

# A mídia brasileira e a noção de poder em Foucault

Debora Cristina Lopez e Ivo José Dittrich\*

## Índice

1 Introdução	1
2 Comunicação e sociedade	2
3 Poder, mídia e sociedade	5
4 Estratégias Discursivas e o Poder na Revista Época	7
5 Referências Bibliográficas	10

## Resumo

O presente artigo pretende discutir, com base em Foucault, a influência de algumas noções de poder na construção do discurso midiático e nas relações que a mídia estabelece com a sociedade. Como esta é uma relação que se dá, de maneira essencial, pela construção do discurso e pelos meandros das redes de comunicação, absorvemos aqui também discussões de autores da comunicação, que trabalham as relações éticas e os conflitos estabelecidos entre o jornalismo e a sociedade. Para tanto, analisaremos as re-

---

\*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.

portagens *A obstinação refletida em Lula e O jogo difícil do candidato Serra*, apresentadas pela revista Época, de 16 de setembro de 2002, a partir de autores como Foucault, Gomes, Bucci, entre outros.

## 1 Introdução

O estudo em questão tem como objeto de análise 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. Nele, pretende-se o estabelecimento de relações entre os elementos constitutivos da sociedade em questão, através de marcas discursivas, apoiando-se também nas noções bakhtinianas de superestrutura e infraestrutura, e a identificação do poder individual e do poder coletivo nesta realidade, buscando apontar como se estabelecem aí as relações sociais primordiais para a análise.

As reportagens citadas integram uma publicação que tem como objetivo traçar um perfil dos candidatos à presidência do Brasil no pleito de 2002. Assim, são apresentadas matérias referentes aos 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. No total a publicação, divulgada três semanas antes da votação, apresenta cerca de 50 páginas sobre os candidatos e o processo eleitoral já em sua reta final. No presente artigo, optamos por analisar os dois candidatos líderes do pleito, Luís Inácio Lula da Silva e José Serra.

## 2 Comunicação e sociedade

Para que se realize uma análise da produção jornalística atual e da maneira como ela interfere nas relações sociais é determinante ter em mente noções apresentadas por Marx e muito discutidas por Bakhtin/Volshinov (1999). A superestrutura e a infraestrutura são conceitos hoje considerados básicos para os estudos da linguagem e, por consequência, do jornalismo. Este artigo discute o poder e sua constituição em uma sociedade essencialmente gerida pela mídia, portanto, para isso, necessita esclarecer anteriormente que suas discussões serão também norteadas por conceitos trazidos à cena por Bakhtin. Segundo ele, a infra-estrutura estaria localizada na base da sociedade, envolvendo informações, fatos e desdobramentos essenciais para a constituição social da comunidade. Já a superestrutura englobaria os reflexos acarretados pelas mudanças na infra-estrutura. Integrantes desta superestrutura seriam, por exemplo, o Estado, a ideologia social, a educação, a política, a mídia, entre outros. Nesta perspectiva temos, portanto, alocados diretamente nesta análise, pelo menos três elementos constitutivos da superestrutura<sup>1</sup> e, conse-

<sup>1</sup> A aplicação destes conceitos e a necessidade de serem apresentados inicialmente neste artigo serão evidenciadas a partir das análises do objeto de estudo, a serem realizadas mais adiante, neste texto.

quentemente, determinantes para as relações sociais: a ideologia social, a política e a mídia.

Para que se possa compreender as relações estabelecidas nos meios de comunicação de massa, é importante que se compreenda também e inicialmente como eles se relacionam e intervêm nos grupos em que estão inseridos. A interação social é uma das principais características da mídia, que é vista como refletora da sociedade por alguns e como interventora por outros. As teorias do jornalismo apresentam discussões e embates sobre o papel dos *media* na sociedade. Sousa lembra que as teorias dos efeitos dos meios jornalísticos têm intensas variedade e contraditoriedade.

