



BRAGA, Camila Fernandes; SANTOS, João Bosco Cabral dos. “Sentidos da mídia em sujeitos candidatos à presidência da república.” *Revista Diadorim / Revista de Estudos Linguísticos e Literários do Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas da Universidade Federal do Rio de Janeiro*. Volume 10, Dezembro 2011. [http://www.revistadiadorim.lettras.ufrj.br]

## SENTIDOS DA MÍDIA EM SUJEITOS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

Camila Fernandes Braga<sup>1</sup>

João Bosco Cabral dos Santos<sup>2</sup>

### RESUMO

Este estudo tem por objetivo verificar os sentidos produzidos por uma instância enunciativa sujeitudinal jornalista sobre uma instância enunciativa sentidural candidato à presidência da República. Será tomado como *corpus* reportagens retiradas das revistas *Veja* e *Época* referentes aos três principais candidatos à Presidência da República nas eleições de 2010. Nossa hipótese sugere a existência de uma parcialidade explícita, por parte dessas instâncias midiáticas, que coloca o direcionamento de uma posição de vinculação político-fisiológica dessas instâncias à eleição do candidato José Serra do PSDB. Pretendemos explicitar, pois, que sentidos são produzidos pelas instituições midiáticas *Veja* e *Época* ao enunciar o discurso político das candidaturas à presidência da República. Nosso interesse é compreender a amplitude dos sentidos produzidos por uma instância enunciativa sujeitudinal jornalista sobre uma instância enunciativa sentidural candidato à presidência da República a partir de seu atravessamento interdiscursivo em uma enunciação midiática. Tomaremos como arcabouço teórico conceitos da Análise do Discurso de linha francesa. A partir da reflexão teórica realizada por Santos (2009), consideramos a instância enunciativa sujeitudinal como uma alteridade de instâncias-sujeito no interior de um processo enunciativo. Ao proceder às análises, procuramos apresentar evidências enunciativas segundo as quais as instituições midiáticas *Época* e *Veja* enunciam do lugar discursivo das elites sociais. Isso justifica a percepção de que há uma parcialidade explícita por parte das instituições 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 desidentificação com a candidata Dilma Rouseff.

**PALAVRAS-CHAVE:** Análise do Discurso; Discurso Político; Instância Enunciativa Sujeitudinal.

---

1. Professora Associada da FALE/UFMG – Coordenadora do NAD/FALE/UFMG – Pesquisadora do CNPq

2. Docente do Instituto de Letras e Linguística (ILEEL) da Universidade Federal do Uberlândia (UFU). Coordenador do Laboratório de Estudos Polifônicos do PPGEL do ILEEL/UFU.

## ABSTRACT

This paper aims at showing senses realized from a Journalistic Subjective Enunciative Instance meaning a Candidate Sense Enunciative Instance. It will be taken for analysis samples of journalistic enunciation from the Brazilian Weekly News *Veja* and *Época*, approaching three main candidates of Brazil President Elections in 2010. Our hypothesis suggest a defined position from these Media Units in supporting the candidate from PSDB (Brazilian Social Democracy Party). We also aim at discussing which senses reveal such support, considering interdiscursive clues, implicit in the statements and discursive sequences analyzed. Brazilian Weekly News *Veja* and *Época*, in this case, represent elite political thought and always take position, explicitly, against candidates which represent Worker Interests.

**KEYWORDS:** Discourse Analysis; Political Discourse; Subjective Enunciative Instance.

## Introdução

O objetivo geral desta pesquisa é verificar os sentidos produzidos por uma instância enunciativa sujeitudinal jornalista sobre uma instância enunciativa sentidural candidato à presidência da República e o objetivo específico é descrever como uma instituição midiática produz sentidos do discurso político ao construir uma leitura sobre as candidaturas à presidência da República.

Nessa perspectiva, tomaremos como corpus reportagens retiradas das revistas *Veja* e *Época* referentes aos principais candidatos à Presidência da República nas eleições de 2010.

A hipótese aqui diz respeito à existência de uma parcialidade explícita, por parte dessas instâncias midiáticas, que coloca o direcionamento de uma posição de vinculação político-fisiológica dessas instâncias à eleição do candidato José Serra do PSDB, por ser o partido que sempre atendeu às necessidades das elites brasileiras no que tange ao favorecimento político e econômico de determinados segmentos da sociedade brasileira, como os banqueiros, os industriais, os latifundiários, os empresários do ramo de serviços e transportes, entre outros segmentos de profissionais liberais que são sempre beneficiados pela política fisiologista e clientelista do PSDB e dos Democratas.

Este estudo justifica-se pelo interesse em compreender a amplitude dos sentidos produzidos por uma instância enunciativa sujeitudinal jornalista sobre uma instância enunciativa sentidural candidato à presidência da República a partir de seu atravessamento interdiscursivo em uma enunciação midiática. Para este estudo serão tomados como arcabouço teórico conceitos da Análise do Discurso de linha francesa, para examinarmos os sentidos que subjazem às candidaturas à Presidência da República, produzidos pelas instituições midiáticas.

## A instância enunciativa sujeitucional

A partir da reflexão teórica realizada por Santos (2009), consideramos a instância enunciativa sujeitucional como uma alteridade de instâncias-sujeito no interior de um processo enunciativo. De acordo com este autor (*op. cit.*), 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 sujeitucional pelo caráter de movência contínua em alteridade constitutiva, demarcada por funcionamentos interdiscursivos, os quais evidenciam uma diversidade de tomadas de posição da instância-sujeito.

No que concerne à noção de instâncias-sujeito, é relevante discorrer sobre a noção de sujeito discursivo e de sua faceta enquanto lugar discursivo. De acordo com as reflexões de Pêcheux (1988), sujeito discursivo é o conjunto (interseção) das várias manifestações do sujeito que são reveladas a partir do momento que este é interpelado ideologicamente e toma uma posição.

Esse processo de interpelação é decorrente da identificação do sujeito com a formação discursiva que o domina. Assim, o sujeito se constitui a partir de sua tomada de posição.

Quanto à noção de lugar discursivo, este representa a instância-sujeito que toma uma posição diante de uma interpelação que foi submetida a um processo de clivagem.

Nessa perspectiva, as instituições midiáticas *Veja* e *Época*, tomadas como corpus neste estudo, configuram-se como Instâncias Enunciativas Sujeitucionais na medida em que, dotadas de determinadas inscrições ideológicas, são interpeladas e passam a ocupar uma posição em um processo de enunciação, ou seja, passam a ocupar um lugar discursivo.

