



## **O jornalismo enquanto formação discursiva: as regularidades enunciativas como estratégia de proposição de verdades<sup>1</sup>**

Edson Fernando Dalmonte <sup>2</sup>  
Universidade Federal da Bahia, Bahia, BA

**Resumo:** Com base nas reflexões foucaultianas acerca do discurso, procura-se localizar no campo jornalístico as estratégias tanto de construção de seu discurso, quanto as de validação, como os regimes de verificação, evidenciando-se as relações entre verdade e poder. Nessa perspectiva, são discutidas as estratégias de proposição de sentido operadas pelo jornalismo, o que é caracterizado por incidências discursivas, que qualificam positivamente ou negativamente um determinado objeto. A partir daí, partimos para nossa hipótese: determinadas incidências, pela repetição, podem motivar regularidades discursivas específicas, como definido por Foucault e, com isso, propor um sentido de verdade a determinados objetos.

**Palavras-Chave:** Jornalismo; Análise crítica do discurso; Foucault.

### **1.O jornalismo e os modos de fazer crer**

Para a elaboração do presente artigo, parte-se das contribuições de Michel Foucault para o entendimento do discurso como prática social. Adota-se, aqui, como objeto de análise, o discurso jornalístico, compreendido em sua complexidade histórica. Para tanto, com base no pensamento foucaultiano, procura-se localizar no campo jornalístico as estratégias tanto de construção do discurso, quanto as de validação, como os regimes de verificação, evidenciando-se as relações entre verdade e poder. Nessa perspectiva, são discutidas as estratégias de proposição de sentido operadas pelo jornalismo, o que é caracterizado por incidências discursivas, que qualificam positivamente ou negativamente um determinado objeto. A partir daí, partimos para

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação, professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Coordenador do ANALÍTICA: Grupo de pesquisa em Análise Crítica da mídia e produtos midiáticos <[www.analitica.ufba.br](http://www.analitica.ufba.br)>. E-mail: [edsondalmonte@gmail.com](mailto:edsondalmonte@gmail.com)



nossa hipótese: determinadas incidências, pela repetição, podem motivar regularidades discursivas específicas, como definido por Foucault (2009a; 2009b; 2010a; 2010b) e, com isso, propor um sentido de verdade a determinados objetos. O *corpus* da análise corresponde ao material de capa de 11 edições da revista *Veja* referente ao PT e os então presidente Lula e candidata Dilma Rousseff, entre fevereiro e novembro de 2010, uma capa da revista *Time* sobre Barack Obama e uma de *Veja* sobre José Serra.

O jornalismo ocupa um lugar privilegiado no contexto das sociedades democráticas, sendo ao mesmo tempo expressão da democracia e agente-parceiro do processo de efetivação das conquistas democráticas. A democracia apenas é possível num contexto de livre circulação e acesso à informação. Em decorrência dessa máxima, para alguns pesquisadores (Paesani, 2008) seria redundante falar em Direito à Informação, pois este está contemplado no Direito à Democracia, que pressupõe o exercício cidadão de captação e veiculação da informação.

Estamos vivenciando um momento bastante particular de desenvolvimento de novos aparatos de comunicação e novos hábitos, que têm propiciado o surgimento de neologismos que tentam conceituar essa outra realidade comunicacional. Nessa leva, podemos apontar, por exemplo, *producers*, que seria a simbiose entre os papéis tradicionais de produtor e consumidor/usuário<sup>3</sup> de informação (Bruns, 2005). De fato, desde sistemas mais simples, como páginas pessoais em sites de relacionamento, aos blogs, o indivíduo antes leitor estático, pode passar a ator participante, produtor e difusor de informação.

À primeira vista, pode parecer bastar a uma sociedade ser verdadeiramente democrática para que a informação circule livremente. Contudo, para os dias atuais, já não basta apenas celebrar os níveis de democracia assumidos por uma nação, esperando-se que todo o resto siga seu curso, o melhor curso. Quando se fala dos novos processos de construção e difusão da informação surge, inevitavelmente, um questionamento quanto ao papel atual do jornalismo em nossa sociedade. Aqui, nossa proposta não é discutir os novos fazeres jornalísticos, mas fica patente que os papéis estão se redefinindo.

