política

e econômica da história”; ou seja, todos os elementos discursivos desse trecho apresentam atributos negativos em relação ao governo de Rousseff e, por consequência, à sua representação social, uma vez que o substantivo “moral” está mais relacionado ao sujeito do que ao próprio Governo.

Os dois períodos seguintes trazem palavras que se encontram no campo semântico da guerra, do confronto, como “arma” e “arsenal bélico”. Esses vocábulos nos recordam a capa encontrada na seção 3.3., edição em que a revista ISTOÉ traz estes elementos ao comparar Dilma Rousseff à figura do *Uncle Sam* no pôster americano. É aqui, também, que o discurso midiático em questão se refere aos que bradam “É golpe”, posto que “Alguns, oportunisticamente, fecham os olhos para esta óbvia peça do arsenal bélico utilizada pela presidente para se manter no poder”. Para a revista ISTOÉ, o processo de *impeachment* é tomado como guerra em que os dois lados se apresentam perceptivelmente visíveis.

Em seguida, além de intensificar a circunstância por meio do uso de expressões como “(a grande maioria)” e “quase unânime” — compara o processo de afastamento de Dilma ao de Collor. O mesmo ocorre quando se afirma que essa grande maioria foi enganada. No entanto, “agora, podem enxergar a verdade com clareza”. Ao utilizar as palavras “engano” e “verdade”, é visível a oposição de valores e nesse “campo de batalha”: o governo de Dilma encontra-se relacionado ao que é considerado o oposto de verdadeiro.

Em outro momento, a revista coloca o processo de *impeachment* como “o justo desfecho de uma gestão que se corrompeu de forma “nunca antes vista na história deste País”, sendo esta uma frase muito característica de Lula, ou seja, mais uma ativação na memória discursiva, a qual coloca todos esses elementos ruins relacionados ao ex-presidente e, por extensão, à Dilma. Esse modo de veicular a notícia — assim como nos trechos “ao final deste tortuoso processo, terá cumprido à exaustão todas as etapas constitucionais” e “[...] que priorizou amigos e aliados (muitos já presos) em detrimento do povo brasileiro” — acrescenta à informação o fator emocional, anteriormente mencionado. A escolha dos elementos linguísticos não existe ao acaso, uma vez que estes estão relacionados às ideologias e, dessa mesma

maneira, tem o intuito de suprir a regra mercadológica que rege os veículos de informação. Conforme Bosi (2001, p.168) destaca,

A ideologia não aclara a realidade: mascara-a, desfocando a visão para certos ângulos mediante termos abstratos, clichês, slogans, idéias recebidas de outros contextos e legitimadas pelas forças em presença. O papel mais saliente da ideologia é o de cristalizar as divisões da sociedade, fazendo-as passar por naturais; depois, encobrir, pela escola e pela propaganda, o caráter opressivo das barreiras; por último, justificá-las sob nomes vinculantes como Progresso, Ordem, Nação, Desenvolvimento, Segurança, Planificação e até mesmo (por que não?) Revolução.

Consequentemente, a revista ISTOÉ justifica sua ideologia ao afirmar com a sentença final que “Por isso mesmo, NÃO VAI SER GOLPE!” e onde não há golpe, é possível que haja “revolução”.

3.8 Edição número 2.436



A última capa a ser analisada publicada pela revista ISTOÉ foi às bancas em 12 de agosto de 2016, sob o número 2.436. É interessante notarmos que a imagem utilizada é curiosamente semelhante à ilustração presente na capa encontrada na seção 3.1, com a diferença que, nesse momento, Dilma aparece de frente saindo por uma porta sob o título de “A HORA DE SAIR”. O texto inicia-se a partir do comentário “Dilma já leva seus pertences para Porto Alegre e planeja exílio de oito meses pela América Latina”. Isto é, o processo de *impeachment* já foi consolidado e agora a ex-presidenta volta para sua terra natal planejando um “exílio” de oito meses. O substantivo exílio é empregado de maneira singular, pois nos remete ao período da ditadura, em que presos políticos, teoricamente culpados, eram exilados do país. Em seguida, em “Os crimes contra ela ficaram evidentes”, é possível observar o vínculo

entre os vocábulos “exílio” e “crimes”, uma vez que os condenados ao exílio na época militar eram considerados criminosos. É importante recordarmos que Dilma Rousseff foi uma das pessoas perseguidas politicamente durante a ditadura. Seria agora que seu exílio (tão apropriado aos olhos da revista) finalmente ocorreu? Tal como é informado ao interlocutor, os crimes contra Dilma são evidentes, claros, não há o que se questionar. É por esse motivo que o governo petista é referenciado pela “gestão que levou o País à ruína econômica”. O substantivo “ruína” também expressa valor negativo tanto em relação à Dilma quanto a Lula, além de denotar algo muito maior do que o problema econômico, afirmando que o próximo presidente terá que reconstituir o país por inteiro.

