

A Palavra como Signo Ideológico no Discurso Jornalístico

Debora Cristina Lopez e Ivo José Dittrich*

Índice

1 Introdução	1
2 Uma visão bakhtiniana	2
3 Mudanças Sociais e Ideologia	4
4 Alianças e centralização	8
5 Referências Bibliográficas	12

1 Introdução

O presente artigo pretende discutir, com base em reflexões apresentadas por autores como Mikhail Bakhtin, Vogt e Eagleton, a influência da ideologia na construção do discurso midiático. Para tanto, em Bakhtin, tomamos os conceitos de infra-estrutura e superestrutura como noção central para as avaliações realizadas.

Como objeto deste artigo tomamos as reportagens *A obstinação refletida em Lula e O jogo difícil do candidato Serra*, apresentadas pela revista *Época*, na edição número 226, de 16 de setembro de 2002. Neste texto,

*Debora Cristina Lopez é mestrandia em Letras pela Unioest, graduada em Jornalismo pela UEPG e professora do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Univel, em Cascavel. Ivo José Dittrich é doutor em Lingüística pela UFSC, mestre em Filologia e Lingüística da Língua Portuguesa pela UNESP, graduado em Letras pela FECIVEL e coordenador do curso de Letras da UNIOESTE – *campus* de Foz do Iguaçu.

pretende-se analisar o caráter ideológico do discurso apresentado pela publicação nas reportagens citadas. Assim, e a partir deste ponto, será possível observar como se estabelecem as relações sociais no corpus selecionado, utilizando-se dos conceitos bakhtinianos citados.

A edição em questão do semanário *Época* traz, em seu conteúdo, reportagens especiais sobre os candidatos à presidência do Brasil no pleito de 2002¹. São, no total, cerca de 50 páginas de informações sobre os candidatos e o processo eleitoral já em sua reta final².

A carga ideológica inserida no discurso midiático em período de eleições pode manifestar-se de distintas maneiras. Entre as principais e/ou mais evidentes estão os recursos paralingüísticos – como a predominância de cores ou a distribuição de conteúdo na pá-

¹ Entre as reportagens, são apresentados perfis dos seis candidatos à presidência – Luís Inácio Lula da Silva (PT), José Serra (PSDB), Ciro Gomes (PPS), Anthony Garotinho (PSB), José Maria de Almeida (PSTU) e Rui Pimenta (PCO). Os candidatos tiveram, respectivamente, quatro, quatro, três, três, uma e uma páginas disponíveis para as reportagens.

² A edição da revista foi publicada em 16 de setembro de 2002, a três semanas da votação, que aconteceu em 06 de outubro de 2002. Vale lembrar que o último mês do processo eleitoral, caracteristicamente, povoado de declarações inflamadas, denúncias e conteúdo ideológico na mídia brasileira.

gina³ - e o discurso verbal – que pode ser apresentado e interpretado como polifônico em muitos momentos. Nesta pesquisa, no entanto, os recursos paralingüísticos são postos de lado, e a abordagem centraliza-se na transmissão ideológica a partir do discurso verbal. Para que a análise seja eficiente, é preciso conhecer o contexto social em que estão inseridas as informações.

2 Uma visão bakhtiniana

O discurso é a matéria-prima da produção midiática. O comunicador, para exercer de maneira completa a sua função, precisa conhecer as funções e as distorções possíveis na construção discursiva – seja ele em sua representação verbal ou não-verbal. Lembrando que as produções discursiva e midiática exercem grande influência sobre a constituição social de uma determinada comuni-

³ Parte-se, aqui, para uma análise mais voltada ao campo da semiótica. Como exemplo, podemos tomar a predominância da cor vermelha nas reportagens selecionadas como corpus deste artigo. O vermelho, além de identificar imediatamente o Partido dos Trabalhadores – partido do candidato líder nas pesquisas e atual presidente, Lula – tem suas fortes relações e remissões sociais. Na sociedade atual, a cor vermelha representa enfrentamento, mudança, proibição. São distintas conotações que podem – e normalmente o fazem – transmitir ideologias através de uma seleção e combinação de signos. Guimarães nos mostra como a ideologia positiva e a ideologia negativa podem ser transmitidas através da utilização da cor vermelha na construção do discurso jornalístico, através de uma representação paralingüística que pode, muitas vezes, informar e/ou influenciar o receptor mais do que a própria construção discursiva verbal. “Há um vermelho tomado positivamente e um tomado negativamente, tal como há um sangue tomado positivamente e um sangue tomado negativamente e um fogo tomado positivamente e um fogo tomado negativamente”. (2002:117)

dade, até porque todo discurso é carregado de ideologia, e, portanto, possui uma carga de interferência social. O tripé que estabelece o sustentáculo principal para uma comunidade é a cidade, sob a perspectiva estrutural, a sociedade e o cidadão, e estas relações estabelecem-se essencialmente através da influência e das inter-relações estabelecidas através dos meios de comunicação.