## Sobre a noção de sentido e a instância enunciativa sentidural

O sentido é produzido na clivagem entre o sujeito e o interdiscurso, mediado pela interpelação. Ele só é produzido pela constituição do sujeito, ou, mais especificamente, só se instaura a partir da tomada de posição do sujeito.

No que concerne à noção de *efeito de sentido*, é relevante explicitar que o termo *efeito* é entendido como o conjunto de significações que uma conjuntura de elementos (da história) produz e o termo *sentido* é o momento em que uma conjuntura de significações produz uma percepção. Assim, o *efeito de sentido* emerge da inscrição discursiva 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 interpeção sofrida pelo sujeito no processo de enunciação. São esses efeitos que determinam as inscrições discursivas dessas instâncias-sujeito.

Nas análises, explicitaremos como as instâncias enunciativas sujeitacionais *Veja e Época* se movem, se deslocam e constroem sentidos dos dizeres dos candidatos à presidência da República, produzindo outros sentidos do discurso político.

Conhecendo, assim, a noção de sentido, discorreremos sobre a instância enunciativa sentidural candidato à presidência da República. A exemplo do que foi abordado ao discutirmos a noção de instância enunciativa sujeitacional (SANTOS, 2009), a denominação instância enunciativa sentidural também está relacionada à configuração de um sentido que emerge no interior de um processo enunciativo.

Nessa perspectiva, os candidatos à presidência da República configuram-se como instâncias enunciativas sentidurais na medida em que seus dizeres são tomados pelas instâncias enunciativas sujeitacionais *Veja e Época* para que elas (re)produzam, desloquem, os sentidos desses dizeres. Passíveis dessa movência dos sentidos de seus dizeres os candidatos tornam-se instâncias enunciativas sentidurais.

## **Ideologia, Formações Ideológicas e Formação Discursiva**

Ideologia é a anterioridade discursiva, isto é, o conjunto de valores, inscrições, história e memórias que constituem o sujeito discursivo. Por meio da ideologia, como já foi dito, o sujeito é interpeado e toma uma posição. Nesse sentido, é relevante discorrermos, também, sobre formações ideológicas (doravante FI), que são os elementos que permitem a construção de uma convicção acerca de um dado acontecimento.

Quanto à noção de Formação Discursiva (FD), é relevante entendê-la como o “conjunto de componentes interligados das FI” (COURTINE 2009). FD é o que, em uma dada FI, determina o que pode e deve ser dito (PÊCHEUX, 1988, p.160). Isso significa que os enunciados significam de acordo com a FD em que são produzidos.

Retomando a noção de ideologia, esta é intrínseca à noção de discurso. Isso ocorre devido ao fato de que a ideologia é materializada no discurso e este, por sua vez, materializa-se na língua. Ao enunciar, o sujeito constroi evidências de suas formações ideológicas e discursivas, o que faz com que efeitos sejam produzidos em seus dizeres. Assim, diante de qualquer enunciado, uma instância-sujeito é levada a interpretar o sentido que emerge como uma evidência no acontecimento discursivo. Nessa perspectiva, a ideologia produz evidências acerca do lugar discursivo em que o sujeito se inscreve.

Se considerarmos o discurso como a materialidade da ideologia, compreenderemos que ele só existe em um meio social, dotado de uma historicidade característica do contexto em questão. É nesse contexto, no qual o discurso está inscrito, que o sentido é construído. Assim, quando nos deparamos com um sujeito em um processo de enunciação, procuramos verificar sua inscrição discursiva, por meio de sua inscrição ideológica.

Nesta pesquisa, analisaremos sequências discursivas referentes aos dizeres políticos relativos às candidaturas à presidência da República. Nessas sequências, explicitaremos as evidências de significações que remetem a inscrições ideológicas e sócio-políticas que constituem os dizeres das instituições midiáticas em estudo, buscando informações que evidenciem o lugar discursivo do qual elas enunciam e a forma como produzem sentidos acerca das candidaturas.

Por meio dessa análise construiremos uma interpretação sobre as manifestações ideológicas materializadas nos dizeres das instituições midiáticas. Consideraremos, assim, as inscrições sócio-políticas dos candidatos e das instituições midiáticas e, conseqüentemente, suas filiações políticas.

Nesse sentido, é relevante tomarmos como referência de interpretação, o mecanismo da antecipação, segundo o qual todo sujeito é capaz de se colocar no lugar de seu interlocutor e antecipar-se, assim, quanto às prováveis significações subjacentes aos enunciados realizados por essas instâncias-sujeito. É por meio desse mecanismo que o sujeito consegue hipotetizar o processo de argumentação, visando às significações que se constituirão a partir de seus dizeres.

## Condições de Produção e Interdiscurso

De acordo com Courtine (2009), a CP do discurso “é a passagem contínua da história (a conjuntura e o estado das relações sociais) ao discurso pela mediação das relações do indivíduo com o grupo em uma situação de enunciação”. (p.50) A partir dessa afirmação, podemos compreender que as condições de produção do discurso é o contexto sócio-político-ideológico no qual o enunciado é construído. As condições de produção dos discursos são responsáveis, conseqüentemente, pelo sentido que emerge no discurso, ou seja, os enunciados significam de acordo com as condições em que são produzidos.

Considerando o *corpus* em questão, analisaremos sequências discursivas para buscarmos os aspectos históricos constitutivos dos discursos enunciados pelas instituições midiáticas em questão. Assim, examinaremos a produção dos efeitos enunciativos desses enunciados, pois o sentido, como foi visto, é consequência das condições de produção do discurso. Então, ao analisarmos as sequências discursivas, explicitaremos em que condições sócio-político-ideológicas os dizeres das instâncias enunciativas sujeitacionais *Veja* e *Época* são produzidos.

Entendendo, assim, a relevância do conhecimento das condições de produção dos discursos, é necessária a abordagem teórica da noção de interdiscurso. De acordo com Pêcheux (1988, p.162), interdiscurso é “o todo complexo com dominante das formações discursivas”, esclarecendo que ele é submetido à lei de desigualdade-contradição-subordinação que caracteriza o todo complexo das formações ideológicas.

Interdiscursividade é, então, o atravessamento de discursos outros pelo discurso predominante. Todo discurso está em constante relação com outros discursos, o que faz com que um enunciado sempre suscite outro. Essa relação entre os discursos, por sua vez, nos remete ao conceito de formações discursivas que, como já foi teorizado, é o que determina o que pode e deve ser dito pelo sujeito de acordo com suas formações ideológicas.