Isso porque, entre as notícias secundárias, mais uma vez o foco é transferido para o ex-presidente, sob o título de notícia exclusiva: “A pedido de Lula, empreiteira comprou o silêncio de Rosemary” e “PATRIMÔNIO DESVIADO Os documentos do TCU que comprovam o extravio de bens da União nas gestões de Dilma e Lula”. O padrão que sugere uma segunda figura atrelada às ações de Dilma foi recorrente durante a análise das capas da revista ISTOÉ. Isso nos indica o quão vinculado aos valores da classe dominante ainda se encontra o imaginário referente ao sujeito mulher e, por consequência, a representação social de Dilma Rousseff como primeira mulher ocupando o cargo da presidência da república. O fato de sua governabilidade se apresentar relacionada, muitas vezes, às ações do ex-presidente, faz com que a revista acabe por retratar Rousseff como um sujeito facilmente manipulável, ou seja, subordinada aos interesses de um segundo indivíduo o qual, segundo a ISTOÉ, parece não levar em consideração nem mesmo as questões da política pública.

Conforme aponta Foucault (2016, p. 36-37),

A troca e a comunicação são figuras positivas que atuam no interior de sistemas complexos de restrição; e sem dúvida não poderiam funcionar sem estes. A forma mais superficial e mais visível desses sistemas de restrição é constituída pelo que se pode agrupar sob o nome de ritual; o ritual define a qualificação que devem possuir os indivíduos que falam [...]; define os gestos, os comportamentos, as circunstâncias, e todo o conjunto de signos que deve acompanhar o discurso; fixa, enfim, a eficácia suposta ou imposta das palavras, seu efeito sobre aqueles aos quais se dirigem os limites de seu valor de coerção.

Por fim, há aspectos que parecem ser recorrentes nas capas analisadas até então, tais como as críticas destinadas ao próprio Partido dos Trabalhadores (PT), como se todos os filiados ao partido de Dilma fossem corruptos. Ou seja, a crítica encontra-se também à instituição e não só ao sujeito político de Rousseff. Outro aspecto recorrente nas capas da revista ISTOÉ foi colocar Dilma Rousseff na posição de ex-presidenta mesmo antes que o processo de afastamento de seu mandato fosse consolidado, comparando-a a governantes já destituídos de seus cargos, assim como Collor, sob o artifício de aproximar suas representações sociais. As críticas feitas ao ex-presidente Lula também foram extensivas a figura pública de Rousseff, uma vez que, há o traço de uma mulher encontrar-se subordinada a dois homens (Lula e João Santana), que são os que efetivamente mandam no país. Da mesma maneira, é notório que a figura particular de Dilma não foi trazida para as capas, que se restringiram à seu aspecto político. Finalmente, é importante destacarmos que o léxico referente à guerra foi apontado em mais de uma capa, mostrando que a revista ISTOÉ trata o processo de *impeachment* como uma batalha necessária a fim de reconstruir o país.

4 ANÁLISE DAS CAPAS DA REVISTA VEJA

4.1 Edição número 2.447



A revista VEJA, assim como a ISTOÉ, tem grande alcance nacional e veicula notícias relacionadas aos eventos políticos do país. Da mesma maneira, há um acervo *online* contendo suas edições anteriores, o que possibilitou a análise de suas capas no que diz respeito ao processo de *impeachment* instaurado contra a ex-presidenta Dilma Rousseff. Objetivamos buscar semelhanças e/ou diferenças entre os dois periódicos em relação à construção dos discursos das duas revistas supracitadas no que concerne ao processo político mencionado, bem como à representação social acerca do sujeito político Dilma. Vale lembrar que o número de capas da revista VEJA

analisadas (quatro) será menor que o número de edições analisadas quando comparado à revista ISTOÉ (oito). Isso porque a última abordou com maior frequência o processo de *impeachment*.

