



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

MÍDIA E DISCURSO POLÍTICO: VEJA E OS BASTIDORES DAS ELEIÇÕES 2010²⁸⁴

Alessandra Souza Silva*
(UESB)

Lilian Pereira da Cruz**
(UESB)

Edvania Gomes da Silva***
(UESB)

RESUMO

O presente artigo, que faz parte de um subprojeto cujo título é “Mídia e política: discursivização das eleições 2010 em Veja”, tem como principal objetivo verificar, a partir da observação de materialidades verbais e imagéticas, quais os discursos materializados na Revista Veja acerca das eleições 2010, observando como e com qual objetivo o sujeito Veja utiliza a imagem como operadora de memória. Para tanto, tomaremos como pressupostos teóricos os postulados de autores como Courtine e Piovezani Filho acerca da relação entre mídia e discurso político e o conceito de memória como interdiscurso, que faz parte do dispositivo teórico-analítico da Escola Francesa de Análise de Discurso.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso político, Mídia, Memória.

²⁸⁴ Trabalho vinculado ao projeto de pesquisa “Mídia e política: discursivização das eleições 2010 em Veja”, que está vinculado ao projeto maior “Discurso político: representação e memória na constituição da imagem de si”, coordenado pela Prof^a. Dr^a. Edvania Gomes da Silva. Email: ale.souza01@hotmail.com

* Discente do Curso de Graduação em Letras Vernáculas, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), voluntária do Programa de Iniciação Científica da UESB – PIC/UESB - ale.souza01@hotmail.com

** Discente do Curso Graduação em Letras Modernas, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), bolsista de Iniciação Científica /UESB. Email: diegoelilian@hotmail.com

*** Doutora em Linguística. Professora do Curso de Graduação em Letras Vernáculas, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). Orientadora do projeto de pesquisa que deu origem ao presente artigo. Email: edivania_g@yahoo.com.br



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

INTRODUÇÃO

O presente artigo faz parte de um subprojeto intitulado “Mídia e política: discursivização das eleições 2010 em Veja”. Como corpus de análise, utilizou-se capas da revista semanal *Veja*, publicadas em setembro de 2010. Este periódico foi idealizado pela Editora Abril e publicado pela primeira vez no ano de 1968, com o nome “*Veja e leia*”.

Com mais de 40 anos de existência, propondo-se a unir serviços, entretenimento e interpretação de acontecimentos, *Veja* se consolidou como um importante veículo de informação e hoje é uma das revistas mais vendidas em todo o mundo. Este foi o principal motivo da escolha deste periódico para compor o corpus de nossa pesquisa.

Como sugerido pelo seu próprio nome, um verbo no imperativo que faz um convite, ou expressa uma ordem, *Veja* nasce com o intuito de tratar de assuntos de interesse da sociedade e revelar a “verdade” dos fatos. E, como todo veículo de informação, há em *Veja* uma regulamentação daquilo que pode e deve ser dito dentro do campo jornalístico, pois, como afirma Barbosa (2003, p. 113)

[...] a prática midiática deve, em princípio, apurar os fatos, checar as fontes, considerar as versões conflitantes e contrapor opiniões divergentes; tomar um distanciamento tal que se possa ter uma visão geral e, ao mesmo tempo, profunda dos fatos.

Ora, mas se todo discurso é marcado pela ideologia, haveria esse pretenso distanciamento, essa suposta isenção? Certamente que não, pois, considerando o discurso como efeito de sentido entre interlocutores (PÊCHEUX, 1969, p.82) e o sujeito como assujeitado e que, portanto, se subjetiva em determinados lugares, de acordo com uma dada Formação Discursiva, a qual determina tudo aquilo que



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

pode ser dito, todo assunto tratado pela mídia será exposto de um determinado lugar.

Mídia e Discurso Político

Segundo Courtine (2003, p.22), a partir da década de 1970 as chamadas “língua de madeira” começaram a perder sua credibilidade, fazendo com que os discursos longos e monológicos da fala pública perdessem sua força. Em oposição a este tipo de fala, surge uma fala pública breve, fluída, descontínua, em que os enunciados reduzidos vêm, agora, acompanhados por imagens, que indissociáveis do discurso, têm a força de (des)qualificar os conteúdos.

