

UM OLHAR DISCURSIVO SOBRE AS LEITURAS DA MÍDIA SOBRE OS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA DAS ELEIÇÕES DE 2010

Camila Fernandes Braga Zanchini¹

RESUMO: Pretendemos, com este trabalho, analisar como as instituições midiáticas *Veja* e *Época* constroem sentidos para e no discurso político acerca de candidatos à presidência da República. Faremos essa análise a partir de noções teóricas subjacentes à Análise do Discurso, doravante AD, de linha francesa, tomando como base teórica os pressupostos teóricos de Michel Pêcheux, como a noção de sujeito e sentido, e alguns conceitos de Michel Foucault, como a problematização da noção de governamentalidade e a instauração da ordem do discurso.

Palavras-chave: Análise do Discurso; revistas *Veja* e *Época*; produção de sentidos.

ABSTRACT: Through this research project, we intend to analyze how *Veja* and *Época* mediatic institutions construct meanings for and at the political speech concerning the presidency of the Republic candidates. This analysis will be made using theoretical notions underlying Discourse Analysis, henceforth DA, of the French line, using as theoretical basis the theoretical premises of Michel Pêcheux, such as the problematization of the concept of governmentality and the establishment of the speech order.

Key-words: Discourse Analysis, *Veja* and *Época* Magazines, meaning building

Considerações iniciais

Este trabalho é um recorte da dissertação de mestrado “Instâncias midiáticas – sujeitos discursivos no discurso político” na qual analisamos como as instituições midiáticas *Veja* e *Época*² constroem sentidos acerca das candidaturas à presidência da República. Fizemos essa análise a partir de noções teóricas subjacentes à Análise do Discurso, doravante AD, de linha francesa, tomando como base teórica os pressupostos teóricos de Michel Pêcheux, como as noções de sujeito e sentido, memória discursiva, formação discursiva, formação ideológica e alguns conceitos de Michel Foucault, como a problematização da noção de Governamentalidade e a instauração da ordem do discurso.

¹ Mestre em Estudos Linguísticos pelo Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Uberlândia. E-mail: camilafbraga@gmail.com

² Outros veículos midiáticos serão trazidos, mas somente a título de ilustração.

Nosso objetivo é descrever, analisar e interpretar como as referidas instituições midiáticas produzem sentidos ao construírem leituras sobre as candidaturas à presidência da República, tomando como referência reportagens publicadas no pleito eleitoral de 2010.

Nesse sentido, examinaremos, em reportagens publicadas no *corpus* em questão, regularidades que apontem para processos de identificação entre as instâncias enunciativas sujeitudoinalis (doravante IESuj) *Veja* e *Época* e as instâncias enunciativas sentidurais (doravante IESen) candidatos à presidência de filiação política de direita e de contra-identificação entre as IESuj e as IESen candidatos de filiação política da frente popular.

Vale ressaltar que os candidatos de filiação política de direita são aqueles partidários do PSDB, enquanto os candidatos de filiação política da frente popular são os partidários do PT.

As instâncias enunciativas sujeitudoinalis *Veja* e *Época*

De acordo com Santos (2009), a *instância enunciativa sujeitudoinal* é uma alteridade de instâncias-sujeito no interior de um processo enunciativo. Denomina-se instância, pela oscilação discursiva pela qual o sujeito do discurso passa entre um lugar social e um lugar discursivo. Da mesma forma, denomina-se enunciativa, pelo caráter único e singular, balizador das inscrições discursivas de uma instância-sujeito, e, por fim, denomina-se sujeitudoinal pelo caráter de movência contínua em alteridade constitutiva, demarcada por funcionamentos interdiscursivos, os quais evidenciam uma diversidade de tomadas de posição da instância-sujeito.

Quando, então,

o sujeito ocupa uma posição de lugar discursivo, lugar social ou ambos, em alteridade, ele instaurará um processo de identificação e desidentificação desses e nesses lugares. Essa inserção posicional de natureza interpelativo-ideológico-heterotópica o transforma em *instância enunciativa sujeitudoinal*. (grifos do autor) (SANTOS, 2009, p. 85)

Nesse sentido, as instituições midiáticas *Veja* e *Época*, tomadas como *corpus* neste estudo, configuram-se como Instâncias Enunciativas Sujeitudoinalis na medida em que, dotadas de determinadas inscrições ideológicas, são interpeladas, tomam uma

posição diante desse processo de interpelação e passam a ocupar um lugar em um processo de enunciação, ou seja, passam a ocupar um lugar discursivo.