O lugar social ocupado pelo jornalismo tem na informação da opinião pública um dos seus principais papéis. A agenda midiática tem a capacidade de movimentar um

---

<sup>3</sup> A partir do inglês: *producer* e *user*.



clima de opinião no tocante aos temas propostos. Como provedora de informação, a instância midiática desenvolve estratégias para simular proximidade tanto com os fatos, quanto com o seu público. O discurso jornalístico é assumido como verdadeiro, isento, objetivo e livre de qualquer inclinação. Essa é uma máxima que está presente, por exemplo, na formação do estudante de jornalismo e nos manuais de redação, comum a muitos veículos de comunicação.

No tocante às estratégias de construção do discurso jornalístico, há que se notar que sua natureza é bastante particular, uma vez que não há autonomia discursiva absoluta. A metáfora do jornalismo como tribuna talvez ofereça um bom ângulo para que possa ser compreendido em sua especificidade. A partir da tribuna jornalística, vários discursos são apresentados, o que evidencia a relevância social do lugar construído para o jornalismo, sobretudo se pensarmos no século XVIII e na necessidade de confronto argumentativo entre burguesia e aristocracia. Desde aquele período, com base nas sucessivas transformações sociais propiciadas por lutas e conquistas, acredita-se que a referida tribuna tem se aprimorado, sobretudo por ser o lugar de passagem dos vários discursos que circundam um determinado tema.

Quando se fala da não autonomia do discurso jornalístico, pode-se considerar a definição proposta por Maingueneau (2008, p.37) de “discurso constituinte”, cuja pretensão “é de não reconhecer outra autoridade além da sua própria, de não admitir quaisquer outros discursos acima deles”. Dentre os discursos constituintes estão o religioso, o científico e o filosófico, que se movimentam dentro de uma esfera de autonomia, chegando, por vezes, a negar o outro para se impor como sendo o verdadeiro. Outros discursos, como o político, operam numa outra base, situando-se na convergência entre discursos constituintes, fato ilustrado pela invocação da ciência, religião, filosofia, que lastreiam sua ação discursiva. Como o político, existem outros discursos que se enquadram na categoria “não constituinte”, caracterizados pela falta de autonomia. De maneira extrema, poderiam também ser chamados “discursos constituídos”, visto a dependência de outros falares para tomarem forma, como é o caso do discurso midiático. O discurso publicitário, por exemplo, em larga medida se serve de estatísticas (ciência) e mitos (religião) para formar conceitos.

O jornalismo está situado nessa zona de convergência discursiva. É a tribuna a partir de onde são articulados novos discursos, cujos elementos basilares são convocados de outros segmentos argumentativos. Contudo, deve ser considerada a



intencionalidade de qualquer discurso, pois ao optar por uma fonte e não outra, o jornalismo mostra-se parcial, o que é da natureza de qualquer organização discursiva. Para minimizar ou, se preferirmos, mitigar o tendenciosismo, são desenvolvidas estratégias com um duplo intento: 1) **fazer fazer** – ação interna ao campo de produção midiático: a proposição de regras, como ouvir as várias partes envolvidas, buscar dados oficiais<sup>4</sup>; e 2) **fazer crer** – ação que se busca exercer sobre a audiência, cujo objetivo é fazer acreditar na isenção e objetividade do discurso, por exemplo. Tais ações têm no discurso autorreferente (Luhmann, 2005) sua culminância, pois tão importante quanto a notícia veiculada (discurso heterorreferente), é a apresentação das rotinas envolvidas para o desenvolvimento de uma reportagem, por exemplo.

O entendimento desse jogo do fazer crer é fundamental para que se possa situar a ação social do jornalismo, bem como sua aceitação como discurso verdadeiro, em decorrência de ser o resultado de procedimentos apresentados como isentos e, portanto, científicos. Em relação a essa perspectiva, é relevante situar a discussão de Tuchman (1999) acerca da objetividade como ritual estratégico. Diante da necessidade de tomar decisões apressadas quanto ao tratamento de uma informação, afirma Tuchman (1999, p.76) que os jornalistas “necessitam de uma noção operativa de objectividade [sic.] para minimizar os riscos impostos pelos prazos de entrega de material, pelos processos difamatórios e pelas reprimendas dos superiores”.

O referido ritual estratégico da objetividade refere-se, por exemplo, ao uso dos trechos entre aspas, que conectam a notícia jornalística e sua fonte. Outro recurso é a verificação, por meio da checagem das informações. Merece destaque a “apresentação de possibilidades conflituais” (Tuchman, 1999, p.79-80), que se refere à presença de vozes conflituosas no texto, que apresentam diferentes partes de um mesmo tópico, todas com “pretensões de verdade”. Por meio de tais ações, efetua-se aquilo que o autor chama de ritual estratégico da objetividade que atua, sobretudo, no campo do fazer-fazer, conferindo respaldo ao jornalista perante seus colegas e superiores, dentro daquilo que se poderia chamar cultura organizacional.