## Silenciamento

Após discorrermos sobre as noções de sentido, ideologia e condições de produção, faz-se necessário, considerando-se que o *corpus* em questão é de natureza política, falar da noção de silêncio.

O homem está ‘condenado’ a significar. Com ou sem palavras, diante do mundo, há uma injunção à ‘interpretação’: tudo tem de fazer sentido (qualquer que ele seja). O homem está irremediavelmente constituído pela sua relação com o simbólico. (ORLANDI, 1995, p.31-32)

A partir dessa afirmação, podemos compreender que o sentido emerge em todos os lugares. A instância-sujeito, por sua vez, está sempre se deparando com situações de interpretação. Tomando como exemplo uma realização linguageira qualquer que é vivenciada por uma instância-sujeito, este atribuirá a ela sentidos que podem ser diferentes daqueles atribuídos por outra instância.

Na Análise do Discurso de linha francesa esse fato é explicado devido à incompletude da linguagem. Esse caráter confere a ela vazios e falhas que propiciam a instauração do silêncio. Então, de acordo com Orlandi (op. cit.), “ao invés de pensarmos o silêncio como *falta*, devemos pensar a linguagem como excesso” (p.33), pois é nesse excesso da linguagem que muitos sentidos estão *silenciados*.

Nessa perspectiva, para que um sujeito construa sentidos a partir do que foi silenciado em um determinado enunciado, devem ser consideradas as formações discursivas nas quais o sujeito se inscreve e as condições de produção do enunciado, pois o sentido do silêncio não está nas palavras enunciadas, mas nas suas condições de produção. Explica Orlandi (op. cit.): “o silêncio não tem *marcas* formais, ele deixa *pistas, traços*” (p.48), ou seja, está presente na opacidade do que está dito.

Considerando-se o *corpus* em estudo, é necessário conhecer as inscrições ideológicas dos candidatos e das instituições midiáticas para se perceber o que está dito, mas não enunciado na superfície dos dizeres, ou seja, o que foi silenciado. Procuraremos, nas reportagens das referidas instituições, regularidades que evidenciem sentidos que foram silenciados pelas instituições, sentidos esses que apontam para processos de identificação e desidentificação das instituições com os candidatos.

## **Sentidos da mídia em sujeitos candidatos à Presidência da República**

Começaremos as análises com três capas da revista *Época*, que remetem aos candidatos à presidência da República Marina Silva, Dilma Roussef e José Serra. A análise dessas capas será feita de acordo com a ordem de publicação.

A primeira delas, publicada em 15 de agosto de 2009, trás a foto da candidata do PV Marina Silva e a seguinte epígrafe: “Presidente Marina? Como a candidatura de Marina Silva – a ambientalista admirada pela sua biografia e temida por suas ideias radicais – embaralha o jogo eleitoral de 2010”.

Quanto à foto, é relevante descrever o ângulo em que foi posicionada. A candidata está com o pescoço inclinado para o lado e olha para cima, ao mesmo tempo em que sorri. Além disso, essa capa tem o plano de fundo em tons verde, que constrói um sentido de relação com o partido político da candidata, Partido Verde.

O fato de que Marina parece estar olhando para algum lugar distante produz um sentido de que ela tem uma visão mais além, que ela enxerga à frente. Considerando-se que as propostas de governo da candidata se baseiam em um desenvolvimento sustentável, a direção do olhar da candidata, assim como o sorriso dela, representam a crença que ela tem na possibilidade de promover o desenvolvimento do país de forma diferente das propostas pelos demais candidatos.

No que concerne à epígrafe da foto, é relevante percebermos os sentidos que emergem do enunciado “Presidente Marina?”. A interrogação colocada trás um sentido de dúvida em relação à possibilidade de a candidata ganhar a eleição. Há uma tentativa, pela instância enunciativa sujeitidual *Época*, de induzir o leitor a pensar: “Será que ela ganharia a eleição?”. Esse sentido de dúvida, construído pela instituição midiática, silencia um sentido de certeza que esta tem de que Marina não ganhará a eleição, mas que ela é capaz de provocar alterações nos resultados.

Em seguida, temos a presença do termo “ambientalista”, que se relaciona ao já descrito plano de fundo da capa, e do enunciado “temida por suas ideias radicais.” Este enunciado produz o sentido de que a candidata é uma ameaça aos demais devido às suas propostas.

O adjetivo “radicais”, conferido às propostas, nos remete às formações discursivas nas quais a candidata se inscreve para enunciar sua candidatura. Filiada ao Partido Verde, de acordo com o que já foi dito, a candidata tem propostas que vão ao encontro dos ideais dos ambientalistas e dos jovens brasileiros. Os ideais são considerados radicais pela dificuldade encontrada nas tentativas de se promover o crescimento do país sem devastar o meio ambiente.

Assim, a partir do momento em que a candidata aproxima suas ideias das de um público consideravelmente grande, ela se torna uma candidata em potencial que “embaralha” a disputa presidencial. É relevante, aqui, explicitar as condições de produção do acontecimento discursivo eleições 2010, uma vez que o termo “embaralha” alude ao fato de que os candidatos de maior representação, em termos de intenção de votos, são, em primeiro lugar, Dilma Roussef e, em segundo, José Serra. Nesse sentido, ao conquistar um grupo definido de eleitores, Marina Silva receberia votos que poderiam ser de um desses candidatos, o que promoveria um segundo turno na eleição. Todos esses sentidos produzidos pela instituição midiática a partir do termo “embaralha” evidenciam sua desidentificação com a candidata Dilma e identificação com o candidato Serra.



Passemos, agora, à análise da capa da edição publicada em 14 de agosto de 2010. Nesta, verificamos a foto da candidata do Partido dos Trabalhadores Dilma Roussef, e a inscrição “Dilma Roussef: 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 uma parte de um carimbo. É relevante explicitar que essa figura é o único detalhe colorido da foto: o carimbo é vermelho.

As cores utilizadas e o carimbo nos remetem a fichas, ou seja, a imagem ilustra a informação contida na inscrição, 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 imagem da ficha da candidata constrói um sentido de remissão ao passado de Dilma, o que é uma evidência da tentativa, por parte da instituição midiática, de chamar a atenção do leitor para algo comprometedor que a candidata teria feito em sua juventude. Há, também, a produção de um sentido que confere um caráter pejorativo a ela, 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 imagem, a evidência de que há um desejo da instituição midiática de tornar público o passado da candidata. O próximo enunciado, “Documentos inéditos revelam”, produz o sentido de que há provas da veracidade do que será publicado por *Época*, além de evidenciar, por meio do uso do item lexical “revelam”, uma tentativa de polemizar algum acontecimento relevante que teria sido acobertado no passado de Dilma. Essa tentativa é um indício de que a instituição midiática se desidentifica com a candidata.