As instâncias enunciativas sentidurais candidatos à presidência da República

Quanto à instância enunciativa sentidural, a exemplo do que foi abordado ao discutirmos a noção de instância enunciativa sujeitudinal (Santos, 2009), a denominação *instância enunciativa sentidural* (doravante IESen) também está relacionada à configuração de um sentido que emerge no interior de um processo enunciativo.

Desse modo, os candidatos à presidência da República configuram-se como instâncias enunciativas sentidurais na medida em que as instâncias enunciativas sujeitudinais significam suas candidaturas, produzindo e deslocando sentidos pela forma como são enunciadas pelas instâncias enunciativas sujeitudinais. Passíveis dessa movência dos sentidos de suas candidaturas, os candidatos tornam-se instâncias enunciativas sentidurais.

No que concerne à noção de sentido, entendemos que esse é o efeito de uma conjuntura de significações, na clivagem de um sujeito, no interior de um acontecimento linguageiro em uma enunciação. Ele só é produzido pela constituição do sujeito, ou, mais especificamente, só se instaura a partir da tomada de posição do sujeito.

De acordo com as reflexões de Pêcheux (1988),

(o sentido) é determinado pelas posições sócio-ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (isto é, reproduzidas) [...] e mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam [...], isto é, em referência às formações ideológicas nas quais essas posições se inscrevem. (p.160).

Nessa perspectiva, podemos compreender que o sentido é decorrente das condições de produção dos discursos e, conseqüentemente, das formações discursivas dos sujeitos em interlocução. Assim, um enunciado pode ter diferentes efeitos enunciativos de acordo com a natureza da interpelação sofrida pelo sujeito no processo de enunciação. São esses efeitos que determinam as inscrições discursivas dessas instâncias-sujeito.

Nas análises que propomos, explicitaremos como as instâncias enunciativas subjetudiniais *Veja* e *Época* movem, deslocam e constroem sentidos acerca das candidaturas, produzindo e deslocando sentidos acerca delas.

Modalidades discursivas do funcionamento subjetivo

Essa é a denominação elaborada por Pêcheux (1988) para explicar as formas pelas quais ele entende os processos de constituição do sujeito e de suas tomadas de posição. Para o autor, há três modalidades de desdobramento entre o que ele chama de “sujeito da enunciação” e “Sujeito universal³”. O primeiro é o próprio sujeito-falante, é o “sujeito do seu próprio discurso”. O segundo, normalmente referido pelo S (maiúsculo), é o sujeito das ideologias, que as representa e que, por meio delas, interpela os indivíduos em sujeitos.

A primeira modalidade consiste “numa superposição (num recobrimento) *entre o sujeito da enunciação e o sujeito universal*, de modo que a ‘tomada de posição’ do sujeito realiza seu assujeitamento sob a forma do ‘livre consentido’”. (PÊCHEUX, 1988, p. 215 – grifos do autor). Essa superposição consiste em um processo de *identificação* entre o sujeito do discurso e os saberes da formação discursiva (doravante FD) que o domina. O autor pontua que essa modalidade caracteriza o discurso do “bom sujeito”, pois este “reflete espontaneamente o Sujeito”, ou seja, os dizeres do sujeito são completamente determinados pelo interdiscurso.

A segunda modalidade caracteriza o discurso

no qual o *sujeito da enunciação* ‘se volta’ *contra o sujeito universal* por meio de uma ‘tomada de posição’ que consiste, desta vez, em uma *separação* (distanciamento, dúvida, questionamento, contestação, revolta...) *com respeito ao que o ‘sujeito universal’ lhe ‘dá a pensar’* (PÊCHEUX, 1988, p. 215 – grifos do autor)

Nesse processo de *contra-identificação*, o sujeito questiona os saberes de sua FD dominante. Ele contesta os saberes que lhe são colocados por essa FD e passa a se

³ Pêcheux (1988), em uma nota de rodapé, explica o Sujeito Universal comparando-o à religião: para ele, Deus não existe, mas as religiões existem, e só existem por causa da crença em um Deus. Assim também é o Sujeito Universal: ele não existe, mas as ideologias que o representam existem.

contra-identificar com eles. De acordo com o autor, esse é o discurso do “mau sujeito”, uma vez que ele se distancia dos saberes de sua FD.

Quanto à terceira modalidade, essa é uma consequência da segunda e “constitui um *trabalho* (transformação-deslocamento) da *forma-sujeito*”. (PÊCHEUX, 1988, p. 217 – grifo do autor). Estamos nos referindo a um processo de *desidentificação*, que compreende o momento em que o sujeito se desidentifica com os saberes da FD que o domina e com sua respectiva forma-sujeito e se identifica com os saberes de uma FD outra. A ideologia, nesse processo, não desaparece, mas passa a produzir outros sentidos, funcionando “*sobre e contra si mesma*”.