[...] podemos intuir que a comunicação jornalística é um elemento importante na organização da vida quotidiana. De alguma forma, as notícias, entre múltiplas outras funções, participam na definição de uma noção partilhada do que é atual e importante e do que não o é, proporcionam pontos de vista sobre a realidade, possibilitam gratificações pelo seu consumo, podem gerar conhecimento e também sugerir, direta ou indiretamente, respostas para os problemas que quotidianamente os cidadãos enfrentam. As notícias, ao surgirem no tecido social por ação dos meios jornalísticos, participam da realidade social existente, configuram referentes coletivos e geram deter-

A relação mais diretamente estabelecida, neste caso, é entre as noções trazidas à luz por Bakhtin com as discussões de caráter ideológico e de intencionalidade na construção discursiva no processo de busca, instituição e manutenção do poder – aqui tido a partir da perspectiva foucaultiana.

minados processos modificadores dessa mesma realidade. (SOUSA, 2002:119)

As discussões mais intensas referem-se à diferenciação entre o jornalismo como mediador dos fatos e o jornalismo como intervenor na realidade social em que se insere. No presente artigo, a importância desta discussão está em apontar a característica da mídia como interventora, através do que produz e do que tem contato quando constrói sua informação, nas definições sociais. Um dos elementos que mais evidenciam a interferência que a mídia exerce na sociedade é o que se chama pela escola americana de jornalismo de agendamento temático. Barros Filho e Praça aplicam esta definição em uma análise que realizam de debates políticos no Brasil. Nela, oferecem aos jornalistas a responsabilidade de determinar, através do reconhecimento que dão aos membros de um determinado grupo, a sua determinação como um campo político existente, definindo assim sua legitimidade ou a ausência dela.

Essa definição se objetiva em efeitos sociais como o agendamento temático, o recorte de uma agenda pública, a imposição de opiniões legítimas sobre os temas da agenda temática da mídia e a imposição de referenciais simbólicos, culturais, que determinam a interpretação e a classificação das coisas e da política. (BARROS FILHO, PRAÇA. 2002:23)

Seguindo uma linha similar, Rubim (in BARROS FILHO, 2002:47) aponta a sociedade atual como a Idade Mídia<sup>2</sup>, um período

<sup>2</sup> Rubim apresenta a Idade Mídia como “uma sociabilidade estruturada e ambientada pela comunicação, especialmente em sua versão mediatizada” (In BARROS FILHO, 2002:47).

em que a sociedade é “transbordante de comunicação e de informação”. O mesmo autor enumera tópicos que caracterizam a contemporaneidade e que confirmam a sua conceituação. Lembrando ainda que a atual sociedade da informação, ou Idade Mídia, com sua potencialização, evidencia, através das relações que presencia, um aumento nas influências geradas pelos *media* nos grupos sociais, e vice-versa. Alguns dos tópicos apresentados pelo autor têm extrema relevância quando se discute a relação mídia e sociedade, entre eles: a expansão quantitativa da comunicação, assim como a diversidade das modalidades midiáticas; a mídia como elemento evidenciador da sua supremacia sobre outros grupos sociais. Mas é determinante destacarmos, entre os 10 itens apontados por Rubim em *Eleições e (Idade) Mídia*, os seguintes:

5. Ressonâncias sociais da comunicação mediatizada sobre a produção da significação (intelectiva) e da sensibilidade (afetiva), sociais e individuais; [...] 7. Mutações espaciais e temporais provocadas pelas redes midiáticas, na perspectiva de forjar uma vida planetária e em tempo real. (RUBIM in BARROS FILHO, 2002: 49)

Identificando e adotando as conceituações e estratégias geradas pela e na superestrutura apresentada anteriormente, será possível estabelecer uma ponte entre a comunicação e as micro-relações sociais de poder, como apresenta Foucault (2003). O jornalismo, por se tratar de uma estrutura – ou superestrutura, como diria Bakhtin – que intervém nas demais estruturas sociais – tanto nos componentes da superestrutura quanto