Mikhail Bakhtin⁴ (1999) diferencia conceitos que acaba constituindo como básicos para os estudos da linguagem, como os de infra-estrutura e superestrutura. Para o autor, a infra-estrutura constitui a base da sociedade, as informações, fatos e desdobramentos essenciais para a constituição social de uma determinada comunidade. Já a superestrutura refere-se aos reflexos que as mudanças na infra-estrutura acarretam quando buscam novos perfis. São essencialmente, elementos e relações sociais gerados e geridos pela infra-estrutura. Nestes elementos constituintes da superestrutura é possível identificar, por exemplo, a psicologia, o Estado, a ideologia social, a educação, a política, a mídia, entre outros. Nossa perspectiva de análise parte de um fragmento da superestrutura: a mídia.

“[...] para que haja ações, interações, transações, coisas que constituem o social, é preciso que exista um lugar material, no qual elas possam se exprimir”. (MAFFESOLI *apud* CONTRERA, 2002:47). A constituição do imaginário – seja em uma perspectiva social ou individual – tem grandes relações com a realidade midiática e a postura adotada pelos media em relação à informa-

⁴ Bakhtin parte das concepções marxistas de superestrutura e infra-estrutura, discutindo-as e adequando-as aos estudos da linguagem em suas obras.

ção. A mídia, enquanto responsável pela divulgação e mediação dos fatos ocorridos no dia-a-dia da sociedade, adquire também um caráter de agente, de elemento interventor no processo histórico-social de um determinado grupo. Assim, segundo os pressupostos bakhtinianos, evidencia-se uma interação entre infra-estruturas e superestruturas. Da mesma maneira que a mídia (superestrutura) interfere na sociedade (infra-estrutura), a sociedade (infra-estrutura) altera ou influencia a mídia (superestrutura).

O problema da *relação recíproca* entre a infra-estrutura e as superestruturas, problema dos mais complexos e que exige, para sua resolução fecunda, um volume enorme de materiais preliminares, pode justamente ser esclarecido, em larga escala, pelo estudo de material verbal. De fato, a essência deste problema, naquilo que nos interessa, liga-se à questão de saber *como* a realidade (a infra-estrutura) determina o signo, *como* o signo reflete e refrata a sociedade em transformação. (BAKH-TIN/VOLOSHINOV, 1999:39) [grifos do autor]

A mídia, especificamente no campo jornalístico, é uma área que facilita a visualização destas relações entre infra-estrutura e superestrutura. Principalmente porque trabalha, mesmo que inconscientemente, com a palavra enquanto signo ideológico e que influencia no cotidiano social.

[...] a palavra penetra literalmente em todas as relações entre indivíduos, nas relações de colaboração, nas de base ideológica, nos encontros fortuitos da vida

cotidiana, nas relações de caráter político, etc. As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios. (BAKH-TIN/VOLOSHINOV, 1999:39)

A unilateralidade do processo de construção da informação está se tornando a cada dia mais reduzida. A cada momento, a relação homem x mídia x sociedade está mais estreita, e assim o caráter ideológico das informações e do discurso midiático torna-se mais presente dos meios de comunicação de massa. Muitas vezes, identifica-se na produção midiática e sua relação com a sociedade, uma ruptura dos limites e representações concretas anteriormente estabelecidos.

Num planeta globalizado, numa megasociedade de dimensões até então inimagináveis, e com as características resultantes dos valores da sociedade de massa, é de se esperar que os espaços integradores criados não fossem concretos, já que qualquer limitação espacial seria extremamente inconveniente ao consumo identificatório massificado. (CONTRERA, 2002:48)

Nesta nova sociedade, a sociedade da informação, os media e as informações trazidas por eles estão cada vez mais próximas e estabelecidas no cotidiano de seus integrantes. O homem passa a ser parte da mídia, e a mídia parte do homem. Conseqüentemente, a mídia torna-se determinante no desenvolvimento da sociedade e a sociedade passa a ser ponto-chave na realidade dos meios de comunicação de massa. Cria-se, aqui, uma relação de interação e interdependência entre infra-estrutura e superestrutura.