Ao discutirmos as estratégias de validação do discurso jornalístico nos damos conta da não naturalidade dos processos. Dito de outra maneira, nos apercebemos que novas estratégias são constantemente desenvolvidas para agregar o chamado “efeito de

---

<sup>4</sup> Tais elementos constituem os chamados *Newsmaking*, que caracterizam uma série de procedimentos rotineiros peculiares à produção jornalística (Wolf, 1995).



real” aos produtos noticiosos (Dalmonte, 2008). Nosso objetivo não é discutir até que ponto a verdade jornalística coincide com a verdade essencial dos fatos, mas assinalar a relação entre os processos de construção da notícia e os recursos de conferência de verdade. Tal relação entre construção e estratégias toma forma, aqui, à luz dos questionamentos foucaultianos acerca da afinidade, ou analogia, entre verdade e poder.

## 2. Verdade, poder e o discurso verdadeiro

A relação entre verdade e poder toma especial envergadura na obra de Foucault, trazendo para a discussão aquilo que poderia ser classificado como a “inverdade” da verdade. Como afirma o autor:

O importante, creio, é que a verdade não existe fora do poder ou sem poder [...] **A verdade é deste mundo**; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder. Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua ‘política geral’ de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros (Foucault, 2010a, p.12, grifos nossos).

A verdade, nessa forma de entendimento, não é natural, mas a decorrência de uma estrutura de poder. Tem-se, assim, a ruptura com a idéia de verdade como manifestação do transcendente e a afirmação de que toda verdade se produz na imanência, de acordo com processos históricos. Se a verdade não é revelada, dada ou preexistente, que é aquilo a que chamamos verdade? Ao afirmar que a verdade é deste mundo, Foucault traz à tona os processos de verificação, ou construção da verdade. Ela, a verdade, é dependente de uma vontade, que é a vontade de poder.

Retomando a afirmação de que “a verdade é deste mundo” (Foucault, 2010a, p.12), podemos inferir que a verdade é o resultado de processos intencionais, que delimitam tanto aquilo que é verdadeiro e, portanto, lícito dizer, quanto o que não é verdade e ilícito dizer. Se a verdade é produto deste mundo, da mesma forma a mentira também o é, como oposição ao verdadeiro. Como numa relação fratricida, verdade e mentira tentam anular uma a outra.

Toda organização discursiva lida diretamente com esse processo de dizer o verdadeiro e, para tanto, estabelece critérios para acionar a verdade. Como diz Foucault (2010b, p.25), todo ritual deve ser desmascarado, para que possa parecer como é:



“coisas puramente arbitrárias, ligadas ao nosso modo de vida burguês”. No tocante ao discurso, questão primordial passa a ser o entendimento dos modos de produção dos efeitos de poder. Dentre esses, estão as formas de instituir o verdadeiro, mediante as rotinas de produção do jornalismo, como apontado anteriormente. Qualquer estudo nesta área deve buscar entender a própria natureza da episteme do campo em questão.

Não basta ser dito e difundido socialmente que o jornalismo lida com os fatos e, portanto, com a verdade. Vejamos um exemplo: no dia 09 de janeiro de 2010, o jornal mais tradicional da Bahia, o A Tarde, por pressão de envolvidos numa denúncia de crime ambiental, demitiu o jornalista responsável pela publicação da matéria<sup>5</sup> que apresentava os fatos à sociedade. À primeira vista, parece ser de uma total ignorância demitir o jornalista, pois a notícia, em última instância, é uma decisão editorial do veículo. Mas, quando um fato desses é avaliado com mais parcimônia, damos-nos conta de que um ritual punitivo está sendo celebrado, pois ao demitir o “autor” do texto, o jornal exime-se da pretensa culpa e coloca-se em condição de dialogar com a clientela ofendida: eis um ritual de expiação!

Buscar entender a epistemologia do discurso jornalístico é ir além da meta idealizada de um serviço bem prestado à população e observar também a maneira como se dá a organização desse campo discursivo. No geral, nem sempre que discutimos os desmandos da comunicação, somos capazes de relacionar as tomadas de decisão ao setor comercial do veículo, e optamos por falar do jornalista como o ser da ação, aquele que faz mover a rotativa. Serge Halimi (1998, p.18), apresenta um questionamento que pode ser útil para o entendimento dos processos decisórios no jornalismo: “mas como anunciar com delicadeza a um jornalista que [...] seu poder sobre a informação é comparável ao de um caixa de supermercado sobre a estratégia comercial de seu empregador?”.