da infraestrutura – é um dos representantes do poder que age nas sociedades. Portanto, a idéia da mídia como simples espelho da sociedade, como mera reprodutora e mediadora de fatos e realidades pode ser posta à prova. Os conceitos apresentados Barros Filho, Rubim e Sousa, relacionados à noção de poder em Foucault, tornam mais próxima e evidente a estrutura de mídia como elemento interventor na constituição social. A idéia não é, simplesmente, questionar posturas éticas e condenar a imprensa por seu viés manipulatório – que constantemente pode ser identificado nas coberturas realizadas pelos meios de comunicação de massa, principalmente no que se refere às informações sobre eleições e processos políticos e/ou partidários –, generalizando posturas isoladas, mas sim buscar identificar como o poder e a imprensa se relacionam na sociedade ocidental, centralizando as discussões na mídia brasileira. Assim, o mito jornalístico da objetividade, intensamente defendido pela escola americana de comunicação, deve ser posto de lado, levando-se em consideração que a total isenção na transmissão e construção da informação jornalística é inviável.

[...] a idéia de que eles [os grandes veículos de imprensa] ‘retratam a realidade’ não faz sentido. Faria mais sentido dizer que eles consolidam a realidade, ou aquilo a que chamamos, muito precariamente, de realidade.

[...] Por melhor que ela seja [a ética na imprensa], por mais equilibrada e mais correta, há algo na natureza do fato (e do fato jornalístico em especial) que já é, desde sempre, relato. Quer dizer: o fato já nasce como relato. Quer dizer: o fato já nasce como relato. Ele não acontece

assim puramente como fato, um dado do mundo concreto, do mundo independente de qualquer linguagem, para, só depois, ser traduzido num relato. Este é o problema. Os fatos acontecem, no instante em que acontecem, já como relatos. Os, se quisermos, como elementos discursivos. Um fato ambiciona a condição de relato – pois só o relato dará a ele, mero fato, um sentido narrativo. (BUCCI in GOMES, 2003:09)

Esta discussão, apresentada pelo professor Eugênio Bucci no prefácio à obra de Mayra Rodrigues Gomes, fortalece a máxima do jornalismo brasileiro, de que um fato só passa a existir como tal e, portanto, só passa a representar a verdade, a partir do momento em que torna-se notícia, em que está registrado pela mídia, sustentado pela capacidade da imprensa de garantir a veracidade do que é apresentado. Desta maneira, o discurso apresentado pela mídia, seja ela impressa ou eletrônica, passa a constituir-se como um instrumental de busca, manutenção e interferência do poder na sociedade. O maior exemplo desta realidade, como apresenta Gomes, é a “criação” de fatos para que eles possam ser divulgados pela mídia. Assim, discurso e fato jornalístico caminhariam juntos, não seriam conseqüência um do outro. “O episódio em si mesmo, em que o agricultor gaúcho Mário Lill entregou a bandeira [do MST] a Arafat, é um episódio-cena. Ele é fato por ser cena – e é uma cena para que possa ser visto como um fato.” (BUCCI in GOMES, 2003: 10)

É importante, para dar seguimento a esta discussão, tratar a aplicação de conceitos de verdade na comunicação social e, mais especificamente, ao jornalismo. O jornalista,

em muitos momentos, busca, para instituir ou manter o poder através da mídia, convencer o público a partir de uma dada utilização do discurso. O falante sempre adequa seu discurso ao seu auditório. Assim também acontece no discurso jornalístico. Tenha o falante a intencionalidade do convencimento ou da persuasão com seu texto, ou simplesmente objetive ele a informar, a adequação ao auditório é característica do comunicador. Muitas vezes esta adequação acontece com a intencionalidade de, através da constituição de um dado discurso e da organização de um meio de comunicação, manipular e/ou persuadir, o que muitas vezes faz com que distintas ‘verdades’ sejam apresentadas e até mesmo aceitas pelo interlocutor.

O jornalismo, então, teria em seus principais instrumentais de atuação a persuasão. Na primeira página, alguém tenta dizer ao leitor, e persuadi-lo a acreditar, que ali estão os fatos e temas mais importantes de cada dia, e que estes assuntos lhe interessam, a começar pelo da manchete, o mais importante de todos. (CHAPARRO apud LOPES, 1995:11)

Seja através da capa, dos elementos de destaque ou do texto jornalístico em si, a busca pela verdade ou a instituição de distintas verdades é um forte elemento de persuasão e manutenção do poder. Muitas vezes, para esta busca pelo poder, a mídia utiliza-se de estratégias de pressão e instituição de medo e temor, como a vigilância e o controle das fontes, dos conceitos e dos interlocutores do discurso apresentado.