Assim, a política do texto, responsável por veicular ideias, dá lugar a uma política da aparência, geradora de emoções. O orador do discurso político não é mais escutado, mas sim, visto, e cabe à mídia a função de mostrá-lo. Esta, como seu próprio nome sugere, tenta desempenhar o papel de mediação entre o leitor e a “realidade”, com o intuito de demonstrar sempre um distanciamento dos fatos para assegurar sua isenção (GREGOLIN, 2003, p.97). Tal distanciamento intenciona legitimar o discurso para desvelar supostos segredos e mentiras do mundo político, exprimindo, em sua transparência, a verdade dos fatos, numa busca constante por estabelecer-se na posição de “porta-voz” da sociedade.

Porém, Piovezani Filho (2003, p.61-62) destaca que esse movimento da mídia em oferecer uma “suposta verdade latente” não é um “movimento em sentido único”, pois há, em contrapartida, uma “necessidade humana de saber do real”. Assim, “há um certo encontro entre a fome midiática de produzir 'verdades' e a vontade do espectador de comer 'verdades'” (PIOVEZANI FILHO, 2003, p.62). E, junto a estas duas necessidades, podemos acrescentar uma terceira: a necessidade inata à política de mostrar-se. É neste sentido que Courtine (2003, p.33) afirma que



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

a política em si é um espetáculo, pois incorporou, em certa medida, aspectos da publicidade comercial.

Compartilhando da ideia de “política-espetáculo”, cunhada por Courtine, Piovezani Filho (2003) apresenta a política como um teatro, em que, de um lado, no palco, há a atuação, e do outro, na plateia, há o espectador passivo e, de repente, emerge a mídia, como um terceiro agente, atribuindo-se o papel de revelar a verdade ao público. Assim, para o referido autor, deste casamento entre mídia e política, nasceu também uma “politização” da mídia, que passa a buscar “uma posição de agente político”.

Para Miguel (2000, p.62), o espetáculo político existe em função de uma disputa de interesses, pois, ao entrar no palco, o político espera galgar posições de autoridade que sejam favoráveis aos interesses que defende, e destaca que “o público não é indiferente ao que ocorre nos bastidores nem estes são impermeáveis à sua curiosidade. Muitas vezes uma ‘revelação’ de bastidores é o momento mais espetacular da política-enquanto-espetáculo” (idem).

Neste sentido, considerando-se o período eleitoral o ponto mais auto do espetáculo político, nele os bastidores da política tornam-se ainda mais atraentes, pois a eleição representa uma decisão de uma coletividade que irá surtir efeitos no futuro das pessoas, por isso, a busca pela “verdade” é ainda maior. E é, justamente, nesta busca pela verdade dos fatos que a mídia atribui a si o papel de porta-voz do povo, falando para e em nome deste.

Veja nos bastidores da política nas eleições 2010

Esta busca constante da mídia em mostrar “a verdade dos fatos” nos bastidores políticos pode ser observada nas edições 2181, 2182, e 2183 da revista Veja, publicadas em 08, 15 e 22 de setembro de 2010, respectivamente. Nestas, há

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

uma sequência de relatos e críticas a escândalos que, supostamente, envolveram membros da “alta cúpula” do governo Lula, e, conseqüentemente, respigaram na imagem da então candidata do Partido dos Trabalhadores, doravante PT, à presidência da República do Brasil, Dilma Rousseff. No entanto, neste artigo, iremos nos deter apenas à análise das capas destas três edições, destacando as formulações verbais e não verbais que as compõem, para verificarmos como e com qual objetivo o sujeito Veja utiliza a imagem como operadora de memória.