É relevante explicitar, também, 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 evidencia 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, cuja produção é perceptível nos itens já analisados. Percebemos, aqui, outra regularidade que aponta para um processo de desidentificação 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 Roussef a um dos períodos mais críticos e polêmicos pelo qual o Brasil passou, a ditadura.

Assim, ao afirmar que fará uma revelação sobre algo obscuro do passado da candidata, criando uma expectativa em torno disso, colocando uma foto em que ela aparece como uma pessoa fichada, e finalizar 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 desidentificação da instituição com a candidata do Partido dos Trabalhadores Dilma Rousseff, uma vez que são evidentes as tentativas de se construir uma imagem negativa da candidata.

Analisaremos agora a capa da edição publicada em 04 de setembro de 2010, que se refere ao candidato José Serra. Na capa, com um plano de fundo completamente negro, temos uma foto do candidato com um semblante sério, vestido formalmente e com a face direita levemente sombreada. 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 sentido de surgimento do candidato, como se este estivesse “saindo das sombras”. Um detalhe relevante é que as vinhetas da capa, 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.

Quanto à epígrafe, podemos afirmar que seu título, “A cartada de Serra”, escrito em tom laranja escuro, produz um efeito de imponência e decisão, como se o candidato tivesse descoberto algum recurso que decidiria as eleições.

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 eles 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.

Ainda no que concerne a esse enunciado, considerando as suas condições de produção, verificamos o silenciamento do envolvimento da candidata do PT Dilma Roussef no caso. Essa informação silenciada é percebida pelo fato de essa candidata ser a maior concorrente de José Serra, o que seria uma justificativa para sua inclusão no acontecimento. Esse silenciamento produz evidências de que a instância enunciativa sujeitudinal não se identifica com Dilma.

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.

Ao analisarmos a capa da edição que alude ao candidato José Serra, podemos afirmar, principalmente pela tentativa de se agravar o acontecimento relatado, que a instância enunciativa sujeitudinal *Época* possui identificação com o candidato do PSDB.

Passaremos agora para a análise de sequências discursivas<sup>3</sup> (doravante SD), enunciados operadores e de imagens, retirados da revista *Veja*, referentes aos candidatos. Começaremos com uma reportagem publicada na edição de 06 de outubro de 2010 que se refere ao debate político realizado pela Rede Globo em 30 de setembro. Nesse debate estavam presentes os candidatos Dilma Roussef, Marina Silva, José Serra e Plínio de Arruda, do PSOL.

O início dessa reportagem é marcado por uma imagem em que aparecem os candidatos, um ao lado do outro, cada um em sua banca, à exceção de Plínio, que não aparece. Esse apagamento do candidato evidencia o que já era percebido nas pesquisas, sua pequena representatividade nas intenções de voto.

O título da reportagem, “Insosso, insípido e inodoro”, está escrito do lado esquerdo do texto de forma que cada uma das três palavras foi disposta uma embaixo da outra. Essa disposição, assim como a sequência de sons semelhantes, produz um efeito de frieza, o que é destacado pela própria escolha dos adjetivos, que normalmente são atribuídos a alimentos. Esses efeitos produzem um terceiro, o de que o debate em questão não correspondeu às expectativas.

Em seguida, recortamos a SD “Estavam no palco os três principais candidatos mais o aspirante a humorista Plínio de Arruda Sampaio, do PSOL, que não desperdiçou uma chance de prestar sua contribuição ao empobrecimento do debate (...)” (SD1). Em SD1, percebemos, novamente, o apagamento do candidato Plínio de Arruda na menção dos principais candidatos, o que é enfatizado pelo adjetivo “humorista”. É perceptível que a instância enunciativa sujeitudinal *Veja* não o considera um candidato em potencial, uma vez que ela explicita a falta de seriedade dele.

---

3. Neste trabalho, tomaremos as sequências discursivas como macro- unidade de análise e enunciados operadores como micro-unidade de análise.

Vejamos, então, SD2,

De Dilma Roussef, pode-se dizer que o único momento memorável foi quando ela, num retumbante ato falho, declarou a respeito do financiamento de sua campanha: ‘Nós registramos todas as doações – que são oficiais’ A frase provocou gargalhadas da plateia. (...) Em política profissional, o nome disso é ‘caixa dois’.

Percebemos a tentativa da instituição midiática de enfatizar um momento em que, de acordo com a instituição, a referida candidata teria se pronunciado de forma ambígua. Essa ambiguidade ocorreu quando ela afirmou que o partido registra as doações que são oficiais, afirmação que coloca em dúvida se há ou não um conjunto de doações que não são oficiais e que, conseqüentemente, não são registradas.

Além disso, no enunciado “Em política profissional, o nome disso é ‘caixa dois’”, verificamos que a instituição midiática destaca o nome de um procedimento político ilegal bastante recorrente no universo político, e de conhecimento da população em geral.

Remetendo-nos à anterioridade discursiva, constituinte da candidata e do partido ao qual ela é filiada, PT, podemos nos lembrar do período em que, durante o governo do até então presidente da República e co-partidário de Dilma, Lula, houve a “Crise do Mensalão”, época em que a expressão “caixa dois” foi bastante utilizada. Assim, no enunciado em análise, percebemos que emerge um sentido silenciado, o de que a candidata, assim, como seus antecessores, está envolvida em procedimentos ilícitos.

Percebemos, então, em SD2, uma primeira regularidade que aponta para um processo de desidentificação da instância enunciativa sujeitudinal *Veja* em relação à instância enunciativa sentidural candidata à Presidência da República Dilma Roussef.

Em seguida, temos a SD3

Quem esperava um confronto entre Dilma e Serra (...) terminou frustrado. Não se ouviu do tucano uma palavra sobre a quebra do sigilo fiscal de sua filha, Verônica Serra, ou sobre os escândalos da Casa Civil que culminaram com a queda de Erenice Guerra, ex-braço direito de Dilma. Serra evitou o assunto por cálculo eleitoral. (...) Se o candidato tocasse em temas sensíveis para a adversária, sairia desgastado junto ao grupo de eleitores menos informados, que entenderiam que ele estaria ‘apelando’. Compreende-se que o tucano queira jogar para ganhar, (...) mas também é inegável que, com essa atitude, ele livrou Dilma de ter de se explicar publicamente, sem a ajuda de assessores ou a proteção de Lula – o que seria muito bom para o Brasil.