### 3 Poder, mídia e sociedade

Foucault trata, em uma de suas obras mais conhecidas, as noções de vigilância e controle. *Vigiar e Punir* nos apresenta também a idéia do controle pela instituição do medo, do temor, da insegurança. Realidade que pode também ser discutida e identificada na mídia atual. Quando se refere aos rituais de suplícios realizados na antiguidade, o autor já inicia uma relação entre a instituição e a manutenção do poder e a mídia.

Uma pena, para ser um suplício, deve obedecer a três critérios principais: em primeiro lugar, produzir uma certa quantidade de sofrimento que se possa, se não medir exatamente, ao menos apreciar, comparar e hierarquizar; [...] o suplício faz parte de um ritual. É um elemento na liturgia punitiva, e que obedece a duas exigências. Em relação à vítima, ele deve ser marcante: destina-se a [...] tornar infame aquele que é a vítima. [...] E pelo lado da justiça que o impõe, o suplício deve ser ostentoso, deve ser constatado por todos, um pouco como seu triunfo. (FOUCAULT, 2002:32-33)

Esta necessidade de ostentação dos suplícios, das penas impostas aos condenados, seguia a idéia do exemplo, da representação das posturas adotadas em relação a um determinado fato. É muito importante, no entanto, ter em mente que as análises e os conceitos apresentados pelo autor se propõem a não estarem restritos ao poder como elemento determinado ou diretamente relacionado com o Estado. Mas acima de tudo, Foucault (2002) destaca que o que sustentava o suplício era a política do medo, reativando o poder. Hoje, na mídia, a identificação das manifestações

de poder e a representação da sustentabilidade destas determinações estão evidentes. A transmissão de noções de poder e a manutenção destas relações através da instituição do medo já, na época dos suplícios, era realizada e evidenciada pelo jornalismo. Os suplícios são, na verdade, uma manifestação do poder de um dado grupo a partir de cerimônias e/ou rituais.

Entretanto, pode-se apontar distintas micro-relações de poder em um único suporte: os meios de comunicação de massa. Para que estas ações sejam verdadeiramente eficazes, mesmo que o façam de maneira inconsciente, os *media* utilizam-se do poder disciplinar apresentado por Foucault.

O poder disciplinar é com efeito um poder que, em vez de se apropriar e de retirar, tem a função maior de “adestrar”; ou sem dúvida adestrar para retirar e se apropriar ainda mais e melhor. Ele não amarra as forças para reduzi-las; procura ligá-las para multiplicá-las e utilizá-las num todo. [...] “Adestra” as multidões confusas, móveis, inúteis de corpos e forças para uma multiplicidade de elementos individuais – pequenas células separadas, autonomias orgânicas, identidades e continuidades genéticas, segmentos combinatórios. A disciplina “fabrica” indivíduos; ela é a técnica específica de um poder que toma os indivíduos ao mesmo tempo como objetos e como instrumentos de seu exercício. (2002: 143)

Se, como dito anteriormente, Foucault não considera o poder como um elemento do Estado, é necessário ter em mente que o poder é constituído por relações de força, assim, constituindo verdades e levando em conta as

implicações que isso traz. Se as relações de poder são determinadas por relações de força – esta podendo ser apontada em distintos níveis – é possível dizer que o discurso (incluído aqui o discurso jornalístico) é um dos principais instrumentais de inserção de noções de verdade na realidade social em que se insere, nas micro-relações e/ou nos grupos em que se enquadram<sup>3</sup>. Estas relações de força, que podem se dar de maneira eficiente no campo do discurso, podem ser identificadas nas distintas etapas dos processos de interação social, como as identidades, as relações de troca, etc.

Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e o poder. Nisto não há nada de espantoso, visto que o discurso – como a psicanálise nos mostrou – não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é também aquilo que é o objeto do desejo; e visto que – isto a história não cessa de nos ensinar – o discurso não é simplesmente aquilo que traduz lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar. (FOUCAULT, 1996:10)

O discurso, segundo Foucault, pode ser interpretado de distintas maneiras, assim como as conseqüências que ele gera no cotidiano social. A perspectiva repressiva do discurso, por exemplo, é determinante para a eficácia

<sup>3</sup> Trabalha-se, aqui, com as discussões apresentadas por Michel Foucault em *Microfísica do Poder* e Norbert Elias em *Estabelecidos e Outsiders*

da sua intencionalidade, permitindo ou evitando a formulação de verdades e/ou mentiras determinadas, geradas pelos efeitos de poder. “No interior do discurso repressivo encontra-se uma outra dimensão: a repressão faz falar tanto quanto o discurso aberto idealizado; o escondido fala [...] sugerindo regras, limites de ação” (GOMES, 2003:50).

A cada dia mais, a mídia transforma-se em um instrumental de poder. Pode-se dizer que as estruturas midiáticas da sociedade transfiguraram-se no *panopticon* discutido por Foucault (2003:209-211). Os sistemas de “vigilância” da mídia permitem que, a cada momento mais, a sociedade e os cidadãos sejam controlados e acompanhados em seu cotidiano. Os meios de comunicação têm se tornado tão comuns ao cotidiano da população e a sua característica de mediador e refletor da sociedade têm sido tão aceitas – embora algumas linhas teóricas questionem a mediação sem interferências do comunicador – que o *panopticon*, a vigilância eficaz e o controle pelas estratégias de instituição e manutenção do poder têm, a cada dia, legitimado-se mais.

Para que possamos analisar as reportagens das produções jornalísticas em questão e identificar nelas traços de relações de poder e/ou intencionalidade na transmissão do discurso, trabalharemos com uma contraposição entre as reportagens citadas. Vale lembrar que a revista *Época*, *corpus* deste estudo, é uma das principais revistas de informação brasileiras. Desta maneira, traz inerente a seu material jornalístico uma predisposição à veracidade das informações. A credibilidade do meio de comunicação, no processo de absorção e manutenção do poder, é determinante, e deve ser levado em conta neste processo.

Recorreremos também à Teoria da Argumentação, a partir de Perelman, para defendermos a idéia de que os falantes alteram seus discursos, adequando-os ao auditório a quem os dirigem. No caso da mídia, em estruturas discursivas dotadas de intencionalidade, como é o caso das coberturas sobre política eleitoral, principalmente em períodos como o da publicação em questão, a poucas semanas do pleito, a alteração da estrutura discursiva buscando a definição do poder, o convencimento ou a persuasão através da seleção do discurso e do contexto que gira em torno dele, assim como a consideração, por parte do locutor e/ou do enunciador, das especificidades do auditório a que a revista se direciona, a presença do poder disciplinar faz-se clara. O convencimento se dá, nos *media*, através de estratégias discursivas que podem ser identificadas à luz da análise do discurso, da teoria da argumentação ou da semiótica, entre outras linhas teóricas.

#### 4 Estratégias Discursivas e o Poder na Revista *Época*

A publicação, mesmo que de maneira não-declarada, assume, neste pleito, uma postura definida, favorável a um dos dois candidatos líderes em questão, Luís Inácio Lula da Silva e José Serra. A opção evidente através da construção do discurso, das estratégias de convencimento e da utilização de situações de pressão é pelo tucano.

Como apresentado anteriormente, as relações de poder se instituem a partir de relações de força entre as partes, entre os interessados. Infra e superestrutura buscam definir como se darão as interferências; estabelecidos e *outsiders* ‘brigam’ constantemente

para buscar definir como se dão suas inter-relações. O poder tem uma relação estreita com a dominação, com o controle dos grupos sociais e, conseqüentemente, com a regulamentação das relações, contatos e negociações que se dão entre eles.