Dessa forma, toda análise crítica do discurso deve buscar entender a própria epistemologia do campo em questão, pois apenas determinadas regras são tornadas aparentes. Mais que a verdade, os meios de comunicação procuram evidenciar suas estratégias e astúcias para a evidenciação do verídico. Para Foucault (2010b, p.229), é necessário estar atento aos “efeitos de verdade” que a sociedade produz a todo momento.

---

<sup>5</sup> <http://www.atarde.com.br/imprimir.jsf?id=5658235>



### **3. Antes do discurso, a formação discursiva**

De maneira inovadora, Foucault não se mostra interessado pelo discurso apenas, mas por todo um conjunto de saberes. Mais que interessado no sentido de um discurso, está interessado na motivação para a existência do mesmo. Como ressalta, (Foucault 2010b, p.253), “o poder não é nem fonte nem origem do discurso. O poder é alguma coisa que opera através do discurso, já que o próprio discurso é um elemento em um dispositivo estratégico de relações de poder”.

Para dar conta de tal empreitada, ele se mostra interessado não apenas no que é dito, mas, sobretudo no porque da existência de um discurso. Se algo é dito, alguma coisa é silenciada, mediante procedimentos de exclusão. A forma mais conhecida de excluir é a interdição (Foucault, 2009a, p.9): “sabe-se que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa”.

O discurso passa a ser, assim entendido, um campo de batalha, no qual a luta primordial é movida pelo desejo de apoderar-se do direito de formular e emitir discursos. Como pontua o autor (Foucault, 2009a, p.10), “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar”.

Mas qual seria, então, a forma de captar o discurso se ele é tão vasto e variado? Para buscar uma solução, Foucault se propõe a trabalhar com a anterioridade de um discurso, na busca por um saber com base naquilo que chama “arqueologia”. Tal proposta surge em “As palavras e as coisas”, (Foucault, 1981) e é retomada de maneira mais detalhada em “A arqueologia do saber”, (Foucault, 2009b). Ao usar a palavra arqueologia, o autor concebe a realidade dentro de um processo histórico. A busca por um registro discursivo passa a ser possível graças ao que ele chama “arquivo”, que designa tanto a forma como os elementos discursivos foram registrados, a forma como algo foi dito, quanto sua maneira de extração, ou os modos de acesso aos elementos discursivos.

O arquivo, no pensamento foucaultiano, refere-se ao conjunto histórico de elementos que permitem, ou possibilitam, a emissão e circulação de enunciados. Como define Foucault (2009b, p.147), “o arquivo é, de início, a lei do que pode se dito, o sistema que rege o aparecimento do enunciado como acontecimentos singulares”. As



regras do arquivo definem os limites e as formas da decibilidade – do que é possível falar –, o que foi constituído como domínio discursivo, definindo ainda que tipo de discursividade possui esse domínio.

A arqueologia ocupa-se da regularidade dos enunciados, buscando entender porque elementos como a economia, as instituições, numa época, deram lugar a tipos específicos de discurso. Não há, para Foucault, espontaneidade no discurso. Ele vem modelado por uma situação de poder específica que atua, conforme constrangimentos próprios, para a formação de enunciados. O foco vai, então, para a prática discursiva, que não é uma ação direta e livre do sujeito, mas o resultado da observação de uma série de pequenas regras. Como pontua Lecourt (2008, p.51) “é preciso evitar mal-entendidos: por ‘prática’ não se entende a atividade de um sujeito, e sim a existência objetiva e material de certas regras às quais o sujeito tem que obedecer quando participa do ‘discurso’”.

O discurso, como organização, é tomado em sua exterioridade, ou seja, a atenção do analista deve recair sobre as relações de poder que tornam possível determinados enunciados. Como ressalta Castro, (2009, p.41),

A arqueologia não é uma disciplina interpretativa, não trata os documentos como signos de outra coisa, mas os descreve como práticas. Não busca, com isso, estabelecer a transição contínua e insensível que une todo discurso ao que o precede e ao que o segue, mas sua especificidade [...] Finalmente, tampouco pretende estabelecer o eu foi dito em sua identidade (o que os homens no momento em que proferiram seus discursos pensaram, quiseram, tentaram ou desejaram dizer), mas é uma reescrita dos discursos ao nível de sua exterioridade.