Analisando o enunciado que inicia a SD3, “Quem esperava um confronto entre Dilma e Serra (...) terminou frustrado.”, verificamos, por meio do uso da expressão “confronto entre”, evidências de que ambos os candidatos teriam argumentos para uma possível discussão, ou seja, os dois estariam envolvidos em escândalos que poderiam ser mencionados. No entanto, ao continuar a leitura, percebemos que a instituição midiática menciona só os argumentos que o candidato José Serra teria contra a concorrente.

Nesse sentido, percebemos um apagamento dos argumentos que Dilma teria contra Serra, o que pode ser compreendido como uma tentativa, por parte de *Veja*, de apagar os prováveis infortúnios cometidos pelo candidato tucano e pelo partido dele. Esse apagamento silencia o sentido de que a candidata tenha mais envolvimento em questões políticas polêmicas do que ele, o que o torna um candidato mais apto do que ela. Encontramos, assim, outra regularidade que aponta para um processo de desidentificação entre a instituição midiática e a candidata Dilma e uma que aponta para um processo de identificação entre *Veja* e o candidato José Serra.

Continuando a análise, em SD3, temos o seguinte enunciado: “Serra evitou o assunto por cálculo eleitoral. (...) Se o candidato tocasse em temas sensíveis para a adversária, sairia desgastado junto ao grupo de eleitores menos informados, que entenderiam que ele estaria ‘apelando.’”

No início desse enunciado, “Serra evitou o assunto por cálculo eleitoral”, percebemos, novamente, o apagamento de Dilma Rousseff. Verificamos a produção de um sentido que aponta para uma superioridade, atribuída pela instituição midiática, do candidato mencionado, como se a decisão por evitar uma possível arguição só pudesse ser tomada por ele. Ao apagar a candidata do PT, *Veja* se posiciona contrariamente à candidatura dela, o que é uma evidência de um processo de desidentificação.

No enunciado “Se o candidato tocasse em temas sensíveis para a adversária, sairia desgastado (...)”, mais uma vez percebemos o apagamento de Dilma. Nesse enunciado, também verificamos que a instituição midiática confere somente a José Serra a decisão por tocar ou não em assuntos polêmicos.

Nesse sentido, percebemos que os apagamentos da candidata Dilma feitos pela instância enunciativa sujeitudinal *Veja* evidenciam a superioridade que esta confere ao candidato José Serra e confluem para mais uma regularidade que aponta para processos de identificação e desidentificação de *Veja* com os candidatos do PSDB e do PT, respectivamente.

No enunciado, “(...) sairia desgastado junto ao grupo de eleitores menos informados, que entenderiam que ele estaria ‘apelando.’”, verificamos a emergência de um sentido relevante para esta pesquisa. A expressão “eleitores menos informados” produz um sentido de desqualificação intelectual daqueles eleitores que não apoiariam o candidato caso esse se referisse aos ditos temas sensíveis.

Analisando a memória discursiva dos partidos dos dois principais candidatos, PT e PSDB, sabemos que, reconhecidamente, este é o partido representante das elites sociais, enquanto aquele representa as classes trabalhadoras. Explicitando essas informações e voltando à análise anterior, verificamos uma tentativa de *Veja* de mostrar que o candidato optou pelo silêncio para não agredir os eleitores da adversária, qualificados pela instituição midiática como “eleitores menos informados”.

Ainda na análise de SD3, temos o seguinte enunciado: “Compreende-se que o tucano queira jogar para ganhar, (...) mas também é inegável que, com essa atitude, ele livrou Dilma de ter de se explicar publicamente, sem a ajuda de assessores ou a proteção de Lula – o que seria muito bom para o Brasil.”

O enunciado, “Compreende-se que o tucano queira jogar para ganhar (...)”, evidencia outra tentativa de *Veja* de conferir somente ao candidato tucano o poder de direcionar o que foi discutido no debate.

Em “(...) mas também é inegável que, com essa atitude, ele livrou Dilma de ter de se explicar publicamente (...)”, verificamos que *Veja* atribui a José Serra um mérito por ele ter optado por não expor a adversária, como se só ela estivesse envolvida em polêmicas.

Por fim, no enunciado “de se explicar publicamente, sem a ajuda de assessores ou a proteção de Lula – o que seria muito bom para o Brasil.”, verificamos a produção de um sentido de ironia pelo fato de a candidata do PT estar sempre acompanhada pelo então presidente da República, que a apoia. Esse sentido de ironia conseqüentemente silencia um sentido de autonomia política que a instituição midiática confere ao candidato José Serra.

Passaremos agora à análise da SD4 que é a continuação do analisado anteriormente. Este se refere à candidata do PV Marina Silva.

Com Serra e Dilma pisando em ovos, a senadora Marina Silva aproveitou para ampliar seu espaço. Com menos amarras que seus adversários e bandeiras inatacáveis – como o equilíbrio entre a preservação do meio ambiente e o desenvolvimento econômico, mais a defesa da ética na política -, posicionou-se como representante de uma terceira via que paira acima do lodaçal generalizado. Foi a mesma estratégia que usou ao longo da campanha e que fez com que crescesse consistentemente nas sondagens eleitorais. Se Marina sair das urnas com mais de 15% dos votos, passará imediatamente a ser vista como candidata à Presidência da República em 2014.

No primeiro enunciado da SD4, “Com Serra e Dilma pisando em ovos, a senadora Marina Silva aproveitou para ampliar seu espaço.”, verificamos que a instância enunciativa sujeitodal *Veja* silencia qualidades da candidata, uma vez que ela soube encontrar seu espaço no debate. Esse silencia-

mento aponta para a primeira regularidade que evidencia um processo de identificação entre *Veja* e a candidata do PV.

Posteriormente, em “Com menos amarras que seus adversários e bandeiras inatacáveis (...)”, percebemos a forma com que *Veja* descreve o modo utilizado por Marina para tentar se sobressair em relação aos demais candidatos. Nesse enunciado, é notável que a instituição midiática enfatiza o fato de a candidata estar menos envolvida em escândalos que os dois principais adversários e de que algumas de suas propostas são incontestáveis.

Essa ênfase evidencia as qualificações intelectual e moral conferidas por *Veja* à candidata, o que também é percebido no enunciado “posicionou-se como representante de uma terceira via que paira acima do lodaçal generalizado. Foi a mesma estratégia que usou ao longo da campanha e que fez com que crescesse consistentemente nas sondagens eleitorais.”