A importância deste território partilhado⁵, hoje fortemente representado pela mídia, se dá a reconhecer quanto sabemos que essa operação territorial é o elemento primeiro que constitui a identidade de um grupo e que viabiliza o estabelecimento dos vínculos partilhados por esse grupo, dimensionando sua importância para as interações e sobrevivência no e do grupo. (CONTRERA, 2002:49-50)

E a identidade do interlocutor discursivo interfere também na estruturação de um determinado discurso e também na ideologia apresentada lingüisticamente por ele. Esta identidade não está relacionada somente às questões sociais, mas refere-se, além disso, aos instrumentais de manifestação, definição e de contextualização do discurso elaborado.

3 Mudanças Sociais e Ideologia

“Cada época e cada grupo social têm seu repertório de forma de discurso na comunicação sócio-ideológica. A cada grupo de formas pertencentes ao mesmo gênero, isto é, a cada forma de discurso social, corresponde um grupo de temas” (BAKH-TIN/VOLOSHINOV, 1999:40) Como apresenta o conceito bakhtiniano, a palavra é, por essência e por excelência, ideológica. Assim sendo, e levando-se em consideração que a palavra é o instrumento de trabalho do comunicador e o elemento que o relaciona com a

⁵ Contrera refere-se, neste ponto, às reflexões de identificação e agregação dos suportes concreto e virtual. Esta agregação gera o que Maffesoli chama de grande mídia. E é esta grande mídia uma das principais responsáveis pela interação mídia e sociedade, superestrutura e infra-estrutura. (Nota da autora)

sociedade, supõe-se, através do princípio da lógica aristotélica, que o discurso da mídia é, necessariamente, ideológico.

O presente texto parte deste pressuposto para, a partir deste momento, buscar estudar e localizar o caráter e a intensidade desta presença ideológica no discurso, além de buscar identificar, na construção discursiva do corpus selecionado, a intencionalidade apresentada através da representação ideológica do discurso.

3.1 Ideologia

O conceito de ideologia, pode-se afirmar, é um dos mais amplos e variados a que se pode ter acesso. Até hoje, não se chegou a uma definição fechada deste conceito, que abrangesse toda a riqueza de significações do termo. Eagleton apresenta que:

A palavra “ideologia” é, por assim dizer, um texto, tecido com uma trama de diferentes fios conceituais; é traçado por divergentes histórias, e mais importante, provavelmente, do que forçar essas linhas a reunir-se em alguma Grande Teoria Global é determinar o que há de valioso em cada uma delas e o que pode ser descartado. (1997:15)

Entretanto, mesmo tendo uma variação de significados, o termo tem como uma de suas principais representações a transmissão de idéias de uma classe hegemônica, buscando legitimar um poder determinante. Vale também destacar, como lembra Eagleton, que independente de sua conceituação específica, as variações de significado do termo ideologia têm em comum o fato de representarem

um conjunto de crenças motivadas por interesses sociais, isto é, representação das formas de pensamento dominantes de uma dada sociedade.

É preciso também contrapor a situação apresentada. Este objetivo da ideologia, de homogeneizar o conhecimento de uma determinada idéia, fazendo com que os receptores tenham uma mesma compreensão e/ou informação sobre os fatos pode também ser considerada negativa. Chauí (2002) lembra que a unidade estabelecida através da ideologia é, na verdade, falsa, já que, para manter a dominação, oculta uma divisão injusta da sociedade. Este ocultamento, ou falseamento, da realidade social em que estão inseridos os sujeitos do discurso é um instrumental para criar e manter a dominação do grupo social por parte de uma camada dominante. Esta realidade de homogeneização do conhecimento e das posturas dos sujeitos em relação às mensagens transmitidas é gerada, em muitos momentos, pela falta de uma contra-ideologia no contexto social. Desta forma, os conceitos apresentados pelo grupo dominante são simplesmente aceitos, sem que haja contestação ou contraposição. Esta é uma realidade muito visível na mídia. Os meios de comunicação assumem, em muitos momentos, o discurso de autoridade. Esta característica discursiva, e a formalização da transmissão do discurso fazem com que o conteúdo dos media torne-se, para uma parcela considerável da sociedade, incontestável. Este viés incontestável acaba por impedir a organização e o surgimento de uma contra-ideologia⁶. Assim, para comba-

⁶ Um exemplo de ausência de contra-ideologia e predominância de ideais de um determinado grupo é o livro 1984, de George Orwell. Nele, o Grande Irmão, além de disseminar as suas crenças e bloquear

ter uma ideologia a estratégia a ser adotada é o incentivo à criticidade. Uma sociedade poderia, através do incentivo à organização social, buscar, a partir do acúmulo de conhecimentos contrapostos, preencher as lacunas formadas pela ausência da contra-ideologia. Esta nova ação dos interlocutores do discurso que, a partir daí intensificariam sua interação convertendo-se também em produtores discursivos, poderia, gradativamente, amenizar ou até mesmo preencher algumas das lacunas geradas pelo silenciamento argumentativo. As informações ocultas em uma manifestação discursiva poderiam ser complementadas por outras, absorvidas pelos sujeitos do processo através de estruturas distintas. A infra-estrutura do contexto social poderia ser alterada, assim, por mais de uma superestrutura, não somente a midiática – ou então, poderia ser influenciada por distintos caminhos/direcionamentos na superestrutura da mídia, possibilitando novas leituras para os fatos.