As regularidades discursivas, num dado período, possibilitam a formação dos objetos, entendidos como discursos configurados com base nas regras de decibilidade (Foucault, 2009b, p.45-55). Para exemplificar, podemos tomar um dos temas de Foucault, a loucura, que existiu desde sempre; a mudança que se vê e permite colocar marcos naquilo que seria uma mera linearidade, tem sua culminância com a formação de objetos específicos. A loucura passa a ser definida por tudo aquilo que se disse a seu respeito, pelo conjunto das formulações, dos enunciados.

Os objetos são formados, assim, pela emergência de tipos de abordagem. Não é possível falar da loucura de maneira generalizada. Caso procedêssemos assim,



estaríamos invocando um tipo de natureza primitiva da loucura, o que é válido para qualquer outra tópico. Igualmente a qualquer objeto, ela é definida e enquadrada por uma vontade de verdade. A loucura na sociedade grega clássica era entendida como estando associada ao divino, ao ato profético; já na sociedade do século XIX, a loucura é rotulada como demência, devendo ser abordada clinicamente. Cada fase marca a emergência de um objeto específico, contornado por uma teia discursiva proveniente de instituições como igreja, Estado, ciência etc. A variância dos enunciados e, portanto, dos discursos pode se descrever como “sistemas de dispersão” (Foucault, 2009b, p.43), ou a diversidade de enfoques dada a um tema e que forma, ou faz emergir, um objeto singular.

Para dar conta de tal proposta metodológica, o autor (Foucault, 2009b, p.43) propõe o conceito de “formação discursiva”:

No caso em que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma *formação discursiva* (Grifos do autor).

Ao falar a respeito de sua proposição da formação discursiva, Foucault (2010b, p.254) discorre acerca da loucura, exemplificando o que leva a uma formação discursiva específica:

Mas, antes, acho que o problema é o de examinar o discurso sobre a loucura, as instituições que dela se encarregam, a lei e o sistema jurídico que a regulamentam, a maneira como os indivíduos se viram excluídos por não terem emprego ou por serem homossexuais. Todos esses elementos pertencem a um sistema de poder, no qual o discurso não é senão um componente ligado a outros componentes. Elementos de um conjunto. A análise consiste em descrever as ligações e relações recíprocas entre todos esses elementos.

O conceito de formação discursiva permite perceber que há fragilidade nas análises sobre o discurso no campo do jornalismo, pois os resultados dizem respeito ao posicionamento discursivo de um veículo, um produto, ou alguns poucos, quando avaliados de forma comparativa. Toda análise crítica deveria levar em consideração,



para além do que foi dito, as motivações para o dizer, os jogos de poder que estiveram envolvidos no momento e atuaram decisivamente para a formação de tais objetos.

Ao analisar um discurso jornalístico, tem-se que observar que ele não é um discurso unificado. Há vários jornalisimos, que abordam um objeto em questão de distintos modos e propiciam a existência de várias formações discursivas num dado período, de acordo com as muitas formas de exercício do jornalismo. Há que se lembrar, ainda, que o jornalismo não é o único agente discursivo que irá contribuir para constituir uma determinada formação discursiva. É essa totalidade de narrativas que vai construir o objeto.

O lugar privilegiado da tribuna jornalística é propício à criação de discursos capazes de constituir verdades, pois toda a estrutura de organização da narrativa está assentada em rituais de verificação, capazes de sinalizar algo como verdadeiro. Pela estrutura da repetição constante, determinados enunciados contribuem para a elaboração de formações discursivas, tendo por base a emergência de objetos.

Numa análise dos processos de enunciação da revista *Veja* acerca do Partido dos Trabalhadores, PT, os então presidente Lula e a candidata Dilma Rousseff e a campanha presidencial de 2010, entre os meses de fevereiro e novembro, é possível notar uma regularidade enunciativa que constitui um objeto específico: a esquerda brasileira é corrompida. Não é usada apenas a linguagem formal, mas faz parte da estratégia de construção dos enunciados o emprego de elementos gráficos como estrela, símbolo do PT, e a cor vermelha cobrindo toda a página, conferindo um tom aterrorizador às capas. Numa sequência de três capas (edições de 8, 15 e 22 de setembro), a chamada traz a palavra polvo, numa clara depreciação tanto do PT, partido popular, quanto de Lula, que é o nome de um molusco semelhante ao polvo. Acontece até uma sobreposição icônica, quando o polvo aparece num formato estrelar (15 de setembro). Como sinaliza Foucault (2009b, p.93), “um gráfico, uma curva de crescimento, uma pirâmide de idades, um esboço de repartição, formam enunciados”. Assim compreendido, nada é meramente ilustrativo, mas resulta de um jogo de intencionalidades que tem por fim a proposição de verdades. A verdade, no caso, é a verdade da revista *Veja*, cujo título é bastante sugestivo, sendo um convite: veja o real!