Nesse enunciado, verificamos outra ênfase dada pela instituição midiática ao fato de Marina não se prender às discussões ferrenhas dos adversários e, ao mesmo tempo, ter propostas racionais e sérias. A descrição dessa estratégia silencia as qualidades mencionadas acima, qualidades essas que evidenciam o potencial da candidatura de Marina para *Veja* e evidenciam outra regularidade que aponta para um processo de identificação entre a instituição e a candidata.

No enunciado “Se Marina sair das urnas com mais de 15% dos votos, passará imediatamente a ser vista como candidata à Presidência da República em 2014.”, verificamos a conclusão da análise feita por *Veja* da estratégia de Marina. Nesse momento, verificamos indícios de uma contradição nos enunciados da instância enunciativa sujeitudinal *Veja*. Em SD4, encontramos evidências, ainda que veladas, de várias qualificações atribuídas à candidata pela instituição midiática, como o fato de Marina ter conseguido, de forma autônoma, ampliar seu espaço no debate, pelo não-envolvimento dela em assuntos polêmicos e por ela ter propostas, relativas ao meio ambiente, que dispensam quaisquer discussões. Essas qualificações silenciam a desidentificação da instituição com a candidata Dilma Roussef sem ferir o apoio ao candidato José Serra.

No entanto, nesse enunciado, percebemos o silenciamento de sentidos que apontam para o fato de que, nas eleições de 2010, Marina ainda não era vista como candidata em potencial. Isso ocorre devido ao uso do enunciado “ela será vista como candidata em 2014.”, no qual o termo “potencial”, depreendido depois do termo “candidata”, foi silenciado. Nessa perspectiva, verificamos o silenciamento de um sentido segundo o qual, nessas eleições, Marina apenas começou sua trajetória em 2010. No entanto, sua representatividade só será considerável nas eleições seguintes.

Dessa forma, com a emergência de sentidos silenciados nos enunciados, segundo os quais Marina, em 2010, não é uma candidata em potencial, podemos afirmar que, mesmo com evidências de



um processo de identificação entre *Veja* e a candidata do PV, a primeira ainda não considera a possibilidade de a segunda ser presidente nas eleições de 2010. Esses sentidos evidenciam que a instituição midiática possui identificação com o candidato José Serra e desidentificação com a candidata Dilma, pois não anulam o apoio da instituição àquele, mas corroboram com suas tentativas de construir uma imagem depreciativa da candidata do PT.

Analisaremos, agora, três imagens caricaturais, juntamente com suas epígrafes, referentes aos três candidatos à Presidência, material que foi retirado da mesma reportagem que acabamos de analisar.

Começaremos com uma imagem caricatural da candidata Dilma Roussef, na qual ela aparece vestida com um uniforme laranja que contém o símbolo da Petrobrás, um capacete com o mesmo símbolo e com as mãos sujas de uma substância que lembra o petróleo.

O efeito dessa caricatura é produzido quando nos remetemos à memória discursiva da candidata. Referimo-nos à sua participação no desenvolvimento de pesquisas da Petrobrás, relacionadas ao pré-sal, participação essa que foi muito divulgada na campanha da candidata.

Em seguida, temos a seguinte epígrafe: “Apadrinhada, favorita e cheia de mistérios. A poucas horas do primeiro turno das eleições, os planos de governo da petista Dilma Roussef, unvida candidata por um homem só, permanecem uma incógnita para o eleitor.”

Ao analisarmos o enunciado “Apadrinhada, favorita e cheia de mistérios.”, verificamos, primeiramente, que o uso do item lexical “apadrinhada” produz o efeito de que a candidata é politicamente dependente de outros. Sabendo que ela é apoiada pelo até então presidente Lula, percebemos o silenciamento do sentido de que ela só é candidata por causa do apoio de seu co-partidário, sentido esse que também é evidenciado pelo uso do termo “favorita”.

Cabe explicitar que este termo, além de evidenciar o sentido acima mencionado, também produz o sentido de demonstrar a sua representatividade nas intenções de voto, primeiro lugar. Além disso, relacionando os dois termos, podemos afirmar que há a produção de um sentido de que a candidata só está em primeiro lugar nas pesquisas por ser apoiada por Lula.

O restante do enunciado, a expressão “cheia de mistérios”, constrói uma imagem pejorativa da candidata. Esse sentido é produzido porque, tradicionalmente, candidatos e políticos em exercício utilizam recorrentemente a expressão “política transparente”, referindo-se a um trabalho honesto e de conhecimento público. Assim, caracterizando a candidata da forma referida, a instituição midiática produz o sentido de que Dilma não é honesta.

Em seguida, no enunciado “unvida candidata por homem só”, verificamos o atravessamento do discurso religioso, uma vez que o verbo ‘ungir’, recorrente no catolicismo, tem o sentido de consagrar. A utilização do termo “unvida” produz, assim, um sentido de comparação da candidata a um ser sagrado.



No entanto, ao enunciar que Dilma foi ungida candidata por um homem só, a instituição midiática constrói um sentido de ironia, uma vez que, para se consagrar, é necessário que um determinado grupo esteja de acordo, não uma pessoa só. Nessa perspectiva, sabendo que Dilma é apoiada por Lula, *Veja* constrói o sentido de que ele é o único no partido a apoiar a candidatura dela. Esse sentido produzido faz com que a candidata não seja vista como a melhor.

Posteriormente, temos o enunciado “os planos de governo da petista permanecem uma incógnita para o eleitor”, no qual percebemos evidências de que *Veja* tenta, mais uma vez, construir uma imagem pejorativa da candidata. Isso é notável quando a instituição midiática menciona o eleitor/leitor e afirma que ele não conhece as propostas da candidata. Verificamos, aqui, uma tentativa de fazer o leitor refletir sobre a candidata e, seus valores e projetos.

Ainda nessa análise, verificamos que, ao lado da imagem, há a inscrição “Ela falou em... PAC, PAC, PAC, PAC”. Podemos depreender desse enunciado que a instância enunciativa sujeitucional *Veja*, por meio da repetição, produz o sentido de que os trabalhos realizados por Dilma, assim como as suas propostas, estão unicamente voltados para o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). Esse programa, que foi criado no governo Lula, constitui-se de obras em infraestrutura realizadas em todo o país. Pelo fato de Dilma ter participado efetivamente no programa, este é um de seus trabalhos mais reconhecidos.