3.2 Palavra: Signo Ideológico

[...] ideologia é mais uma questão de “discurso” que de “linguagem”. Isto diz respeito aos usos efetivos da linguagem entre determinados sujeitos humanos para a produção de efeitos específicos. Não se pode decidir se um enunciado é ideológico ou não examinando-o isoladamente de seu contexto discursivo, assim como não se pode decidir, da mesma maneira, se um fragmento de escrita é uma obra de arte literária. A ideologia tem mais a ver com a questão de

organizações e surgimento de contestações a ela, dominava os grupos sociais através da vigilância. É uma representação de dominação a partir da ideologia;

quem está falando o quê, com quem e com que finalidade do que as propriedades lingüísticas inerentes de um pronunciamento. (EAGLETON, 1997:22)

Levando em consideração o que fala Eagleton devemos, para analisar a perspectiva ideológica do discurso construído pela revista *Época*, conhecer o perfil da produção jornalística das magazines brasileiras. A revista *Época*, assim como a *Veja* e a *Isto É*, está enquadrada na categorização de revista de informação⁷. Estas publicações contam, na sua maioria, com a transmissão de opiniões dos comunicadores e também do próprio meio de comunicação de massa. Muitas vezes os conflitos de interesse gerados por questões políticas, pessoais e/ou financeiras influenciam no fazer jornalismo.

Para obter um resultado eficaz na transmissão de uma dada mensagem através do discurso jornalístico, a maior parte dos comunicadores utiliza recursos subliminares. Para tanto, algumas das estratégias comumente utilizadas são a polifonia discursiva e o silenciamento como elemento informacional. Através destes elementos e, muitas vezes, da simples análise da sentença pelo contexto apresentado, é possível identificar elementos representativos de ideologia na prática comunicacional.

No corpus avaliado neste artigo é importante lembrar que o contexto social no mo-

⁷ Segundo Vilas Boas, o texto em jornalismo interpretativo, característico de revistas, deve apresentar uma alta carga informacional, que permita ao receptor interpretar os fatos apresentados. É preciso, entretanto, que os jornalistas de revistas tenham cuidado para não transmitir opinião no texto. Porém, nas publicações semanais de informação brasileiras verifica-se a presença constante de conteúdos ideológicos e de opiniões nas reportagens produzidas.

mento era de pressões – para candidatos, jornalistas e eleitores. A divulgação, no mês anterior ao pleito, de um panorama dos últimos oito anos de governo presidencial (os dois mandatos de Fernando Henrique Cardoso, candidato tucano), de um perfil da relação entre o futuro novo presidente e o Congresso Nacional, e de uma reportagem apresentando os principais problemas a serem enfrentados pelo candidato vencedor das eleições presidenciais em 2002, auxilia na compreensão das informações apresentadas pelos meios de comunicação de massa. “Para Bakhtin (Volochinov), o signo verbal só pode ser apreendido na sua totalidade se considerado dentro do domínio específico. Este domínio, como o de qualquer outro signo, coincide com o da ideologia”. (VOGT, 1980:78)

Vogt apresenta ainda, em seu texto, a compreensão de Stalin e Hitler, que utilizavam a língua como um elemento de persuasão social. Hoje em dia a estrutura de língua/discurso como instrumentos persuasivos ainda é utilizada, e também com conotações políticas. Entretanto, os reflexos desta utilização do discurso para manipulação e/ou convencimento são menos facilmente perceptíveis na sociedade. Hoje, pela característica das sociedades ocidentais de excesso e velocidade de transmissão e recepção de informações, a percepção de estratégias de convencimento utilizadas na argumentação midiática é mais sutil. A manipulação e a transmissão de conteúdo ideológico se dá mais pelo contexto das informações, variando, se pensarmos sob a perspectiva interacional, entre os interlocutores do discurso. A natureza ideológica dos signos é determinada pelos contextos de onde surgiu esta manifestação discursiva, do suporte através do

qual é transmitida e da realidade social na qual está inserido seu receptor.