Na sequência, as capas da revistas e comentários sobre elementos considerados relevantes para o presente artigo. Em negrito, a chamada principal.



“A realidade mudou, e nós com ela” - Dilma Rousseff a Veja. A candidata e os radicais do PT. Entre a ideologia e o pragmatismo. O estado e o capitalismo no mundo pós-crise.

Figura 1: Capa da revista Veja, edição de 24 de fevereiro de 2010

Fonte: Acervo digital, revista Veja



**Caiu a casa do tesoureiro do PT** - em letras menores: O petista que vai cuidar das finanças da campanha de Dilma Rousseff é apontado em inquérito como pivô de um esquema que desviou dezenas de milhões de reais e abasteceu o caixa dois da campanha de Lula em 2002.

Figura 2: Capa da revista Veja, edição de 10 de março de 2010

Fonte: Acervo digital, revista Veja



Num jogo de imagens, uma sobreposição sobre o número 13, número do PT, aparece uma alteração que indica o número 12: **12%. A conexão Bancoop/Mensalão.** “Ele cobra 12% de comissão para o partido”. Uma testemunha-chave da Justiça revela como o tesoureiro Vaccari desviava dinheiro grosso para o mensalão. Edição de 17 de março de 2010.

Figura 3: Capa da revista Veja, edição de 17 de março de 2010

Fonte: Acervo digital, revista Veja



**O monstro do radicalismo.** A fera petista que Lula domou agora desafia a candidata Dilma.

Numa sobreposição, aparece ao fundo a estrela de cinco pontas, símbolo do PT, e um monstro de cinco cabeças.

Figura 4: Capa da revista Veja, edição de 10 de julho de 2010

Fonte: Acervo digital, revista Veja



**O partido do polvo.** A quebra do sigilo fiscal da filha de José Serra é sintoma do avanço tentacular de interesses partidários e ideológicos sobre o estado brasileiro.

Figura 5: Capa da revista Veja, edição de 8 de setembro de 2010

Fonte: Acervo digital, revista Veja



**Exclusivo: O polvo no poder.** 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.

Figura 6: Capa da revista Veja, edição de 15 de setembro de 2010

Fonte: Acervo digital, revista Veja



**A alegria do polvo.** “Caraca! que dinheiro é esse?”. Vinícius Castro, ex-funcionário da Casa Civil, ao abrir uma gaveta cheia de pacotes de dinheiro, na reação mais extraordinária do escândalo que derrubou Erenice Guerra.

Figura 7: Capa da revista Veja, edição de 22 de setembro de 2010

Fonte: Acervo digital, revista Veja



Numa arte gráfica, com uma estrela vermelha cravada no Capítulo V da Constituição. **A liberdade sob ataque.** A revelação de evidências irrefutáveis de corrupção no Palácio do Planalto renova no presidente Lula e no seu partido o ódio à imprensa livre.

Figura 8: Capa da revista Veja, edição de 29 de setembro de 2010

Fonte: Acervo digital, revista Veja



Como numa carta de baralho, a capa é dividida em duas partes opostas. Na parte superior, toda vermelha, aparece a imagem da candidata Dilma e a frase: **“Acho que tem de haver a descriminalização do aborto. Acho um absurdo que não haja”** - Dilma Rousseff, em 4 de outubro de 2007. Na parte inferior, em fundo branco aparece a mesma imagem de Dilma, seguida da frase: **“Eu, pessoalmente, sou contra. Não acredito que aja uma mulher que não considere o aborto uma**

**violência”** - Dilma Rousseff, em 29 de setembro de 2010. Fica evidente que há uma proposição de sentido, sugerindo que a candidata tem duas caras, transmitindo pouca credibilidade.

Figura 9: Capa da revista Veja, edição de 9 outubro de 2010

Fonte: Acervo digital, revista Veja



**A verdade sobre os dossiês.** Num céu vermelho, aparece a esplanada dos ministérios e, em primeiro plano, o Palácio da Justiça, de onde sai um balão com a frase: “Não aguento mais receber pedidos da Dilma e do Gilberto Carvalho para fazer dossiês. (...) Eu quase fui preso como um dos aloprados”. Em letras menores: Pedro Abramovay, atual secretário nacional de Justiça, em conversa com seu antecessor, Romeu Tuma Júnior. Edição de 27 de outubro de 2010.