No que diz respeito ao controle, nos meios de comunicação de massa, pode-se discutir duas vertentes: o controle da mídia e o controle pela mídia. Quando a mídia tem o controle de uma determinada situação, busca mantê-lo, essencialmente através do convencimento dos interlocutores, da transmissão de sua ideologia, que, aceita pelos receptores, auxiliará no processo de manutenção de uma estratégia de poder vigente. No caso específico das matérias analisadas, esta manutenção era buscada através da tentativa de convencimento dos receptores, buscando levá-los a crer que a melhor opção para voto era o candidato José Serra. Para tanto, a revista utilizou as estratégias discursivas de instituição de temor, como demonstra o trecho abaixo de *A Obstinação Refletida em Lula*: “Não se trata, agora, de **enfrentar** um **regime autoritário**, mas de **rebocar** uma **economia estagnada**, atender a **demandas sociais** de toda a ordem, e conviver com um Congresso que **não lhe será risonho**. Lula está decidido a **correr o risco**” [grifos nossos]<sup>4</sup>. Como é possível perceber nos trechos em destaque desta citação, no que se refere ao candidato petista, o discurso da publicação é negativo, transmitindo a sensação de dificuldades, de crises, de problemas, de riscos. Com a expressão “rebocar uma economia estagnada”, a matéria transmite ao re-

<sup>4</sup> GREENHALGH, Laura. A Obstinação Refletida em Lula. *Revista Época*, edição número 226, 16 de setembro de 2002, p. 21.

ceptor, principalmente depois de um contexto apresentado na reportagem, que traz o candidato como despreparado para cargos que exijam estudo ou conhecimento, a idéia de impossibilidade, como se Lula, perante àquela situação, estivesse impossibilitado de agir ou, até mesmo, de reagir. Na tentativa de controle das decisões do interlocutor e, desta maneira, na tentativa de exercer poder enquanto interventora em um processo social, a mídia utiliza-se de termos que vêm acompanhados de uma alta carga negativa em sua enunciação.

Já na reportagem *O Jogo Difícil do Candidato Serra*, a mesma publicação, referindo-se aos mesmos problemas econômico-financeiros por que passa o mesmo país, trata a informação de maneira distinta. Como a intenção é, através do discurso – principal instrumental da mídia – convencer e/ou persuadir, levando em conta e utilizando-se de um poder instituído, em favor de um candidato, a subliminaridade começa a manifestar-se nas estruturas discursivas. “**Não há dúvidas** de que um governo Serra seria iniciado com **alívio** para a elite econômica e um **ambiente de calma**ria em Washington” [grifos nossos]<sup>5</sup>. É evidente a distinção no tratamento das informações referentes a fatos similares nas duas reportagens. No segundo exemplo, referente a Serra, a expressão “não há dúvidas” é utilizada para demonstrar a certeza naquela realidade apresentada – e que, na verdade, é hipotética – e, desta maneira, manter a dominação existente, através do medo, da instituição do temor em relação a Lula, levar o interlocutor

<sup>5</sup> NANNÉ, Kaíke. O Jogo Difícil do Candidato Serra. *Revista Época*, edição número 226, 16 de setembro de 2002, p. 25.



a recorrer à segurança representada por José Serra. Além disso, “ambiente de calma” e “alívio” podem ser vistos como antagônicas às crises e dificuldades pelas quais o petista teria que passar. Simplesmente por serem Serra e Lula, e não por propostas que apresentem ou por decisões anunciadas, gerariam o caos e a calma, respectivamente, de acordo com o discurso transmitido pela revista. Assim, a publicação construiu, naquele momento, suas verdades, e as transmitiu ao público como sendo ‘a verdade’ final e determinada, para que, através dela, fosse capaz de intervir no processo de manutenção do poder pelas estruturas sociais. A partir deste processo de convencimento inconsciente do público/interlocutores, entra em ação o poder disciplinar, apropriando-se de realidades e moldando-as às suas necessidades para, ao final do processo, “fabricar indivíduos”, como apresenta Foucault.

Em outro momento da publicação, fica evidente a relação entre desejo e poder.

Em 1982, saído das **greves** do ABCD paulista, o sindicalista **debutou melancolicamente** na disputa ao governo do estado. Chegou em quarto lugar. Já em 1986, foi o deputado constituinte mais votado. Em 1989, **perdeu** a Presidência para Fernando Collor num **tumultuado** segundo turno. Em 1994 foi **engolido** por Fernando Henrique Cardoso: o Brasil preferiu o candidato de perfil progressista, apoiado por conservadores. **Quatro anos depois, deu FHC** outra vez [grifos nossos]<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> GREENHALGH, Laura. A Obstinação Refletida em Lula. *Revista Época*, edição número 226, 16 de setembro de 2002, p. 19-20.