Se as palavras, por exemplo, nascem neutras, mais ou menos como estão em estado de dicionário, ao se contextualizarem passam a expandir valores, conceitos, pré-conceitos. Nós iremos viver e aprender em contato com outros homens, mediados pelas palavras, que irão nos informar e formar. As palavras serão por nós absorvidas, transformadas e reproduzidas, criando em circuito de formação e reformulação de nossas consciências. (CITELLI, 1986:35)

O discurso não pode ser construído pensando somente na estrutura dos vocábulos de uma sentença, analisados separadamente como se o discurso fosse constituído por recortes, interligados em uma “colcha de retalhos” lingüística. O discurso é mais do que isso. O discurso é sentido. Como explica Gnerre, “as palavras não têm realidade fora da produção lingüística; as palavras existem nas situações nas quais são usadas [...] Entender não é reconhecer um sentido invariável, mas “construir o sentido de uma forma no contexto em que aparece”. (1998:14)

O indivíduo, a partir do momento em que está inserido em uma dada sociedade, sofre influências dela e das experiências pelas quais já passou. Assim, todo o discurso manifestado pelo sujeito sofre também influências ideológicas do próprio autor, do interlocutor e, principalmente do contexto discursivo em que se enquadra. Uma sentença, se é pensada na perspectiva da semântica argumentativa, por exemplo, ou de suas interferências ideológico-discursivas, não pode ser vislumbrada como um elemento isolado,

mas sim como um elemento interacional, que influencia e é influenciado pelo discurso como um todo.

Através da ideologia no discurso – jornalístico ou não – dá-se o processo de construção de sentidos. Uma das estratégias para esta construção de sentidos é o silenciamento, como trata Orlandi. O apagamento de determinados argumentos com a intenção de manifestar uma determinada idéia dominante é uma das estratégias, das marcas discursivas da ideologia.

O poder das palavras é enorme, especialmente o poder de *algumas* palavras, talvez poucas centenas, que encerram em cada cultura, mais notadamente nas sociedades complexas como as nossas, o conjunto de crenças e valores aceitos e codificados pelas classes dominantes. Se pensarmos em palavras como *progresso*, por exemplo, podemos constatar que exprimem certos conteúdos ideológicos cuja origem é historicamente identificável. *Progresso* é uma palavra relativamente recente cuja efetiva definição variou através das diferentes situações históricas pelas quais o país passou. Assim, se a forma das palavras ficou igual a si mesma, quantos foram os diferentes conteúdos a elas atribuídos? (GNERRE, 1997:14)

Utilizando a estrutura proposta pelo italiano Maurizio Gnerre, podemos verificar a presença de algumas destas expressões culturalmente determinadas como ideológicas nas reportagens *A obstinação refletida em Lula* e *O jogo difícil do candidato Serra*, apresentadas pela revista *Época*, na edição número 226, de 16 de setembro de 2002.

4 Alianças e centralização

A análise do discurso apresentado pelas reportagens citadas, feitas a partir das noções de ideologia discutidas anteriormente podem ser realizadas sob duas perspectivas: em cada uma das matérias individualmente e através de um contraponto entre os termos ideológicos utilizados em ambos textos.

A primeira reportagem a ser avaliada é *A obstinação refletida em Lula*, que se propõe a trazer um perfil do candidato petista, então líder nas pesquisas de intenção de voto. No texto realizado por Laura Greenhalgh foram identificados os seguintes termos com conotação ideológica, que serão analisados a seguir: *alianças*; *comando*; *aburguesamento*; *confronto*; *regime militar*; *batalha sindical*; *regime autoritário*. É importante, quando da análise dos termos selecionados, realizar, na argumentação, uma contextualização em duas perspectivas: discursiva e social.

A história política brasileira, embora não conte com situações de guerra civil ou confrontos internos que apresentem a sociedade civil de maneira declaradamente envolvida como agente, passou – e passa até hoje – por realidades de violência e agressão. A ditadura militar está entre as mais marcantes das crises pelas quais o país passou, e que, certamente, marcou o cotidiano e influencia no conhecimento geral dos cidadãos, que constituem os interlocutores do discurso jornalístico. No caso dos perfis dos candidatos à Presidência em 2002 apresentados pela revista *Época*, a remissão a situações históricas, principalmente às relacionadas aos conflitos do período da ditadura e às relações profissionais de setores produtivos, como os metalúrgicos, é um instrumental discursivo recorrente.