A primeira capa selecionada para iniciarmos a análise desta seção foi publicada em 11 de outubro de 2015, sob a edição de número 2.447 — mais de três meses após a primeira edição da revista ISTOÉ, na qual o processo de afastamento da ex-presidenta já era bastante evidenciado. Ao nos voltarmos para o título principal, vemos que é levantado o questionamento “POR QUE OS PRESIDENTES CAEM” e, para responder a tal pergunta, o próprio veículo apresenta as condições necessárias, mostrando que Dilma cumpre todos os requisitos. Segundo a revista VEJA, os governantes que costumam ser destituídos de seus cargos são “Altamente impopulares”, “Perdem apoio no congresso” e “Arruínam a economia do país”. Se dermos atenção a essas três condições, todas apresentam vocábulos que intensificam o caráter negativo atribuído à ex-presidenta. Dilma não é apenas impopular, o que já é uma característica desfavorável, mas sim “Altamente impopular”. O que ocorre é que o uso desse advérbio de intensidade reflete o posicionamento da revista frente ao ocorrido, sem deixar dúvidas. Se até o momento a ex-governante era vista apenas como impopular, as representações acerca de sua figura adquirem novo valor. O mesmo vale para o verbo “arruinar”: a intensidade do vocábulo utilizado é proporcional ao efeito desejado em seu uso. Além disso, conforme a revista em questão, “Dilma Rousseff reúne as três condições que, à luz da história, são comuns aos governantes destituídos de seu cargo”. Como observaremos posteriormente, a revista VEJA compara Dilma a presidentes já destituídos, mesmo que, nessa época, ela ainda não tenha passado pelo processo de *impeachment*. Essa estratégia de comparação é utilizada com o objetivo de colocar o sujeito político, antecipadamente, na posição de “ex-presidente”, ou seja, a revista não marca sua opinião como enunciador ao trazer a História como fator que prova as afirmações apresentadas, no entanto, deixa clara sua posição por meio da organização do discurso ao colocar em processo de analogia a então presidenta e outros governantes já destituídos do poder.

A imagem de Dilma em frente ao Palácio do Planalto, com a cabeça levemente inclinada para baixo, parece estar relacionada à sua derrota iminente, o que

nos remete ao observarmos o campo lexical mobilizado. No esporte, quem perde (ou cai) normalmente tem esse semblante e olha para baixo. Podemos até pensar em certa alusão à vergonha e fragilidade: sua imagem se assemelha a uma sombra, posto que é escura em relação ao restante da fotografia, e ela olha para baixo, tal como costumam fazer os que se envergonham. Esses elementos visuais nos mostram que o discurso construído em relação à ex-presidenta não é positivo e, embora tragam a expressão “À luz da história”, Dilma parece estar mais à sombra de qualquer coisa — a História é a luz que ilumina o fato, ao passo que Dilma é a sombra da vergonha.

Ao nos recordarmos do *ethos* de credibilidade abordado por Patrick Charaudeau (2015), novamente podemos constatar que a revista sugere a falta de confiança em Dilma, até mesmo pela foto que ilustra a edição.

4.2 Edição número 2.455



A edição de número 2.455 foi publicada em 9 de dezembro de 2015, sob o título de “ESPECIAL 24 PÁGINAS IMPEACHMENT” e é a partir daí que se apresentam alguns dos assuntos que serão tratados nesse especial. Primeiramente, a revista VEJA busca justificar “Por que é falsa a guerra entre Dilma Rousseff e Eduardo Cunha”. A menos que esse veículo midiático tenha provas consistentes, o que só seria possível avaliar lendo a notícia na íntegra, é indispensável recordar os processos contra Eduardo Cunha em meio ao processo de *impeachment*. Ao negar que haja divergências entre os dois, a revista sugere que Cunha não tem interesse pessoal na queda de Dilma, como era ventilado em alguns discursos dos apoiadores da então

presidenta. Isso tem o intuito de, mais uma vez, afirmar que os motivos que levam à queda da presidenta eram não só legítimos, mas calcados, tão somente, nos problemas de seu (des)governo, e não em aspectos pessoais.