Figura 10: Capa da revista Veja, edição de 27 de outubro de 2010

Fonte: Acervo digital, revista Veja



Com uma caricatura do presidente Lula, na qual ele aparece sem camisa, tendo a faixa presidencial como que tatuada no corpo, seguido pela interrogação: **Ele sairá da presidência, mas a presidência sairá dele?** Edição de 3 de novembro de 2010.

Figura 11: Capa da revista Veja, edição de 3 de novembro de 2010

Fonte: Acervo digital, revista Veja

Há, dessa forma, o estabelecimento de elementos que contribuem para a formação discursiva acerca da esquerda nacional, que é enquadrada como instável (A realidade

mudou, e nós com ela. 24/02/2010), corrupta e corruptível. Como sustenta Foucault (2010b, p.254), “o poder não é o sentido do discurso. O discurso é uma série de elementos que operam no interior do mecanismo geral do poder”. Se tomarmos como parâmetro uma divisão do cenário político nacional, a revista Veja adota historicamente uma posição direitista e, por meio de sua tribuna, ataca a esquerda de maneira pontual, desqualificando toda e qualquer ação proveniente do seu fazer político, mesmo as positivas.

A avaliação de uma capa também de 2010, 17 de abril, período que antecede a campanha presidencial, ilustra a distinção quanto à forma de tratamento, por parte de Veja, entre direita e esquerda. De maneira oposta a Dilma e a tudo que é relacionado ao PT, o candidato José Serra é mostrado como bonachão, feliz, num primeiríssimo plano.



A chamada traz: **Serra e o Brasil pós-Lula**, e a declaração: “Eu me preparei a vida inteira para ser presidente”. Vale ressaltar que a estrutura da capa é exatamente a mesma da revista Time, maio de 2008, que trouxe o recém eleito presidente dos Estados Unidos, Barack Obama.

Figura 12: Capa das revistas Time (maio de 2008) e Veja, edição de 17 de abril de 2010

Fonte: Acervo digital, revistas Time e Veja

#### 4. O poder e suas ressalvas, ou o poder dos múltiplos olhares

Para finalizar a presente reflexão, é fundamental situar também o outro lado das contribuições foucaultianas acerca do poder, ou as fraquezas do poder, que não é absoluto, pleno. Ele apenas se realiza por meio de estratégias que asseguram sua perpetuação. Dessa forma, o poder é visto como fragmentado. Como afirma o autor (Foucault, 2010b, p.231), “as relações de poder existem entre um homem e uma mulher, entre aquele que sabe e aquele que não sabe [...] Na sociedade, há milhares e milhares de relações de poder e, por conseguinte, relações de forças de pequenos enfrentamentos, microlutas, de algum modo”.



Para que grandes estruturas de poder funcionem, como o Estado, são necessárias outras tantas pequenas estruturas de poder. O que assegura a ação dos campos de poder são, para o autor (Foucault, 2010b, p.231), pequenas táticas:

O que seria o poder de Estado, aquele que impõe, por exemplo, o serviço militar, se não houvesse, em torno de cada indivíduo, todo um feixe de relações de poder que o liga a seus pais, a seu patrão, a seu professor – àquele que sabe, àquele que lhe enfiou na cabeça tal ou tal idéia?

As múltiplas faces do poder tanto o fortalecem, quanto limitam sua ação. Ao afirmar que o poder não é absoluto, Foucault (2010b, p.232) apresenta a importante concepção de resistência: “não há relações de poder que sejam completamente triunfantes e cuja dominação seja incontornável”. Ao vislumbrar as possibilidades de resistência, as relações de poder passam a operar com maior intensidade e servindo-se de várias artimanhas. A luta pelo poder passa a ser, assim, perpétua.

A ressalva quanto aos limites do poder dizem respeito à importante observação que coloca todo indivíduo como partícipe das engrenagens do poder, o que é operacionalizado, por exemplo, pelas múltiplas possibilidades de leitura que um mesmo objeto pode oferecer. Contudo, a grande questão persiste ligada à verdade, ou ao discurso verdadeiro e toda a ritualização de procedimentos de verificação e fiabilidade, capazes de implementar o real, a verdade.