Nos regimes democráticos, o papel da ideologia é ainda maior, já que o uso da força é limitado. É difícil imaginar a estabilidade do regime bipartidário dos Estados Unidos sem a ideologia fortemente individualista, concorrencial e liberal, de fundas raízes no protestantismo, que atravessa a história daquele país. Ideologias são instrumentos de sustentação de grupos que ocupam o poder. Elas possibilitam o estabelecimento daquilo que se denomina “hegemonia”, ou seja, um controle social em grande parte fundado na legitimidade dos governantes perante os governados. (MAGNOLI, 1996:13)

Entre os termos identificados no texto referente a Lula, destacam-se, com relação ao histórico político brasileiro no período da ditadura os seguintes: *comando*; *confronto*; *regime militar* e *regime autoritário*. Cada um destes termos tem uma variação interpretativa de acordo com o contexto em que está sendo localizado discursivamente.

No que concerne ao petista, que sempre foi tido como radical devido às suas posturas e declarações políticas⁸, o enquadramento de *alianças* pode remeter a uma leitura pejorativa, de flexibilização excessiva do candidato, levando à possível transformação do Lula antes radical e inflexível, em uma marionete política no poder. Este elemento, inclusive, é discutido mais adiante

⁸ Vale lembrar que, além das atuações políticas, da incitação a greves, da relação com movimentos sociais de contestação da realidade social vigente, Lula também prestou declarações vistas socialmente como radicais, como as que tratavam da dívida externa. Durante anos, o candidato e os principais representantes políticos do Partido dos Trabalhadores defenderam a moratória à dívida brasileira.

no texto através de uma declaração do presidente do PT, José Dirceu, que abrange outros elementos ideológicos destacados. Ele diz que “Não se enganem, o *comando* será dele” [grifos nossos]. Neste momento, devido ao contexto de conflitos históricos gerados por um golpe de Estado que levou à ditadura e à repressão no país, e que foi exercido por militares, a expressão *comando* pode ser interpretada de maneira distinta, não como uma explicação de que Lula não será manipulado, mas sim como a remissão a uma situação tortuosa, em que os brasileiros sofriam diariamente com pressões e conflitos.

A rememoração da sensação de sofrimentos e problemas vividos pela população, e dos climas de tensão pelos quais se passa diariamente na guerra civil não declarada pela qual a população passa diariamente⁹ remete também à interpretação do caráter ideológico de *comando* como indicativo de organização paralela à oficial, atendendo a interesses pessoais. No contexto político, pode-se verificar aí uma conotação negativa, referente ao enfrentamento, à imposição de posturas e interesses.

Na mesma perspectiva de pressões seguem outros três termos: *confronto*; *regime militar* e *regime autoritário*. Nestes casos, o contexto discursivo apresenta-se como determinante. Afinal, os *confrontos* que ocorriam durante o *regime militar*, o *regime autoritário* pelo qual o Brasil passou, normalmente são rememorados quando se trata de

⁹ Embora o Brasil não tenha passado, até hoje, por nenhuma guerra civil declarada, os conflitos e os índices de violência no país levaram os brasileiros a uma constante sensação de insegurança e pressões. Existe, na sociedade brasileira atual, o que se chama de Estado paralelo, organizado e estruturado segundo as necessidades que estabelece.

cidadãos que ajudaram o país a superar esta fase, sacrificando-se em prol da evolução da nação. No entanto, o contexto discursivo nos mostra que não é esta a interpretação que se busca dar a eles quando o sujeito em questão é Luiz Inácio Lula da Silva.

O trecho que refere-se ao *confronto*, não o trata na perspectiva da ditadura militar ou das lutas sindicais de Lula, mas sim os *confrontos* que o candidato perdeu – os eleitorais. Em “Após dois *confrontos* com o candidato de currículo acadêmico, erudição, fluência em línguas e traquejo diplomático, Lula optou por assumir-se” [grifos nossos]. É importante destacar aqui a relação entre os contextos ideológicos do termo. No viés histórico, *confronto*, quando relacionado a Lula ou ao Brasil, lembra inflexibilidade e reação a uma situação com a qual não se concorda. Entretanto, no texto apresentado, a conotação é a derrotas sofridas pelo candidato, e novamente a uma mudança de postura, a uma flexibilização que não pode ser aceita em agentes de processos de contestação à ideologia vigente. Novamente entra em cena, através de um jogo entre possíveis sentidos do discurso, a necessidade de transmitir uma mensagem negativa ao candidato do PT. Na mesma linha de pensamento pode ser avaliado o trecho seguinte: “Aos 56 anos e no olho do furacão, Lula preserva os finais de semana com a família, em São Paulo. Um conforto impensável para o líder sindical que enfrentou o *regime militar* e chamou a atenção do Brasil, nos anos 70” [grifos nossos]. Além da mudança de postura do candidato em relação às questões sociais – Lula, tipicamente contestador de desigualdades sociais, sempre priorizou, em sua história, a luta social – para, a partir deste momento, priorizar interesses

peçoais – neste caso, a família –, o contexto da expressão busca evidenciar o *aburguesamento* do candidato, também abordado no texto. Pressupõe-se que, como Lula vive em um país em crise econômico-social, está desenquadrado de sua realidade – que era um dos principais atrativos para os eleitores, já que se identificavam com o político. Lula continua sendo simples, mas de metalúrgico, passou a ex-metalúrgico, que hoje, ao invés de fazer bicos no final de semana para complementar a receita doméstica, reserva os finais de semana para estar com a família.