Esse não desaparecimento da ideologia evidencia a *transformação* da forma-sujeito e não significa que este se desconstitui ou que deixa de ser afetado pelo inconsciente. O processo de desidentificação com uma FD e identificação com outra faz com que o sujeito, inconscientemente, interpele-se por uma ideologia outra e produza outros enunciados com diferentes sentidos. Não há, pois, um processo de *dessubjetivação* que “liberta” o sujeito de um domínio de saber, há uma outra constituição do sujeito e uma outra interpelação por uma ideologia outra.

Assim, de acordo com Grigoletto (2005, p. 66), os saberes que circulavam na antiga FD não se apagam, “mas ficam recalcados e podem ‘retornar’ em diferentes movimentos do sujeito, ainda que sempre produzindo novos sentidos. Então, o que rompem são os sentidos e não, necessariamente, os saberes”.

É necessário, aqui, enfatizar que, mesmo próximas, a segunda e a terceira modalidades não podem ser confundidas. Para que, em determinada enunciação, haja um processo de desidentificação entre o sujeito e os saberes de sua FD dominante, é preciso que se constitua um novo domínio de saber e que a interpelação ideológica do sujeito sofra um deslocamento significativo (INDURSKY, 2000, p. 80). Isso significa que o sujeito se desidentifica quando ele não se interpela mais pela ideologia de determinada formação discursiva e se identifica com outra.

Com base nessa discussão, podemos perceber, mais uma vez, que o sujeito enquanto unidade é apenas efeito. Na primeira modalidade, de fato, essa ilusão é perceptível, pois, identificando-se com os saberes de sua FD, o sujeito não passa por um processo de discordância. No entanto, no que tange à segunda e à terceira modalidades,

verificamos que a *homogeneidade* do sujeito é apenas efeito, pois sua tomada de posição é discordante, contraditória à sua FD.

Em nossas análises, pretendemos verificar como acontecem esses funcionamentos subjetivos entre as instâncias enunciativas sujeitacionais e as instâncias enunciativas sentidurais, considerando as formações discursivas nas quais essas instâncias se inscrevem e as suas respectivas posições enunciativas.

O funcionamento discursivo nas instâncias midiáticas

Começaremos nosso exercício de análise com uma reportagem publicada na edição de *Veja*, de 21 de abril de 2010⁴. No que concerne às condições em que essa foto⁵ foi produzida, é pertinente explicitar que era o momento pré-eleições presidenciais, ou seja, os candidatos estavam na campanha política das eleições 2010.

Na foto, o candidato foi fotografado em um ambiente parecido com um escritório ou uma biblioteca. Serra está de óculos, lendo um livro, trajado socialmente de calça de linho, camisa e sapatos sociais. Ele está sentado em uma poltrona bege e há uma estante marrom, ao fundo, repleta de livros. Percebe-se um tom bastante formal na foto, efeito que é produzido, também, pela presença de cores escuras e fechadas.

Esse efeito de formalidade produz um efeito de intelectualidade, qualidade que, historicamente, é indispensável a um presidente da República. Estamos nos referindo ao estereótipo de intelectualidade eurocêntrica que foi difundida também no Brasil. Essa “falsa intelectualidade” estaria relacionada justamente a hábitos como estar cercado de livros, usar roupas formais de tons pastel, ser uma pessoa serena, etc.

Esse estereótipo diz respeito ao discurso atravessado por saberes relativos a formalidade, conhecimentos eruditos e a locais que denotam estes saberes. Notamos, então, que *Veja* tenta fazer com que Serra cumpra o que Foucault (2009) define como “ritual”, o que faz com que o candidato se inscreva na ordem do discurso político.

Estar cercado por livros em um ambiente formal, comportando-se como um intelectual, no contexto das eleições presidenciais de 2010, evidencia uma tentativa de *Veja* de estabelecer uma relação de poder com o público leitor/eleitor. Por meio dessa relação, a instituição midiática tenta impor aos leitores que Serra é o candidato mais

⁴ Devido à questão de direitos autorais, não podemos colocar a imagem em análise.

⁵ No decorrer do texto, nós nos referiremos a essa imagem como ilustração 1.

indicado ao cargo de presidente da República, uma vez que ele possui os signos que acompanham o sujeito apto ao cargo.

Esse efeito de formalidade e de serenidade dialoga com o enunciado “Com a casa em ordem”: este enunciado recupera a imagem de alguém que, conforme o título da foto, está “em paz”, ou seja, “não deve nada”. Isso significa que *Veja* tenta mostrar que Serra, por estar com a própria casa (seu partido) em ordem, pode governar a casa dos outros, o Brasil.