Assim, através da análise dos termos grifados é possível identificar a intencionalidade do enunciado apresentado pelo locutor. A manutenção do poder – ou a tentativa de – pela mídia interventora no processo social e eleitoral, pode ser identificada a partir do tom pejorativo de algumas expressões, que denotam derrotismo, no caso de “perdeu”, “tumultuado”, “engolido”, “Quatro anos depois, deu FHC”. Nestes momentos, o locutor leva o interlocutor a questionar a capacidade ou a eficácia do candidato petista, já que em tantos momentos ele foi derrotado, e sempre de maneira tão ‘fácil’. Há ainda, em outras expressões, a tendência, através do discurso, ao convencimento através da depreciação e, novamente, do temor. A manutenção do poder através da instituição do medo pode ser apontada na remissão às “greves”, levando à noção de balbúrdia, desorganização e descontrole, características não permitidas a um líder político de um país. Além disso, é importante lembrar que a carreira de Lula, segundo a reportagem em questão, começa de maneira frustrada, quando ele “debutou melancolicamente”, mas sem sucesso. Já com José Serra a situação é diferente:

Mesmo integrando o governo Fernando Henrique Cardoso, no cargo de ministro do Planejamento – após **negociações mais delicadas do que costuma aceitar** –, Serra foi um **adversário duro** da política de câmbio fixo, que manteve o real na estratosfera durante tempo demais. Já naquelas primeiras semanas em que o plano econômico saía do forno e a inflação despencava, Itamar Franco ocupava o Planalto e Fernando Henrique Cardoso empinava a candidatura, **Serra fazia crí-**

**tics** em conversas privadas [grifos nossos]<sup>7</sup>.

Nas expressões referentes a Serra, também tratando de seu passado político, a análise deve basear-se no contexto discursivo. Assim, ceder a “negociações mais delicadas do que costuma aceitar” acaba tornando-se, em um contexto de não-aceitação das ações político-econômicas, um ponto positivo para o candidato, que mesmo estando inserido em um grupo político, contesta suas ações, é um “adversário duro” das opções e decisões tomadas pelo seu grupo. Além disso, no que se refere ao Plano Real, carro chefe da política de FHC, “Serra fazia críticas” mesmo quando a política econômica dava sinais de sucesso. Através da contraposição do tratamento discursivo dado a Serra e a Lula pela revista *Época* observa-se a tentativa de inserção e manutenção de determinadas estratégias de poder pelo meio de comunicação.

## 5 Referências Bibliográficas

BAKHTIN/VOLOSHINOV. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1999.

BARROS FILHO, Clóvis de (org.). *Comunicação na Polis: ensaios sobre mídia e política*. Petrópolis: Vozes, 2002.

FAUSTO NETO, Antônio; RUBIM, Antonio Albino; VERÓN, Eliseo (orgs.). *Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo: Hacker, São Leopoldo: Unisinos, 2003.

FOUCAULT, Michel. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. Org. e trad. de Roberto Machado. 18ª edição. Rio de Janeiro: Graal, 2003.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir: história da violência nas prisões*. Trad. de Raquel Ramallete. 26ª edição. Petrópolis: Vozes, 2002.

GOMES, Mayra Rodrigues. *Poder no Jornalismo: discorrer, disciplinar, controlar*. São Paulo: Hacker. Edusp, 2003.

LOPES, Dirceu Fernandes. *Edição no Jornalismo Impresso*. São Paulo: Edicon, 1995.

MAOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). *O Jornal: da forma ao sentido*. 2ª edição. Brasília: Ed. UnB, 2002.

Revista *Época*, edição número 226, 16 de setembro de 2002.

SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da Notícia e do Jornalismo*. Chapecó: Argos, 2002.

<sup>7</sup> NANNE, Kaíke. O Jogo Difícil do Candidato Serra. *Revista Época*, edição número 226, 16 de setembro de 2002, p. 22.