Já o *regime autoritário* também, embora remeta à ditadura militar pelo contexto social, trabalha, como evidencia o contexto discursivo, em uma tentativa de depreciação do candidato petista. “Não se trata, agora, de enfrentar um *regime autoritário*, mas de rebocar uma economia estagnada, atender a demandas sociais de toda ordem e conviver com um Congresso que não lhe será risonho” [grifos nossos]. Desta maneira, busca apresentar a característica do sujeito como pouco preparado para o cargo de presidente do Brasil e com perfil de mobilizador de massas – mas sem o conhecimento necessário para liderar uma nação. Ainda no sentido de avaliar as habilidades do gestor Lula, o texto utiliza, em uma declaração do sociólogo Francisco de Oliveira, a expressão *batalha sindical*. “O operário que conheci na *batalha sindical* tinha habilidade para isso [negociar questões econômicas do país, caso eleito]. Vamos ver o estadista” [grifos nossos]. Neste elemento, a avaliação a ser feita segue o mesmo padrão da anterior. Entretanto, um novo elemento está enquadrado: a identificação. A *batalha sindical* é característica da política social de Lula, e é uma das principais característi-

cas de sua evolução política, como apresenta Frei Betto (2002).

Mas as ideologias são também instrumentos de contestação do poder vigente, de sua substituição e do estabelecimento de novas hegemonias. Não é casual que partidos e movimentos políticos que influenciaram largas parcelas da população tenham sido, ao longo da história contemporânea, partidos de forte conteúdo ideológico. (MAGNOLI, 1996:13)

Entretanto, é importante destacar que esta sentença aparece nas linhas finais da reportagem, depois de, em inúmeros momentos, o texto ter, através de termos carregados de conotação ideológica e de estratégias discursivas, buscado evidenciar a mudança político-ideológica e o *aburguesamento* do candidato.

A seqüência da análise a ser realizada trabalha com a reportagem referente a José Serra, do PSDB, e contará também com alguns contrapontos, em relação à característica do contexto discursivo, com as estruturas de argumentação identificadas no texto que se refere a Lula. Na reportagem *O jogo difícil do candidato Serra*, o jornalista Kaíke Nanne busca traçar um perfil de Serra, segundo colocado nas pesquisas de intenção de voto. Na matéria, foram identificados como elementos com possível conotação ideológica os termos: *oposição; ambiente oposicionista; Papai-Sabe-Tudo; estabilidade e crescimento*.

José Serra concorreu à presidência da República pelo partido do então presidente Fernando Henrique Cardoso. Entretanto, em diversos momentos da campanha eleitoral, buscou apresentar-se como *oposição* a FHC.

Isso porque o governo do tucano não estava com bons índices de aceitação dos eleitores, o que poderia prejudicar a popularidade de Serra. Dois momentos do texto evidenciam esta questão: “Aos poucos, tornou-se *oposição* dentro do governo, adversário de Pedro Malan e alvo de ironias constantes de Gustavo Franco” [grifos nossos] e “Serra enfrenta uma campanha de *ambiente oposicionista* na qual só começou a crescer depois de definir suas relações com o governo FHC, até há pouco vistas como ambíguas e pouco claras” [grifos nossos]. É importante pensar em outra perspectiva do contexto social do termo. No Brasil, caracteristicamente, a direita costuma estar no poder. Conseqüentemente, a expressão *oposição* tornou-se quase sinônimo de esquerda política. Seguindo esta lógica, a identificação de Serra como oposicionista e de Lula como moderado contrapõe-se ao conhecimento acumulado que tem o receptor. No decorrer do texto, para afirmar e confirmar esta informação, que em um primeiro momento pode confundir a interpretação do leitor, o jornalista utiliza a remissão à história política brasileira e aos sentimentos do brasileiro em relação às alterações político-sociais para denotar um perfil de sujeito agente em processos de mudança de José Serra. Isso é feito através da recorrência à ditadura. Mas esta abordagem não tem a mesma perspectiva da traçada no perfil de Lula. Não busca evidenciar necessariamente os problemas e a flexibilização, mas, ao contrário, procura, através da expressão *exílio*, evidenciar a propensão e a preocupação do candidato em resolver os problemas do país, independente dos sacrifícios necessários para isso. “ÉPOCA ouviu 16 políticos e intelectuais que conviveram com Serra desde sua volta para o Brasil,