Posteriormente, a revista propõe exemplificar “O passo a passo do processo que visa a derrubar a presidente”. Isto é, a escolha do verbo “derrubar” em detrimento do verbo “afastar”, por exemplo, também não parece ser ao acaso: o que podemos concluir a partir dessa escolha é que a revista VEJA trata o evento em questão como um processo hostil, sendo assim menos democrático ou jurídico, momento em que o verbo “afastar” poderia ter sido utilizado. Essa escolha lexical corrobora o embate já manifestado nas ruas, em que partidários fervorosos do afastamento ou manutenção da presidenta se enfrentavam agressivamente. Além disso, “Uma ex-cara-pintada e um ex-petista são autores do pedido”. O uso do argumento em relação ao pedido ter partido de alguém que já foi filiado ao PT (Partido dos Trabalhadores) faz com que o interlocutor tenha pouco a questionar, afinal, ninguém pode saber mais do que alguém que já esteve ao lado do partido da presidenta. Ademais, ao nos voltarmos para a História do Brasil, nos recordaremos que “cara-pintada” foi o nome dado aos sujeitos favoráveis ao *impeachment* de Collor, o qual foi consolidado. Trata-se de alguém que, em outros tempos, lutou pela justiça em uma outra circunstância. Isso revela uma carga que é trazida para o caso Dilma, levando em consideração a ampla aceitação em relação ao *impeachment* de Collor, o que nos remete à suposição de que um segundo *impeachment* poderia acabar da mesma maneira. Outro ponto que pode corroborar essa hipótese é o tópico que aparece mais à frente: “A primeira reação de Collor e Dilma foi a mesma: culpar os adversários”. No momento em que esses dois sujeitos políticos são comparados, suas representações sociais acabam por apresentar semelhanças. Ou seja, assim como na análise anterior, antes mesmo que o processo de afastamento fosse consolidado, Dilma é colocada na mesma posição de um governante destituído.

Outro tema presente nos tópicos da edição especial da revista VEJA afirma que “A euforia dos mercados sinaliza que, sem Dilma, a confiança volta”. O uso de palavras como “euforia” e “confiança” mantém relação íntima com o caráter emotivo pretendido pelas mídias de informação, além de relacionarem esses dois vocábulos de

valor positivo ao afastamento de Dilma do Governo, e, conseqüentemente, colocam o governo da petista como destituído desses valores, sobretudo de confiança, que se verifica pela aceitação popular e dos pares. Assim como em algumas capas da revista ISTOÉ, a revista VEJA traz vocábulos que pertencem ao campo semântico do confronto, como em “[...] a guerra entre Dilma Rousseff e Eduardo Cunha” e “Como a lava-jato dará munção aos defensores do impedimento”. Isto é, o processo de *impeachment* é visto aqui, da mesma maneira que outrora, como uma guerra.

Por fim, os últimos pontos a serem destacados pela revista VEJA nessa edição são, primeiramente, “O STJ pode soltar os corruptos e a indignação catalisar o processo” e, em segundo lugar, “Por que é indolor no parlamentarismo trocar governante incompetente”. Outra vez, o discurso do veículo midiático apela para a emoção em detrimento da razão, pois a “indignação” mencionada acima está relacionada ao interlocutor, à indignação da população, que, dessa maneira, poderá influenciar na velocidade do processo. Quanto ao título de “governante incompetente”, o qual está se referindo à Dilma, este, mais uma vez, incide em sua representação social de maneira negativa, além de fazer uso do adjetivo “indolor” quando se refere ao parlamentarismo. Ou seja, nós, que vivemos em uma república, temos que vivenciar uma guerra para trocar de presidente, ao passo que se fossemos um sistema parlamentar, essa mudança seria fácil. Subentende-se uma apologia a esse outro sistema, que, inclusive, passou a ser considerado quando efetivamente ocorreu o *impeachment*.

Além disso, as notícias secundárias têm relação com o ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva. Em “Com você não acontece... mas o caçula de Lula copiou a Wikipedia e ganhou, pelo plágio, 2,5 milhões de mais de uma empresa investigada na Zelotes”, é possível notar elementos linguísticos que tem por objetivo aproximar-se do interlocutor, dirigir-se diretamente a ele, como no uso da expressão “Com você não acontece...”. Sendo assim, o público leitor não tem as mesmas “oportunidades” que o filho do ex-presidente e, por não ter as mesmas oportunidades, nem o mesmo desfecho, ajuda o interlocutor a se colocar em uma posição de raiva em relação ao ex-presidente, o qual se relaciona fortemente com Dilma.