Para aprofundarmos nessa discussão, podemos nos perguntar: por que José Serra não foi fotografado em um ambiente informal, em vez de tê-lo sido no escritório? Ir à praia, usar roupas de banho e ingerir bebidas alcoólicas são comportamentos comuns e habituais a grande parte da população brasileira. Por que *Veja* não publicou uma foto de Serra nessas circunstâncias?

Aprofundando um pouco mais na ilustração 1, Courtine (2003, p. 24), afirma que “as boas perguntas políticas são aquelas feitas em domicílio, enquanto a câmera examina os objetos íntimos, explora os detalhes pessoais, volta incansavelmente ao rosto cuja dimensão interior ela quer perscrutar ao máximo”. A exposição da intimidade do candidato causa um efeito de aproximação do público, como se ele fosse uma pessoa acessível.

No entanto, Courtine afirma que essa é uma “proximidade longínqua”, principalmente pelo fato de que a produção da foto não é disponibilizada ao público. O que está na revista é um recorte, ou seja, a foto pode ser forjada. Então, o fato de a instância enunciativa sujeitudinal *Veja* ter colocado essa ilustração do candidato não significa que ele possa ser apto por se inscrever na ordem do discurso político, mas evidencia que a IESuj *Veja* se inscreve numa formação discursiva que podemos denominar de *identificação com os candidatos do PSDB*.

Então, voltando à pergunta sobre o motivo de *Veja* não ter fotografado Serra em um ambiente informal, é relevante descrever uma ilustração em que o candidato está na praia, no lançamento do Programa Praia Acessível, em 15 de fevereiro de 2010. O programa consiste em disponibilizar cadeiras de rodas anfíbias em cidades do litoral, garantindo o pleno acesso das pessoas com deficiência às praias paulistas. Publicada no Estadão *online*, a foto apresenta o candidato na água, com uma camisa pólo azul clara, apoiando, juntamente com outro homem, uma cadeirante. Nessa foto, percebemos que

há uma tentativa de “humanizar” o candidato, na medida em que ele demonstra felicidade em poder ajudar uma cadeirante a entrar no mar.

Nesse sentido, Serra, mais uma vez, cumpre o ritual: o candidato, “arregaçando as mangas” e entrando na água para ajudar a cadeirante, evoca o discurso da caridade e da humanidade, que é atravessado pelo discurso religioso do “fazer o bem”, de praticar “boas ações”, o que nos remete à questão da governamentalidade. O *Estadão* tenta construir a imagem de um candidato que se preocupa com as necessidades daqueles que possuem alguma deficiência. Esse efeito pode provocar uma aproximação entre Serra e os leitores, principalmente aqueles que são ou que convivem com pessoas deficientes. Essa aproximação é uma tentativa de inscrever o candidato e os eleitores no mesmo lugar.

A escolha por imagens atravessadas por vozes que evocam o discurso da intelectualidade e da caridade faz com que Serra faça parte do ritual que se deve seguir para poder ser considerado apto para o cargo de presidente da República. Apresentá-lo, então, em circunstâncias informais, por mais que essas sejam habituais, produziria um efeito de irresponsabilidade, de falta de seriedade com as questões políticas. Além disso, inscrever o candidato no discurso do “que é habitual para a população brasileira”, o colocaria no mesmo nível, até mesmo intelectual, de todos, o que não o tornaria diferente.

Ainda no que tange à ilustração 1, é relevante fazer algumas observações sobre o texto da reportagem.

Com a casa em ordem, Serra vai à luta
Depois de unificar o PSDB em torno da sua candidatura, José Serra começa a pavimentar o caminho rumo ao seu objetivo: liderar o Brasil na era pós-Lula.

Nesta sequência discursiva (doravante SD), chama-nos a atenção, primeiramente, a tentativa de *Veja* de inscrever José Serra em um discurso de *autonomia*. Não há uma contextualização sobre o processo, mas a instituição midiática afirma que o candidato foi quem unificou o partido em torno da sua candidatura. Essa afirmação, no entanto, pode produzir um efeito de sentido outro: o de que o candidato teria imposto sua candidatura. Conhecendo as filiações políticas de *Veja*, podemos dizer que a segunda interpretação é um efeito da opacidade da linguagem, um sentido que escapou à instância enunciativa sujeitidual.