em 1977, após 13 anos de *exílio*” [grifos nossos]. Enquanto Lula “preserva os fins de semana com a família”, contrapondo a postura que normalmente seria adotada pelo metalúrgico e sindicalista da década de 70, Serra passou “13 anos no *exílio*”. A apresentação constante de evidências de mudanças de postura, denotando obstinação e luta para um sujeito e acomodação e flexibilização para outro, pode levar a uma interpretação direcionada, ideologicamente marcada do discurso.

Ainda no sentido de projetar o candidato e evidenciar suas vantagens como futuro presidente do Brasil, o autor trabalha com o termo *Papai-Sabe-Tudo*. Além de ser uma expressão comum ao dia-a-dia da população para denotar sujeitos que normal e tranquilamente resolvem os problemas que lhes são apresentados, o estabelecimento de similaridades entre o personagem do seriado e o candidato busca projetá-lo como a melhor opção para o eleitor. Desta maneira, sendo organizado, metódico, centralizador – características apresentadas pela própria publicação – seria uma melhor opção quando comparado a outro candidato que altera suas posições constantemente e deixa-se influenciar pelas indicações de um marketeiro¹⁰. Estariam em questão, aqui, a autenticidade e a fragilidade.

Uma outra estratégia ideológica evidente é a utilização de termos positivos e de boa aceitação pela população, como é o caso de *estabilidade* e *crescimento*. No momento em que utiliza-se destes termos ideológicos, o jornalista fala sobre o apoio da Federação das Indústrias de São Paulo a Serra. “Um apoio desta natureza é útil para assegurar es-

¹⁰ A matéria que refere-se a Lula evidencia, em mais de um momento, que a tranquilidade aparente do petista deve-se a estratégias de marketing, estabelecidas pelo marketeiro da campanha, Duda Mendonça;

tabilidade a um governo e pode ajudar na retomada do *crescimento*” [grifos nossos]. *Estabilidade e crescimento* são ânsias dos brasileiros, principalmente em uma situação de crise evidente, como a que o Brasil possuía em setembro de 2002. O índice de desemprego aumentava, assim como as taxas de juros. Proporcionalmente a isso, a valorização monetária decaía. Crescer e estabilizar-se após isso eram alguns dos maiores sonhos dos brasileiros – e estavam nas mãos de Serra, de acordo com o discurso ideológico da publicação. Já Lula, precisaria provar que teria capacidade administrativa. Era um bom mobilizador de massas, mas poderia não ter capacitação e competência para administrar. Serra, de acordo com o contexto discursivo da reportagem, havia provado ter conhecimento, habilidade e capacidade para cumprir com todas as exigências que se faz a um candidato.

As informações nem sempre são transmitidas de maneira clara mas, através de uma observação mais atenta do caráter ideológico dos discursos constituídos, é possível transmitir uma idéia à população. Desta maneira, pode-se visualizar, em alguns momentos, como a teoria bakhtiniana da infraestrutura e da superestrutura está presente no cotidiano da sociedade e é extremamente interacional.

5 Referências Bibliográficas

- BAKHTIN, M. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BAKHTIN, M. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1999.
- CITELLI, Adilson. *Linguagem e Persuasão*. São Paulo: Ática, 1986.
- CHAUÍ, Marilena. *O que é Ideologia*. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- CONTRERA, Malena Segura. *Mídia e Pânico: Saturação da informação, violência e crise cultural na mídia*. São Paulo: AnnaBlume: Fapesp, 2002.
- EAGLETON, Terry. *Ideologia*. São Paulo: Edunesp: Boitempo Editorial, 1997.
- FREI BETTO. *Lula: um operário na presidência*. São Paulo: Casa Amarela, 2002.
- GNERRE, Maurizio. *Linguagem, escrita e poder*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- GUIMARÃES, L. *A Cor como Informação*. 2ª edição. São Paulo: AnnaBlume, 2002.
- Revista Época. 16 de setembro de 2002. nº 226.
- MAGNOLI, Demétrio. *O Mundo Contemporâneo: Relações internacionais - 1945-2000*. São Paulo: Moderna, 1996.
- VILLAS-BOAS, Sérgio. *Estilo Magazine: O texto em revista*. São Paulo: Summus, 1996.
- VOGT, Carlos. Linguagem, Língua e Poder. In: *Linguagem Pragmática e Ideologia*. São Paulo/Campinas: Hucitec/Funcamp, 1980.