4.3 Edição número 2.474



A terceira capa analisada foi publicada em 20 de abril de 2016, na edição de número 2.474. Primeiramente, é indispensável darmos atenção ao título principal que, por si só, já nos evoca algumas das ideologias vinculadas por detrás do discurso da revista VEJA. “FORA DO BARALHO” é a expressão presente na capa, a qual provém do dito popular “carta fora do baralho” e que significa, em sentido figurado, algo ou alguém que está fora do “jogo”, expressão que está vinculada tanto à ilustração, quanto ao texto secundário da revista.

Aparentemente, a figura representa um pôster ou *banner* antigo que foi arrancado dos muros da cidade, como quando as eleições se findam e, claro, não por

inteiro, pois era necessário que a fisionomia de Dilma fosse perceptível e tivesse relação com a expressão principal.

Da mesma maneira, as sentenças que descrevem tanto a foto quanto o título dessa edição estão relacionadas à expressão “carta fora do baralho”, uma vez que, “Com ou sem vitória na batalha do *impeachment*, Dilma já perdeu a batalha do poder. Seu governo esfacelou-se e a presidente, abandonada pelos aliados, não comanda mais o Brasil”. Em poucas linhas, torna-se perceptível o posicionamento da revista VEJA, pois, mesmo que o processo político instaurado contra a ex-presidenta não fosse consolidado, Dilma já teria perdido uma batalha ainda maior: a batalha pelo poder e pela governabilidade. Aqui, uma vez mais, podemos observar vocábulos pertencentes ao campo semântico da guerra sendo utilizados na construção da discursividade da revista. Quanto ao uso do verbo “esfacelar”, referindo-se ao governo de Dilma, é inegável o valor extremamente negativo presente na palavra em questão, a qual, ao relacionar-se com a guerra do *impeachment*, sugere a decadência do poder político desse sujeito. Ademais, essa ação desencadeia, segundo a revista, o afastamento de Rousseff de seu cargo, bem como o “abandono” por parte de seus aliados, comparando-os, de certa maneira, aos desertores de guerra, uma vez que o campo lexical mobilizado foi esse.

Uma das identidades que compõem o *ethos da credibilidade*, apontado por Charaudeau (2015), seria o *ethos da competência*. Segundo o teórico,

O *ethos* de competência exige de seu possuidor, ao mesmo tempo, saber e habilidade: ele deve ter conhecimento profundo do domínio particular no qual exerce sua atividade, mas deve igualmente provar que tem os meios, o poder e a experiência necessários para realizar completamente seus objetivos, obtendo resultados positivos. Os políticos devem, portanto, mostrar que conhecem todas as engrenagens da vida política e que sabem agir de maneira eficaz (p. 125).

Isto é, tomando como base questões relacionadas ao modo de governar de Dilma Rousseff, a revista VEJA, ao afirmar que a ex-presidenta foi abandonada por seus aliados, faz com que o *ethos da competência* — o qual apresenta vínculo estreito com a representação social do sujeito político — acabe por incidir de maneira negativa no *imaginário sociodiscursivo* construído acerca de Dilma.

4.4 Edição número 2.477



Por fim, nosso último objeto de estudo selecionado para análise foi publicado em 11 de maio de 2016, sob a edição de número 2.477. O título principal dessa publicação faz alusão aos *posts online* referentes à queda de Eduardo Cunha. Estes se referiam à saída do ex-deputado, ironicamente, pela expressão “TCHAU QUERIDO”. Contudo, a revista transpõe a mesma expressão para o sujeito político Dilma, pela mobilização da frase “TCHAU QUERIDA”. Tal expressão foi proferida por Lula a Dilma, em outro contexto, em áudio. Segundo a revista VEJA, “Com o impeachment de Dilma e a queda de Cunha, o Brasil tem chance histórica de fazer uma limpeza inédita na vida pública”. Assim como na capa presente na seção 3.7 — “dia histórico”, a escolha pelo

uso do adjetivo “histórica” refere-se a uma chance “única” de reformar o país no que diz respeito à perspectiva política. Ademais, ao referir-se a qualquer afastamento político valendo-se da expressão “limpeza inédita”, mostra-nos como o veículo midiático em questão opera acerca da representação social desses indivíduos. Isto é, o vocábulo “inédita” se assemelha ao destacado anteriormente, “histórica”, uma vez que exprime o valor de “única”, de nunca antes haver acontecido tal reforma.