Figura 1: Edição 2181 de Veja **Figura 1:** Edição 2182 de Veja **Figura**
1: Edição 2183 de Veja

A primeira observação a ser feita é que temos três edições consecutivas que tratam praticamente do mesmo assunto e trazem em suas capas imagens e títulos semelhantes. Por meio dessa repetição, há uma espetacularização do tema abordado, apresentando-o como acontecimento e inscrevendo-o na memória da sociedade. Pois, como observa Davallon (2007, p.25), "para que haja memória, é preciso que o acontecimento ou o saber registrado saia da indiferença, que ele deixe o domínio da insignificância. É preciso que ele conserve uma força a fim de poder posteriormente fazer impressão". Do mesmo modo, como afirma Sargentini (2003, p.132), "a mídia produz o acontecimento, já que a ocorrência de um fato não o torna histórico. Para que ele seja elevado a acontecimento (PÊCHEUX, 1990), é necessário que seja conhecido; que circule na mídia".

Verificamos, ainda, que há uma remissão a outras memórias, aqui tomada, conforme Orlandi (2001), como o interdiscurso, isto é, como discursos que circularam antes, em outros lugares, retomados para legitimar o discurso agora veiculado. E, essas outras memórias são aqui retomadas por meio de imagens, que mobilizam uma maior atenção sobre o leitor, neste caso (e)leitor, para causar-lhe uma impressão mais forte.

O Polvo, (re) significado de uma memória

O polvo é um molusco marinho que possui as seguintes características: é detentor de uma coroa de oito tentáculos/braços, de um corpo mole, desprovido de esqueleto, e de três mecanismos de defesa: glândulas de tinta negra, que servem para confundir os predadores, camuflagem, que possibilita que ele possa se



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

disfarçar, confundindo-se com o ambiente em que está e, ainda, autotomia de tentáculos, que consiste na decepção de um ou mais dos seus tentáculos para distrair os seus predadores. Estes tentáculos, devido à sua capacidade regenerativa, podem crescer novamente.

Após esta breve descrição, vale salientar que a imagem do polvo foi a primeira a analisarmos por estar presente nas capas das três edições. Nossa hipótese é de que ela funcionará como mediadora no processo de remissão a outras memórias. De início, verifica-se o jogo de palavras feito entre "povo e polvo", elaborado por meio do acréscimo da consoante "l", o que nos permite inferir que houve uma substituição de um elemento pelo outro. Em seguida, observamos que a figura do polvo é uma metáfora, trazida para representar algo. Mas que representação seria essa? Para tal resposta é necessário, antes, identificar o jogo de memórias mobilizado a partir da figura do polvo.

A princípio, é possível afirmar que a escolha da imagem do polvo como figura central das capas destas três edições pode estar associada, em certa medida, a uma tentativa de espetacularização dos eventos nelas tratados, visto que esta figura ganhou um grande espaço na mídia durante a última Copa do Mundo, realizada em 2010, no período de 11/06/2010 à 11/07/2010. Neste evento, um polvo considerado "vidente" ganhou notoriedade no espetáculo midiático por ter "adivinhado" o ganhador de algumas partidas de futebol.

Podemos, entretanto, conjecturar ainda mais e ir até o século XVI, quando o Padre Antônio Vieira pregou o "Sermão de Santo Antônio aos Peixes", utilizando a figura do polvo para fazer um vitupério dos vícios humanos. Neste sermão, o Padre Vieira afirma que determinados seres humanos são como polvos, pois enganam as pessoas com a sua capacidade de passar despercebido, atacam sem ser notado e sem dar condições de defesa ao opositor etc., utilizando-se da imagem do polvo, portanto, como metáfora para sentimentos como a hipocrisia, a

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

mentira, a falsidade e a traição. Assim, mais do que uma tentativa de espetacularização de um fato, a imagem do polvo pode ter sido empregada com o intuito de desvelar ao (e)leitor da revista *Veja* um determinado caráter dos envolvidos nos fatos ali mostrados.

Análise do Corpus

Agora que já definimos o efeito de sentido que a figura do polvo, por meio de uma (re)ativação de memória, pode causar no (e)leitor, analisaremos o conjunto de textos verbais e imagéticos que compõem cada uma das três capas.