Em seguida, *Veja* afirma que o objetivo do candidato é liderar o Brasil. Ela não dá voz a ele nesse enunciado, mas, como Serra foi inscrito em uma posição de autonomia, o apagamento de sua voz pode ser interpretado como uma tentativa, pela instituição midiática, de construir uma afinidade de objetivos entre ambos, como se *Veja* e Serra o quisessem na presidência.

No fim da SD, *Veja* menciona a “era pós-Lula”. O uso do termo “era” marca o posicionamento de renovação, da “hora da mudança”: como se Lula já tivesse ficado muito tempo no poder.

Nesse momento, é relevante discutirmos a capa da edição em que essa reportagem foi publicada. Quanto à foto, Serra foi fotografado com uma expressão tranquila e sorridente. A epígrafe enuncia: “Serra e o Brasil pós-Lula – ‘Eu me preparei a vida inteira para ser presidente’”. Nessa materialidade, *Veja* dá voz a Serra, conferindo, ilusoriamente, a ele a origem desse enunciado (o que pode ser percebido pelo uso das aspas). Mais uma vez, não há uma contextualização sobre quando o candidato teria dito que “se preparou a vida inteira para isso”, o que, novamente, constrói um processo de afinidade entre os objetivos de *Veja* e de Serra quanto à ocupação da presidência por este. Em outras palavras, essa alternância de vozes, ora da instituição midiática, ora do próprio candidato, constrói uma ilusão de que os objetivos são afins.

Há, também, na epígrafe, o atravessamento do discurso da aptidão. Como o candidato teria se preparado a vida inteira para ser presidente, ele ocupa a posição de mais apto. Este discurso, o da autonomia e a foto do candidato, que constrói um efeito de tranquilidade, apagam os efeitos da disputa presidencial. Da forma como a capa foi editada, não é possível saber o quão disputada a eleição estava, pois, pelo ar sereno do candidato e pela afirmação de que ele estava preparado, sua vitória já estaria certa, o que é um efeito construído pela enunciação.

Voltando, mais uma vez, à ilustração 1, é relevante fazer algumas observações sobre o texto da reportagem.

Ungido há menos de dez dias candidato oficial do PSDB à Presidência da República, José Serra não poderia encontrar ambiente mais propício para iniciar sua campanha. Duas novidades contribuem para isso. A primeira é que os tucanos estão animadíssimos – o que havia muito tempo não ocorria. (...) Na semana passada, o PSDB parecia ter reencontrado o seu eixo. Ao barulhento lançamento da candidatura de Serra, acorreram mais de 6000 militantes do partido. Vindos de todos os estados, carregavam bandeiras, espremiavam-se uns contra os outros e cantavam sem parar no amplo

auditório alugado pela sigla. (...) O motivo da animação é que o PSDB, finalmente, tem um projeto definido, aprovado e defendido por todos na sigla: eleger José Serra presidente da República. E eis aí o segundo elemento a pavimentar o caminho de Serra nessa campanha. Seu partido vai unido para a briga. E isso, tratando-se do PSDB, é outra grande novidade. O próprio Serra é o maior responsável pela unificação do partido.

Começamos nossa discussão pelo primeiro enunciado: “Ungido há menos de dez dias candidato oficial do PSDB à Presidência da República.” O termo *ungido* evoca a voz da religião, pois é muito utilizado nesse contexto. Ungir significa consagrar. Considerando o contexto do enunciado, está silenciado o sentido de que todos os partidários de Serra o escolheram como candidato, eles o abençoaram. Esse silenciamento, no entanto, apaga possíveis conflitos que possam ter ocorrido no partido.

Nos enunciados seguintes, verificamos que *Veja* continua produzindo um efeito de coletividade, união e concordância entre os partidários do PSDB. Esse efeito estaria em âmbito nacional, pois, no lançamento da candidatura de Serra, havia tucanos “vindos de todos os estados”.

Em seguida, *Veja* continua afirmando a união do partido com o enunciado “O motivo da animação é que o PSDB, finalmente, tem um projeto definido, aprovado e defendido por todos na sigla: eleger José Serra presidente da República”. Nesse momento, percebemos que a instituição midiática chama mais uma voz para reiterar o que já observamos: não é só a instância midiática e o candidato Serra que o querem na presidência; todos os partidários do PSDB, em todo o Brasil, também o querem. Percebemos, então, como é construído um efeito de afinidade entre posições discursivas, pois, no que tange à Presidência da República, a mídia, o candidato José Serra e a população estariam inscritas no mesmo lugar.

E esse efeito continua sendo produzido em “E eis aí o segundo elemento a pavimentar o caminho de Serra nessa campanha. Seu partido vai unido para a briga”. No entanto, esse sentido de afinidade que é construído pode produzir um efeito de denegação. Isso significa que é questionável quando o sujeito tenta reafirmar, reiterar um discurso. Tentar inscrever população brasileira, candidato e mídia na mesma posição discursiva pode produzir um efeito de apagamento de possíveis conflitos entre eles.