Quanto às notícias secundárias, ambas estão relacionadas à Dilma e Cunha — “VEJA acompanhou os últimos dias da presidente” e “Por que a derrocada do deputado é o primeiro revés de Temer”. Em relação à nota sobre o ex-deputado, podemos observar, de alguma maneira, o viés partidário da revista VEJA, uma vez que esta coloca a queda de Cunha como uma das primeiras reviravoltas negativas no governo de Temer; ou seja, o vice-presidente mal assume a presidência da república e já está com seu governo comprometido, tal como acontecia com Dilma. Para completar, a fotografia que ilustra a edição de número 2.477 coloca Dilma Rousseff e Eduardo Cunha lado a lado, de perfil, como se as representações sociais desses dois indivíduos fossem semelhantes. Ao nos recordarmos da capa presente na seção 4.2, poderemos observar esse mesmo padrão, posto que Dilma é colocada no mesmo patamar que o ex-deputado.

Enfim, a chamada que se encontra na parte superior da capa faz menção ao ex-presidente Lula: “No topo da cadeia, Lula é acusado pelo procurador-geral da República de integrar a ‘organização criminosa’ que se instalou na Petrobras”. Como pudemos observar ao longo da análise das capas, outro padrão bastante recorrente é a referência ao antecessor de Dilma e, assim como a figura política da ex-presidenta, este é exposto de maneira negativa. Ao referenciar-se a Lula como integrante de organização criminosa, mesmo que a expressão se encontre entre aspas, indicando uma possível ironia, esse complemento não pode sinalizar algo positivo, ainda mais no que tange a questões políticas. Ademais, o sentido sugerido pelo vocábulo “cadeia” também pode estar relacionado à prisão. Por isso, ao recordarmos o título da presente edição “TCHAU QUERIDA”, notamos que esta é uma expressão usada de forma bastante irônica ao referir-se à saída de Dilma, uma vez que quem proferiu a frase em outro momento, agora está no topo da cadeia.

É por esse motivo que a escolha feita pela revista VEJA em relação aos elementos linguísticos que constroem a representação desses sujeitos políticos não é ao acaso: é por meio dessa escolha que o veículo midiático aponta seu posicionamento acerca dos eventos sociais. Nenhum discurso, qualquer que seja sua natureza, pode ser imparcial, pois os signos que o compõem apresentam caráter ideológico relacionado às forças sociais em questão durante seu momento de produção e recepção pelo interlocutor.

As questões recorrentes observadas durante a abordagem da revista VEJA colocam Dilma Rousseff na mesma posição de governantes que tiveram seus mandatos interrompidos pelo processo de *impeachment*, ao passo que compara as reações da então presidenta às do ex-governante Fernando Collor de Mello. Ao longo das quatro capas analisadas, também pôde-se perceber que o poder de governar de Rousseff é questionado com grande frequência. Segundo a revista, a ex-presidenta aparenta não ter bases políticas que a apoiem durante seu governo. Essas bases estão relacionadas tanto a seus aliados, como a seu conhecimento acerca da ciência política. Portanto, diversas vezes sua imagem esteve atrelada ao ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, o qual foi duramente criticado pela revista. Essas críticas também são destinadas à Dilma, uma vez que esta possui laço estreito com o ex-governante. O último ponto de nossa análise que merece ser destacado diz respeito ao campo lexical mobilizado por parte da revista: os elementos linguísticos relacionados à guerra denotam o evento social de afastamento como uma luta incansável contra a corrupção.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, observamos a manifestação dos discursos midiáticos em relação ao período que antecedeu o processo de *impeachment*, o qual, após dois anos, ainda reflete nas questões políticas do Brasil. Por esse motivo, foram questionadas as representações sociais referentes à ex-presidenta, cuja análise se deu por meio do discurso das mídias hegemônicas, tomando como *corpus* as revistas nacionais VEJA e ISTOÉ.