Voltando à análise do enunciado, verificamos que *Veja* tenta reduzir os projetos e trabalhos de Dilma ao PAC, o que produz um sentido de repetição discursiva. Esse sentido a configura como desconhecadora das demais necessidades do país e, conseqüentemente, como não-apta para ser presidente.

Nessa perspectiva, ao analisarmos imagens e seqüências discursivas referentes à Dilma Rousseff, podemos afirmar que há regularidades que apontam para um processo de desidentificação entre a instância enunciativa sujeitucional *Veja* e a referida instância enunciativa sentidural candidata à Presidência da República.

Analisaremos agora a caricatura do candidato tucano José Serra, imagem encontrada posteriormente à de Dilma, e as epígrafes que a acompanham. No desenho, o candidato aparece com tesouras no lugar das mãos, o que nos remete ao personagem Edward, do filme “Edward mãos de tesoura”. Os efeitos de sentido dessa imagem serão explicitados posteriormente, junto à segunda epígrafe em análise.

Daremos prioridade à primeira por ela estar acompanhada do título, “Para ele, é agora ou nunca mais”, no qual percebemos uma tentativa de *Veja* de enfatizar a confiança que o candidato tem na sua vitória. Essa ênfase explicita um sentido de que o candidato está muito bem preparado para o cargo que almeja.

Em seguida, temos “O tucano José Serra chega à reta final com alguma chance de emplacar o segundo turno e realizar o projeto a que se dedica desde que era estudante: ser presidente do Brasil.” No enunciado “O tucano José Serra chega à reta final com alguma chance de emplacar o segundo turno”, verificamos que a instituição midiática reconhece que o candidato não está em primeiro lugar e, com o uso do termo “alguma”, que qualifica “chance”, para indicar que suas chances de ganhar são poucas.

O segundo enunciado, “(...) e realizar o projeto a que se dedica desde que era estudante: ser presidente do Brasil.”, produz o sentido de que Serra é o candidato mais bem preparado, uma vez que se dedica a isso desde sua juventude. Deste enunciado, podemos afirmar que emergem alguns sentidos silenciados que evidenciam identificação da instituição com o candidato, como o tempo que ele tenha se dedicado aos estudos e a experiência que ele adquiriu desde sua juventude. No que se refere a esses sentidos, é relevante explicitar, que evidenciam uma qualificação profissional e intelectual conferidas ao candidato, características que o tornam mais apto.

Retornando agora à epígrafe que explica a imagem analisada anteriormente, começaremos a análise com o título, “Ele falou em... cortar para crescer”. Esse enunciado, além de estar diretamente relacionado à imagem, devido à presença das tesouras no lugar das mãos do candidato, é outra evidência de que *Veja* atribui qualidades a ele, a exemplo da análise do restante da epígrafe:

(...) Para Serra, o governo gasta em excesso com contracheques e pagamento de fornecedores e economiza em demasia nos investimentos em infraestrutura, por exemplo. Para mudar esse quadro, ele defende o corte de desperdícios, a começar pelo manancial de cargos de confiança criados pelo governo Lula desde 2003, bem como a revisão de contratos em que há flagrante esbanjamento de dinheiro público. A seu favor, conta a bem-sucedida experiência na prefeitura de São Paulo, em 2005, quando o pente-fino do tucano garantiu aos cofres municipais uma economia de 17% no valor dos contratos que haviam sido assinados na gestão da petista Marta Suplicy.

Ao fazer a leitura dessa epígrafe, verificamos que a instituição midiática enfatiza que Serra discorre muito sobre a relevância de se fazer cortes em gastos desnecessários e ilícitos. Exemplo disso é o enunciado “ele defende o corte de desperdícios, a começar pelo manancial de cargos de confiança criados pelo governo Lula desde 2003, bem como a revisão de contratos em que há flagrante esbanjamento de dinheiro público.”

Aqui também percebemos que *Veja* enfatiza que os gastos desnecessários veem do governo de oposição de José Serra, mandato de Lula, além de afirmar que há incoerências no uso do dinheiro

público nesse período. Essa ênfase evidencia processos de desidentificação da instância enunciativa sujeitidual *Veja* com a candidata Dilma Roussef, uma vez que essa é a sucessora de Lula.

No início da epígrafe, “Para Serra, o governo gasta em excesso com contracheques e pagamento de fornecedores e economiza em demasia nos investimentos em infraestrutura, por exemplo.”, verificamos uma tentativa, por parte de *Veja*, de causar um impacto ao apontar os lugares onde o governo petista gasta e onde economiza. Esse impacto é causado porque economizar em obras de infraestrutura para gastar excessivamente em contracheques e em pagamentos de fornecedores é um absurdo, pois as obras, perante o público eleitoral, são mais relevantes.

Em seguida, temos o enunciado “A seu favor, conta a bem-sucedida experiência na prefeitura de São Paulo, em 2005, quando o pente-fino do tucano garantiu aos cofres municipais uma economia de 17% no valor dos contratos (...)”. Percebemos uma tentativa de *Veja* de explicitar a competência e a experiência do candidato José Serra por meio do uso de números, o que produz um sentido de realidade, fato incontestável.

E, no fim desse enunciado, “contratos que haviam sido assinados na gestão da petista Marta Suplicy”, notamos que a instituição midiática menciona enfaticamente o fato de o candidato ter feito cortes em contratos que haviam sido feitos no governo anterior, que era petista.

Nessa perspectiva, analisando comparativamente os enunciados da instância enunciativa sujeitidual *Veja* em relação às instâncias enunciativas sentidurais candidatos à Presidência da República José Serra e Dilma Roussef, podemos afirmar que existem evidências que apontam para um processo de identificação entre a instituição e o candidato José Serra e para um processo de desidentificação entre aquela e a candidata Dilma Roussef.

Analisaremos agora a imagem e as epígrafes relacionadas à candidata do PV Marina Silva. Marina está caricaturada como um personagem do filme “Avatar”, de James Cameron, com a pele toda azul, olhos verdes, orelhas grandes e pontudas, rabo e com roupas idênticas as dos personagens. Além disso, suas mãos estão dispostas de forma a sugerir um ato de reflexão.

Essa caricatura da candidata nos remete ao acontecimento discursivo do encontro do diretor do filme com a candidata, em uma visita que ele fez ao Brasil em 2010. A relação entre eles é que James, assim como Marina, é um grande defensor das causas ambientais, fato que, juntamente ao encontro dos dois, serviu de auxílio para a campanha da representante do PV.