Por fim, mais uma vez, *Veja* inscreve José Serra em uma posição discursiva de autonomia, pois afirma que “O próprio Serra é o maior responsável pela unificação do partido”. Essa inscrição, juntamente ao efeito de afinidade que a instância midiática

tenta construir entre o candidato e a população, apontam para um processo de identificação entre a instância enunciativa sujeitudinal *Veja* e a instância enunciativa sentidural candidato José Serra.

Analisaremos, agora, duas reportagens publicadas em *Época*, a primeira sobre a candidata Dilma Rousseff e a segunda sobre o candidato José Serra.

Começaremos pela capa da edição publicada em 14 de agosto de 2010. Nesta, verificamos a foto da candidata do Partido dos Trabalhadores Dilma Rousseff, a inscrição “Dilma Rousseff: aos 22 anos, fichada pelo Dops em São Paulo” e a epígrafe “O passado de Dilma: Documentos inéditos revelam uma história que ela não gosta de lembrar – seu papel na luta armada contra o regime militar”.

À primeira vista, chama-nos a atenção a foto da candidata aos 22 anos. A foto, assim como o fundo da capa, está nos tons preto e branco e, do lado direito da foto, notamos a presença de uma figura que lembra parte de um carimbo. É relevante explicitar que essa figura é o único detalhe colorido da foto: o carimbo é vermelho.

As cores utilizadas, o carimbo e a centralização do rosto da candidata são operadores de memória que nos remetem a fichas, ou seja, a foto ilustra a informação contida na epígrafe, a de que a candidata foi fichada no DOPS – Departamento de Ordem Política e Social – de São Paulo. Este órgão, criado em uma época em que o regime político brasileiro era centralizado e autoritário, tinha a função de controlar e reprimir movimentos políticos e sociais contrários ao regime no poder.

A escolha da ilustração da ficha da candidata evoca o passado de Dilma, o que pode ser interpretado como uma tentativa, por parte da instituição midiática, de chamar a atenção do leitor para algo comprometedor que a candidata teria feito em sua juventude. Há, assim, a construção de uma imagem pejorativa de Dilma, pelo fato de já ter sido fichada.

Em seguida, temos a epígrafe da foto. O título “O passado de Dilma”, escrito de forma bem destacada, produz, assim como a ilustração, a evidência de que há um desejo da instituição midiática de tornar público o passado da candidata. Há, nesse enunciado, o atravessamento de um discurso que circula no senso comum segundo o qual o passado de uma pessoa a condena. Esse discurso produz um efeito de algo depreciativo que será anunciado sobre a vida de Dilma e constrói uma expectativa acerca de uma informação.

O próximo enunciado, “Documentos inéditos revelam”, é atravessado pelo discurso da autoridade, uma vez que há provas que legitimam o que será publicado por *Época*. Há, também, o atravessamento do discurso da polêmica, evocado pelo uso do verbo “revelam”. Essa voz pode ser interpretada como uma tentativa de polemizar algum acontecimento relevante que teria sido acobertado no passado de Dilma. Percebemos que *Época* cria a expectativa de que algo ilícito teria sido feito pela candidata e o partido dela não divulgou.

Em seguida, ao afirmar que os documentos se referem a “uma história que ela não gosta de lembrar”, a instância midiática instaura uma tensão por meio da alusão à intimidade de Dilma. Nesse enunciado, verificamos o atravessamento do discurso do escândalo, da polêmica.

É relevante explicitar que há um diálogo entre o termo “revelam”, que significa ‘fazer conhecer algo que estava encoberto’, e o próximo enunciado, “uma história que ela não gosta de lembrar”. A construção desse diálogo aponta para uma tentativa de *Época* de reiterar a relevância do que será lido na edição sobre a candidata, por se tratar de algum escândalo, além de intensificar um efeito de curiosidade. Percebemos, aqui, uma regularidade que aponta para um processo de contra-identificação entre *Época* e Dilma.

Para finalizar, temos o enunciado “seu papel na luta armada contra o regime militar”, cuja construção intensifica ainda mais a expectativa do leitor, uma vez que relaciona a candidata Dilma Rousseff a um dos períodos mais críticos e polêmicos pelo qual o Brasil passou: a ditadura.