Na capa da edição 2181 (figura 1), o título “O partido do polvo”, assim como o nome da Revista *Veja*, está grafado em cor vermelha, criando uma unidade visual que produz um efeito de sentido de convite, ou ordem, já que o nome *Veja* é, além do nome do periódico sob análise, um verbo no modo imperativo. Desse modo, pode-se dizer que se trata de um convite para que o leitor “veja/conheça” o partido do polvo. Mas que partido é esse? Esta é uma resposta simples que, inicialmente é dada pela própria cor dos enunciados: o vermelho, que é a cor que representa o PT. O título em si também já indica qual é esse partido, pois é evidente o jogo com as palavras polvo e povo, que, no jogo paradigmático de substituição, pode ser lido como “O partido do povo”, enunciado que, por meio da memória, nos remete, mais uma vez, ao PT.

Esse jogo de palavras mostra, em certa medida, o tom irônico da revista, e cria o efeito de sentido de que o partido que diz representar o povo, representa, na verdade, o polvo. Nesta capa, a figura de tal molusco, como sugerido pelo subtítulo, “A quebra do sigilo fiscal da filha de José Serra é sintoma do avanço tentacular de interesses partidários e ideológicos sobre o estado”, é uma metáfora para

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

representar o que o sujeito Veja denomina de “interesses partidários e ideológicos”.

Como texto imagético, temos o Brasão da República envolto por tentáculos de polvo. Esse jogo de imagens remete a ideia de que o Estado Brasileiro, aqui representado pelo Brasão da República, está sendo utilizado a serviço de interesses privados de um partido que deveria representar o povo, mas não o faz. Se analisarmos em conjunto os textos verbais e imagéticos, teremos um efeito de sentido mais geral, que indica que, assim como um polvo, o PT age sorrateiramente, aproveitando-se do aparelho do Estado, que tem nas mãos, para não ser notado e atacar o seu opositor nas eleições 2010, José Serra, por meio da quebra do sigilo fiscal de sua filha, Verônica Serra.

A capa da edição 2182 (figura 2), assim como o polvo que a compõe, tem o fundo vermelho, remetendo, mais uma vez, ao PT. O nome da revista está apenas com um contorno branco, mesma cor do título, criando o mesmo efeito de sentido originado pela unidade visual dos enunciados da edição anterior. O título “O polvo no poder”, retoma o título da capa da edição anterior, em que o polvo representa o PT. Anterior ao título, observamos a palavra “EXCLUSIVO”, grafada em caixa alta, indicando que a matéria traz informações que só a Veja possui. No subtítulo “Empresário conta como obteve contratos de 84 milhões de reais no governo graças à intermediação do filho de Erenice Guerra, ministra-chefe da casa civil, que foi o braço direito de Dilma Rousseff”, confirma-se a ideia de que, novamente, o polvo é utilizado como uma metáfora para representar o PT, pois todos os principais envolvidos no fato narrado têm alguma relação com tal partido.

Nesta edição, a imagem é de um polvo vermelho segurando com seus oito tentáculos maços de dinheiro. É interessante notar ainda, que a disposição tentacular do polvo forma uma estrela vermelha de cinco pontas, símbolo do PT. A imagem do dinheiro em maços nos remete a ideia de algo ilegal, um dinheiro ilícito,

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

oriundo de ações desonestas. O conjunto dos textos verbais e imagéticos reforça, mais uma vez, a ideia de que o PT é um partido desonesto, que se aproveita do poder que exerce por ocupar a presidência da República e, conseqüentemente, os principais cargos administrativos do governo, para privilegiar interesses próprios em detrimento dos interesses da sociedade.

Já a capa da edição 2183 (figura 3), traz o nome da revista mais uma vez em vermelho, criando o mesmo efeito de unidade visual que as capas das duas edições anteriores. No entanto, o enunciado a que ele se une é o subtítulo, que é apresentado sob a forma de um balão de diálogo que sai de uma das janelas da casa civil e indica que a fala em questão é uma espécie de grito, em que expressão “caraca!” denota espanto. No lado direito da capa, observamos a presença de um enunciado que funciona como uma legenda, explicando que a fala que está no balão foi enunciada por um ex-funcionário da Casa Civil ao abrir uma gaveta cheia de dinheiro. O título, “A alegria do polvo” está em amarelo, que no imaginário popular, remete à ideia de ouro, dinheiro. Essa ideia é reforçada pelo subtítulo e pela legenda, e indica que o “polvo” se alegra ao receber dinheiro que não tem uma origem legal.