Os efeitos de verdade são processados por instâncias capazes de codificá-los, visto que os procedimentos para a organização de enunciados verdadeiros são previamente conhecidos e regulados. Dentre as principais instâncias produtoras de sentimentos de verdade estão as científicas. Num outro extremo, segundo Foucault (2010b, 233), está a mídia:

E depois, afora as ciências, têm-se também os **efeitos de verdade ligados ao sistema de informações**: quando alguém, um locutor de rádio ou de televisão, lhe anuncia alguma coisa, o senhor acredita ou não acredita, mas isso se põe a funcionar na cabeça de milhares de pessoas como verdade, unicamente porque foi pronunciado daquela maneira, naquele tom, por aquela pessoa, naquela hora. (Grifos nossos).



Dessa forma, a mídia é apresentada pelo autor como importante instância construtora de verdades, fato consubstanciado pelo uso de um lugar de fala que é associado à verdade. No contexto social, esta é uma estrutura de poder, pois opera o princípio do fazer crer, que embora limitado, propõe verdades pela repetição de enunciados. O exemplo da regularidade discursiva acerca do PT e temas correlacionados permite compreender os modos de proposição de verdades sobre a esquerda brasileira pelo jornalismo da revista *Veja*.

Não se pode dizer que aquela verdade é aceita imparcialmente, mas é inegável que passa a fazer parte de uma formação discursiva acerca do Partido dos Trabalhadores e das figuras políticas Lula e Dilma. A análise do discurso na perspectiva foucaultiana coloca-se como base para a análise crítica do discurso, cujo objetivo não é buscar uma verdade apenas no que é dito. Propõe-se também a entender porque um determinado enunciado circulou, em detrimento de outro. Desde essa perspectiva, percebe-se que a regularidade discursiva denunciada quanto à esquerda só tem lugar mediante a exaltação dos aspectos positivos da direita.

Essa abordagem do campo político de forma desequilibrada ou, de maneira mais ácida, enviesada, apenas é possível porque a revista *Veja* é claramente associada a um pensamento direitista. Toda a construção discursiva de *Veja* demonstra claramente essa opção, pois geralmente são ressaltados os aspectos negativos, sem dar muito espaço para as ações positivas do governo Lula, por exemplo. Numa outra vertente está a revista *Carta Capital*, que assume um discurso que dialoga com as ações da esquerda, sem se isentar das críticas àquilo que considera passível de uma avaliação criteriosa.

Para realizar uma análise crítica do discurso é fundamental considerar as relações de poder que vão para além da matéria discursiva cristalizada no texto. O texto é, na verdade, apenas a expressão de uma instância enunciativa comprometida com uma concepção de poder e exprime o desejo de fazer crer. Embora a metodologia não constituísse uma preocupação para Foucault (2010b, 230), percebe-se a necessidade de estabelecer parâmetros para o estudo do discurso do jornalismo, desde a área da comunicação. O principal indicativo pode ser o objeto. No caso das reflexões aqui desenvolvidas, o objeto poderia ser definido como “a esquerda política brasileira durante o governo Lula”. A partir daí, vários segmentos poderiam ser analisados, compreendendo distintos veículos de comunicação e suas diversas narrativas acerca do fenômeno, mas tais questões deverão ser desenvolvidas em outro momento.



## Referências

BRUNS, Axel. **Gatewatching: Collaborative Online News Production**. New York: Peter Lang, 2005.

CASTRO, Eduardo. **Vocabulário de Foucault**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

DALMONTE, Edson Fernando. Efeito de real e jornalismo: imagem, técnica e processos de significação. **Sessões do imaginário**, Porto Alegre: FAMECOS/PUCRS. n. 20, dez. 2008, p. 41-47. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/sessoes>>. Acesso: 12/02/2011.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2010a.

\_\_\_\_\_. **Estratégia, poder-saber: Ditos e escritos IV**, 2010b.

\_\_\_\_\_. **A ordem do discurso**. 19.ed. São Paulo: Loyola, 2009a.

\_\_\_\_\_. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense, 2009b.

\_\_\_\_\_. **As Palavras e as Coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1981.

HALIMI, Serge. **Os novos cães de guarda**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

LECOURT, Dominique. A arqueologia e o saber. In: FOUCAULT, Michel et all. **O homem e o discurso** (A arqueologia de Michel Foucault). 3.ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2008.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

PAESANI, Liliana Minardi. **Direito e Internet: liberdade de informação, privacidade e responsabilidade civil**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Revista **VEJA**. Acervo digital. Disponível:  
<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2.ed. Lisboa: Veja, 1999.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 4. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1995. 247p.