É relevante pontuar que esse enunciado pode ter passado por um processo de deslocamento. Dizemos isso porque, considerando o que circula no discurso do senso comum, qualquer sujeito que tenha se posicionado contrariamente ao regime militar é visto como um herói, como alguém que lutou pela democracia no país. Nesse caso, no entanto, o papel de Dilma na luta contra a ditadura foi ressignificado de forma a produzir um efeito negativo.

Nesse sentido, ao afirmar que fará uma revelação sobre algo obscuro do passado da candidata, colocando uma foto em que ela aparece como uma pessoa fixada, enunciando que se trata da representação de Dilma na época da ditadura, a instituição midiática *Época* constrói uma imagem negativa da candidata.

Podemos afirmar que há, então, um posicionamento de contra-identificação da instituição com a candidata do Partido dos Trabalhadores Dilma Roussef, uma vez que são evidentes as tentativas de se construir uma imagem negativa da candidata.

Sequenciando nossas análises, passaremos a uma reportagem publicada também em *Época online*, em 04/09/2010, sobre o candidato do PSDB José Serra. Começemos pela capa.

Na imagem, José Serra foi fotografado com um semblante sério, vestido formalmente, com um plano de fundo completamente negro. A epígrafe dessa foto é “A cartada de Serra – Em queda nas pesquisas, o tucano vai ao ataque e explora o crime cometido contra sua filha para tentar chegar ao segundo turno”.

Começando a análise pela foto, podemos afirmar que o fato de o plano de fundo ser negro e a face direita do candidato estar um pouco sombreada constrói um efeito de surgimento do candidato, como se este estivesse “saindo das sombras”. Esse jogo de sombras recupera o discurso da força, da imponência, que seriam constitutivos da IESuj Serra.

Um detalhe relevante é que as vinhetas, que em outras edições tendem a receber uma faixa colorida que as distingue do restante da capa, estão dispostas sobre o mesmo fundo negro da foto e contêm somente palavras, o que produz um efeito visual de maior destaque ao rosto do candidato. Esse efeito de seriedade pode construir uma expectativa que antecipa um assunto grave no qual Serra estaria envolvido.

Quanto à epígrafe, podemos afirmar que seu título, “A cartada de Serra”, escrito em tom laranja escuro, produz um efeito de decisão, como se o candidato tivesse descoberto algum recurso que decidiria as eleições. Nesse enunciado, verificamos o atravessamento do discurso da inteligência, que é atribuído a Serra.

No enunciado seguinte, “Em queda nas pesquisas”, temos uma informação que complementa e explica o título analisado anteriormente. Juntamente com o próximo enunciado, “o tucano vai ao ataque”, percebemos um diálogo que é construído entre os enunciados e a foto. Como foi explicitado anteriormente, na imagem, o candidato parece estar “surgindo das sombras”, metáfora essa que representa o fato de José Serra estar em segundo lugar e de ter encontrado um meio para modificar essa situação.

Em seguida, temos o enunciado “explora o crime cometido contra sua filha”, do qual é relevante explicitar as condições de produção. Na semana anterior à publicação

da edição em análise, foi descoberto que o sigilo fiscal da empresária Verônica Serra, filha de José Serra, havia sido violado. Esse fato foi tratado, conforme percebemos na capa em análise, como um crime de extrema gravidade, o que é uma evidência de uma tentativa da instituição midiática de intensificar um acontecimento que, normalmente, não causa grande impacto nos leitores.

De acordo com Foucault (2012), as pessoas se interpelam por assuntos referentes a famílias. Isso significa que abordar esse tema é uma forma de atingir a população. No enunciado em questão, podemos verificar uma tentativa da IESuj *Época* de inscrever o candidato José Serra em uma posição de *inocência* evocando o discurso da família ou, mais especificamente, da violência contra a família. Assim, ao afirmar que um crime teria sido cometido contra a filha de Serra, a instituição midiática produz um efeito de atentado à instituição familiar.

Ainda no que concerne a esse enunciado, considerando as suas condições de produção, não podemos deixar de verificar o silenciamento do envolvimento da candidata do PT, Dilma Rousseff, no referido caso, uma vez que a candidata era a maior concorrente de José Serra.

No último enunciado, “para tentar chegar ao segundo turno”, percebemos um tom de reconhecimento, pela instituição midiática, de que a exploração dos acontecimentos em foco, pelo candidato José Serra, pode ser uma solução para modificar o resultado da eleição que, segundo as pesquisas divulgadas naquela semana, seria decidida já no primeiro turno.