Ao passo que essas construções sociais se encontram relacionadas ao discurso, foi necessário mobilizar noções como as *relações de sentido* e *relações de poder*, apontadas por Orlandi (2006) e já discutidas ao longo do presente estudo. Sendo assim, ao partirmos dessa perspectiva, os discursos que permeiam nossa sociedade são vistos como um instrumento de poder e influência social.

A respeito do caráter ideológico do discurso, que, por essa razão, reflete as transformações sociais, foi de grande importância notar sua construção no que diz respeito às revistas supracitadas, inclusive ao tomarmos como argumento para nossa análise a *lógica simbólica*, proposta por Charaudeau (2015), a qual afirma que é inerente a qualquer veículo de informação a vocação em participar da construção da opinião pública.

A escolha por analisar a elaboração do discurso midiático referente ao processo de afastamento de Dilma Rousseff deu-se pela grande repercussão por meio da mídia no que diz respeito ao evento ocorrido. Ademais, esse episódio mobilizou de maneira intensa as forças sociais antagônicas, as quais têm reflexo nas questões políticas do país.

Portanto, a fim de alcançar nosso objetivo geral, partimos de outros objetivos específicos. Ao abordarmos a relação entre o discurso midiático e discurso político, pudemos verificar a influência determinante dos veículos de informação em relação aos discursos e processos políticos nacionais, posto que, como foi destacado ao longo deste trabalho, as ideologias são veiculadas por meio dos discursos e marcam o posicionamento das revistas em questão.

Dessa maneira, a verificação acerca da construção da imagem de Dilma Rousseff levou em consideração a noção de representações sociais, ou *imaginários sociodiscursivos (formações imaginárias)*, conceito presente no campo do estudo do discurso, dando foco aos *ethé* que constituem a representação do sujeito político. Ao longo das análises propostas, pudemos verificar um padrão que sempre esteve atrelado à representação social de Dilma. Esse padrão apresenta caráter negativo e foi apresentado sob a forma de comparações entre a ex-governante e presidentes já destituídos de seu cargo, assim como a comparação com presidentes considerados, segundo as revistas em questão, corruptos. Além disso, mais de uma vez foi sugerida a presença de uma segunda figura que se encontra por trás das ações políticas de Dilma Rousseff — o também ex-presidente, Luís Inácio Lula da Silva e João Santa, ex-estrategista da campanha da petista. Esses e outros fatores afirmaram a posição dos veículos de informação analisados.

Os elementos linguísticos, por exemplo, também contribuíram para a verificação do posicionamento dessas revistas, uma vez que, ao referirem-se a ex-presidenta, foram utilizados vocábulos negativos em relação a sua representação social, desacreditando seu discurso e desfavorecendo a imagem de confiança pretendida pelos sujeitos políticos. Ademais, regidos sob a *lógica econômica*, o meio midiático busca vender a informação de maneira significativa, fato este que acaba por refletir nos efeitos de sentido pertencentes a seu discurso.

Como destaca Orlandi (2006) a respeito do estudo do discurso,

Os dizeres não são, como dissemos, apenas mensagens a serem decodificadas. São efeitos de sentidos que são produzidos em condições determinadas e que estão de alguma forma presentes no modo como se diz, deixando vestígios que o analista de discurso tem de apreender. São pistas que ele aprende a seguir para compreender os sentidos aí produzidos, pondo em relação o dizer com sua exterioridade, suas condições de produção. Esses sentidos têm a ver com o que é dito ali, mas também em outros lugares, assim como com o que não é dito, e com o que poderia ser dito e não foi. Desse modo, as margens do dizer, do texto, também fazem parte dele (p. 30).

Sendo assim, nenhuma palavra pode fugir ao caráter ideológico dos signos linguísticos. É necessário que levemos em consideração as *condições de produção* de um discurso — o seu contexto de produção, assim como a posição do sujeito que fala e a posição ocupada por seu interlocutor são igualmente fundamentais ao longo desse

processo. É a partir desses fatores que os efeitos de sentido pretendidos podem apresentar os mais diversos significados, a escolha das palavras não é e nunca será ao acaso quando falamos em análise de discurso. Por fim, ao compararmos as abordagens realizadas pelas duas revistas, pudemos observar elementos semelhantes em ambos os veículos de informação. Talvez um dos pontos mais recorrentes durante as análises deixou evidente o paralelo entre Dilma Rousseff e Fernando Collor de Melo, governante que passou pelo mesmo processo de afastamento da ex-presidenta. Levando em consideração edições que foram publicadas muito antes da conclusão do processo de afastamento de Dilma, essas revistas já atribuíam a esse sujeito político o valor de ex-governante. Ao colocar essas duas representações sociais no mesmo patamar, os veículos midiáticos em questão apontam para o *impeachment* de Dilma como, possivelmente, tendo um fim similar ao de Collor.