O texto imagético desta edição é composto por uma foto da Casa Civil em que vários tentáculos de um polvo vermelho, como o PT, surgidos de vários lugares, seguram suas pilastras. Simbolicamente, a casa civil representa a casa do povo, onde se delibera por e para ele. Estando, pois, o “polvo” segurando as pilastras que sustentam esta casa, a mesma está vulnerável a ele, e este poderá atacá-la por todos os lados. Analisando o conjunto das imagens com os textos verbais, podemos verificar que esta capa cria o efeito de sentido de que o “polvo-PT” está tomando a casa civil por todos os lados, prendendo-se às suas sustentações para tirar dinheiro do povo dentro de sua própria casa, agindo assim, de forma traiçoeira e desonesta.



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

CONCLUSÕES

A partir da análise das três capas, é possível verificar que o sujeito Veja utiliza diversas imagens para retomar outras memórias, numa tentativa de espetacularizar os fatos ocorridos e de mostrar à sociedade, por quem e para quem ela fala, qual é a verdade sobre o Partido dos Trabalhadores, que busca continuar no poder nas eleições 2010, por meio da candidatura de Dilma Rousseff. Assim, verificamos que as três edições remetem a uma mesma sequência de efeitos de sentido que buscam mostrar ao (e)leitor que o Partido dos Trabalhadores é como um polvo, desonesto, hipócrita e cheio de artimanhas, agindo sempre em benefício próprio sem se preocupar com os outros que o cercam e com a sociedade que representa.

No entanto, esta verdade acerca do PT, mostrada pelo sujeito Veja, só terá o efeito de “verdade inquestionável” para aqueles que se identificam com este discurso, veiculado pela mídia, mas não criado por ela, e se subjetivarem no mesmo lugar discursivo que o sujeito Veja. Trata-se, portanto, de um jogo de imagens e de memórias que circulam não só na mídia, mas que nela ganham certa notoriedade, já que, como visto, o papel da mídia na sociedade é, justamente, espetacularizar discursos que circulam nas mais diferentes esferas.



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Pedro Luis Navarro. O papel da imagem e da memória na escrita jornalística da história do tempo presente. In: GREGOLIN, Maria do Rosario (Org). **Discurso e Mídia: A Cultura do Espetáculo**. São Carlos: Claraluz, 2003.
- COURTINE, Jean Jacques. Os deslizamentos do espetáculo político. In: GREGOLIN, Maria do Rosario (Org). **Discurso e Mídia: A Cultura do Espetáculo**. São Carlos: Claraluz, 2003.
- DAVALLON, Jean. A imagem, uma arte de memória? In: ACHARD, Pierre... [et al.]. **Papel da Memória**. Trad. José Horta Nunes – 2 ed., Campinas, SP: Pontes, 2007.
- GREGOLIN, Maria do Rosario. O acontecimento político na mídia: metáfora de uma breve história do tempo. In: GREGOLIN, Maria do Rosario (Org). **Discurso e Mídia: A Cultura do Espetáculo**. São Carlos: Claraluz, 2003.
- MIGUEL, Luis Felipe. **Mito e discurso político: uma análise a partir da campanha eleitoral brasileira de 1994**. Campinas, SP: Editora Unicamp; São Paulo, SP: Imprensa Oficial, 2000.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 2001.
- PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso (AAD69). In: Gadet, S. Hak, T. (Org.). **Por uma Análise Automática do Discurso: Uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. São Paulo: Unicamp, 1993, p. 61-105.
- PIOVEZANI FILHO, Carlos Félix. Política midiaticizada e mídia politizada: fronteiras mitigadas na pós-modernidade. In: GREGOLIN, Maria do Rosario (Org). **Discurso e Mídia: A Cultura do Espetáculo**. São Carlos: Claraluz, 2003.
- SARGENTINI, Vanice Maria Oliveira. A teatralidade na geração de empregos: mídia na campanha eleitoral. In: GREGOLIN, Maria do Rosario (Org). **Discurso e Mídia: A Cultura do Espetáculo**. São Carlos: Claraluz, 2003.