Passaremos agora à discussão do texto da reportagem:

Com a vantagem da ex-ministra Dilma Rousseff (PT) sobre o ex-governador José Serra (PSDB), oscilando em torno dos 20 pontos percentuais, a eleição presidencial parecia caminhar para um desfecho previsível no primeiro turno. Na semana passada, o escândalo da quebra ilegal de dados fiscais de tucanos, cujo sigilo deveria ser preservado pela Receita Federal, se agravou com a revelação de que a filha de Serra, a empresária Verônica Serra, também foi alvo de uma violação. A campanha de Serra, que estava sem rumo e sem discurso para enfrentar a candidata de um governo com índices de aprovação superiores a 70%, passou a ter uma bússola de orientação e ganhou um alento para tentar evitar que a disputa seja encerrada no próximo dia 3 de outubro, com a vitória de Dilma.

Nessa SD, percebemos que a IESuj *Época* detalhe a suposta quebra de sigilos e reafirma que isso passaria a ser explorado pelo candidato do PSDB. A nosso ver, essa articulação discursiva é uma tentativa de fazer circular um discurso de reviravolta nas

eleições. Não há, por exemplo, a citação de uma pesquisa recente de intenção de votos que confirme o impacto do ocorrido.

Nesse sentido, espetacularizar uma suposição e atribuir uma gravidade a ela são uma forma de tentar construir, no imaginário da população, o discurso de uma provável *virada* nas urnas.

Considerações finais

Ao fazer os recortes para análise, procuramos apresentar evidências enunciativas que dessem suporte à nossa hipótese, segundo a qual as referidas instituições midiáticas enunciam do lugar discursivo da classe dominante brasileira e representam os interesses econômicos dessa. Isso justifica a percepção de que há uma parcialidade explícita por parte das instâncias midiáticas que as direciona a uma tomada de posição frente às candidaturas à presidência da República e, conseqüentemente, a processos de identificação com o candidato José Serra e de contra-identificação com a candidata Dilma Rousseff.

Como discutimos na fundamentação teórica, a identificação entre as IESujs e a IESen José Serra ocorre porque elas se inscrevem nas mesmas filiações políticas e isso foi verificado nas várias tentativas de *Veja* e *Época* de inscreverem o candidato nas posições discursivas de honestidade, competência, inteligência, autonomia e outras que o qualificariam.

Quanto ao processo de contra-identificação entre as IESujs e a IESen Dilma Rousseff, podemos afirmar que aquelas são fortemente interpeladas pela formação discursiva do PT, mesmo que essa interpelação seja percebida pela denegação, pela necessidade de não-reconhecimento da força política do Partido dos Trabalhadores. A regularidade com que essas instituições produzem discursos sobre o Partido dos Trabalhadores, sobre os candidatos à presidência dessa filiação política e sobre os simpatizantes do partido, mesmo que tentando inscrevê-los nas posições discursivas de incompetência e de corruptos, evidencia uma interpelação, e, se há interpelação, essa FD constitui as IESujs.

Nesse sentido, podemos afirmar que há uma produção de sentidos, mesmo que silenciados, que apontam para os processos mencionados e que são percebidos na

ZANCHINI, Camila Fernandes Braga. Um olhar discursivo sobre as leituras da mídia sobre os candidatos à presidência da república das eleições de 2010. *Cadernos Discursivos*, Catalão-GO, v. 1 n. 1, p. 68-83, 2014. (ISSN 2317-1006 - online).

materialidade linguística. Perceber essa emergência de sentidos corrobora que as inscrições ideológicas do sujeito são apreendidas em seus enunciados, ou seja, a ideologia se materializa na língua.

Referências Bibliográficas

COURTINE, J. J. Os deslizamentos do espetáculo político. *In*: GREGOLIN, M. do R. V. **Discurso e mídia: a cultura do espetáculo**. São Carlos: Claraluz, 2003. p. 21 -34.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. Trad. Bras. 3ed. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

_____. **A arqueologia do saber**. Trad. De Luiz Felipe Baeta Neves. 8.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

GRIGOLETTO, E. A noção do Sujeito em Pêcheux: uma reflexão acerca do Movimento de Desidentificação. *In*: **Estudos da Lingua(gem)**: Michel Pêcheux e a Análise do Discurso. Vitória da Conquista. Vol. 1, 2005.

INDURSKY, F. A fragmentação do sujeito em Análise do Discurso. *In*: INDURSKY, F. e CAMPOS, M. C. (org.). **Discurso, Memória, Identidade**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

PÊCHEUX, M. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1988.

SANTOS, J.B.C. A instância enunciativa sujeitidual. *In*: SANTOS, J.B.C. (org.). **Sujeito e Subjetividade – Discursividades Contemporâneas**. Uberlândia: EDUFU. Série Linguística in Focus, 2009.

Recebido em março de 2014.

Aceito em maio de 2014.