Outro fator recorrente nas duas revistas analisadas diz respeito à relação política entre Rousseff e Lula: ao criticar de maneira frequente seu antecessor e também fundador do Partido dos Trabalhadores (PT), acabava-se por questionar a governabilidade de Dilma, uma vez que esta sempre demonstrou grande vínculo com o ex-presidente. Dessa maneira, a figura de Rousseff foi muitas vezes colocada em posição passiva enquanto sujeito político que detinha o poder de um país. Suas ações parecem ter sido justificadas por sua ligação com Lula (ou com João Santana, como ocorre em outro momento), como se Dilma não tivesse competência de exercer o cargo que a ela competia.

O campo lexical mobilizado tanto pela revista VEJA como pela revista ISTOÉ encaminham algumas semelhanças: ambas optaram por referir-se ao processo de impedimento do mandato de Dilma valendo-se de elementos linguísticos que remetem ao contexto da guerra. Esses veículos midiáticos apontam o processo de *impeachment* contra Dilma como uma guerra necessária, a qual acaba por envolver uma ação vinculada a um discurso de mudanças no que diz respeito às questões políticas do país. No entanto, é preciso destacar que essas mudanças levam em consideração, tão somente, os interesses defendidos pelas revistas em questão.

Enfim, as fotografias (os elementos não-verbais) que representam Dilma nas capas selecionadas, a colocam em posição de derrota em diversos momentos, estas

imagens corroboram com o campo lexical mobilizado e acima descrito. Uma vez que, com base em uma visão maniqueísta, em um combate, ou “guerra” — como as próprias revistas optam por referir-se ao processo de impedimento de Rousseff —, há dois lados. Ao darmos enfoque ao contexto político analisado, um deles está atrelado à verdade (o vencedor), o outro, por sua vez, está relacionado à corrupção, à mentira (o perdedor), assim sendo, a ex presidenta está representada pelo lado que, com certeza, não aparenta ser o vitorioso.

BIBLIOGRAFIA

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado**. In: ZIZEK, Slavoj (org.). Um mapa da ideologia. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2014.

BOSI, Alfredo. **O ser e o tempo da poesia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

BUTLER, Judith P. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**; tradução Renato Aguiar. — 8ª Ed. — Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**; tradução Angela M. S. Corrêa. — 2ª Ed. — São Paulo: Contexto, 2015.

_____. **Discurso Político**; tradução Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. — 2ª Ed. — São Paulo: Contexto, 2015

DICIONÁRIO *ONLINE* SIGNIFICADOS. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/pixuleco/>>. Acesso em: 05 jun 2016.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**; tradução Laura Fraga de Almeida Sampaio. — 24ª Ed. — São Paulo: Edições Loyola, 2014.

ISTOÉ. São Paulo, edição 2.379, 08 de julho de 2015.

_____. São Paulo, edição 2.389, 16 de setembro de 2015.

_____. São Paulo, edição 2.390, 23 de setembro de 2015.

_____. São Paulo, edição 2.412, 02 de março de 2016.

_____. São Paulo, edição 2.416, 30 de março de 2016.

_____. São Paulo, edição 2.418, 13 de abril de 2016.

_____. São Paulo, edição 2.419, 20 de abril de 2016.

_____. São Paulo, edição 2.436, 12 de agosto de 2016.

ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos**. São Paulo: Pontes, 2006.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

VEJA. São Paulo: Abril, edição 2447, ano 48, n. 41, 14 de outubro de 2015. 108 p.

_____ . São Paulo: Abril, edição 2455, ano 48, n. 49, 9 de dezembro de 2015. 152 p.

_____ . São Paulo: Abril, edição 2474, ano 49, n. 16, 20 de abril de 2016. 112 p.

_____ . São Paulo: Abril, edição 2477, ano 49, n. 19, 11 de maio de 2016. 112 p.