Quanto às epígrafes, o título da primeira, “Verde com coração vermelho”, nos remete às formações político-discursivas da candidata. *Veja* afirma que ela é verde por ser filiada ao Partido Verde e que tem o coração vermelho por ser ex-petista. Em seguida, temos o enunciado “Impulsionada pelo discurso ambientalista e de defesa da ética, a ex-petista Marina Silva sai destas eleições maior do que

entrou – e já pensa em 2014.”

No enunciado “Impulsionada pelo discurso ambientalista e de defesa da ética (...)” verificamos o motivo, fornecido pela instituição midiática, do crescimento de Marina. Pelo fato de ela ter direcionado sua campanha para dois dos assuntos mais recorrentes na atualidade, o desenvolvimento sustentável e a ética na política, a candidata conquistou muitos admiradores e, conseqüentemente, eleitores. Aqui, novamente percebemos evidências silenciadas de um processo de identificação entre *Veja* e o candidato do PSDB e desidentificação com a candidata do PT.

Essa conquista, por sua vez, justifica o enunciado seguinte, “(...) a ex-petista Marina Silva sai destas eleições maior do que entrou (...)”. Essa afirmação de *Veja* decorre do fato de que a candidata cresceu muito durante sua campanha e alcançou uma representatividade considerável entre os principais candidatos.

Quanto ao último enunciado, “(...) e já pensa em 2014.”, verificamos que este dialoga com a SD4 analisada anteriormente, “Se Marina sair das urnas com mais de 15% dos votos, passará imediatamente a ser vista como candidata à Presidência da República em 2014.” Esse diálogo é construído devido ao fato de que em ambos os enunciados verificamos evidências de que a instituição midiática confere qualificações à candidata e reconhece seu crescimento durante sua campanha, mas não a considera apta para ganhar as eleições de 2010.

Passaremos agora para a análise da segunda epígrafe, cujo título, “Ela falou em... Onda Verde”, remete-nos tanto ao partido da candidata, quanto às propostas de governo dela. Além disso, o título faz uma alusão ao fato de que Marina usou, algumas vezes, a expressão “onda verde” durante o debate político em questão.

No restante da epígrafe temos:

A ideia de estimular o desenvolvimento da economia sem ferir o meio ambiente, a chamada política do baixo carbono, foi o eixo central do discurso de Marina. Para atingir esse difícil equilíbrio, ela propõe oferecer incentivos à iniciativa privada em troca da redução do impacto ambiental de seus negócios e da promoção de ações em prol do meio ambiente. No rol de propostas está a ideia de premiar e punir empresas de acordo com sua conduta ecológica, vinculando, por exemplo, os empréstimos do BNDES ao bom comportamento ambiental.

Nesta epígrafe, percebemos que *Veja* se propõe a detalhar o projeto de Marina de praticar o desenvolvimento sustentável do Brasil. Verificamos, também, que a utilização de detalhes produz um

sentido de possibilidade, de viabilidade. Esse recurso é utilizado pelo fato de que os planos da candidata, muitas vezes, são vistos como utópicos, o que a faz perder um pouco de credibilidade.

Isso ocorre porque, como sabemos, promover o desenvolvimento de uma nação sem agredir o meio ambiente é uma tarefa difícil. Assim, a instituição tenta mostrar que, ao contrário do que muitos pensam, as propostas de Marina, por serem bem planejadas, são palpáveis. Elogiar as propostas de Marina Silva, por parte da instituição midiática é enunciar, silenciosamente, uma desautorização das propostas de Dilma sem desautorizar as propostas de Serra, candidatura da identificação da instituição midiática em análise.

Nesse sentido, podemos afirmar que, após analisarmos imagens e sequências discursivas referentes à candidata do PV, retiradas da instituição midiática *Veja*, a produção de sentidos emergente evidencia um processo de identificação entre a referida instância enunciativa subjetiva e a instância enunciativa sentidural candidata à Presidência da República Marina Silva, uma vez que tal identificação não fere seu apoio incondicional à instância enunciativa sentidural candidato à Presidência da República José Serra, mas subtrai a imagem e reforça sua desidentificação à instância enunciativa sentidural candidata à Presidência da República Dilma.

## Conclusão

Ao final das análises de imagens, sequências discursivas e enunciados-operadores retirados das instâncias enunciativas subjetivas *Época* e *Veja* referentes às instâncias enunciativas sentidurais candidatos à Presidência da República Dilma Roussef, José Serra e Marina Silva, foi possível compreender o funcionamento da língua em um contexto político e a relação que existe entre a ideologia e a linguagem.

Ao fazer os recortes para análise, procuramos apresentar evidências enunciativas que dessem suporte à nossa hipótese, segundo a qual as instituições midiáticas *Época* e *Veja* enunciam do lugar discursivo das elites sociais. Isso justifica a percepção de que há uma parcialidade explícita por parte das instituições midiáticas que as direciona a uma tomada de posição frente as candidaturas à presidência da República e, conseqüentemente, a processos de identificação com o candidato José Serra e de desidentificação com a candidata Dilma Roussef.

Nesse sentido, podemos afirmar que há uma produção de sentidos, mesmo que silenciados, que apontam para os processos mencionados e que são percebidos na materialidade linguística. Perceber essa emergência de sentidos corrobora que as inscrições ideológicas do sujeito são percebidas em seus enunciados, ou seja, a ideologia se materializa na língua.

Percebemos, também, que há movências, deslocamentos de sentidos feitos pelas instâncias enunciativas sujeitacionais acerca das candidaturas e que esses processos colocam em evidência as tomadas de posição das instituições.

E pelo fato de haver deslocamentos de sentidos acerca das candidaturas, podemos afirmar que a língua é um instrumento de manipulação ideológica o que torna necessária a formação do caráter do indivíduo para que este se constitua sujeito e possa se posicionar criticamente frente às enunciações a que é exposto pelos veículos de comunicação em massa.

**Artigo recebido: 20/09/2011**

**Artigo aceito: 28/11/2011**

## **Referências**

AUTHIER-REVUZ, J. Palavras Incertas: As não coincidências do dizer. Campinas: Editora da Unicamp, 1998.

COURTINE, J.J. Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos: EdUFSCar, 2009.

ORLANDI, Eni. As Formas do Silêncio. Campinas: Editora da Unicamp, 1995.

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

SANTOS, J.B.C. "A instância enunciativa sujeitacional". In: SANTOS, J.B.C. (org.) Sujeito e Subjetividade – Discursividades Contemporâneas. Uberlândia: EDUFU. Série Linguística in Focus. Vol. 6. 2009. p. 79-90.