

# O escândalo midiaticizado como estratégia ideológica de luta política

## Mediatized scandal as ideological strategy in the political struggle

Francisco Laerte Juvêncio MAGALHÃES<sup>1</sup>

### Resumo

Neste trabalho, pretendemos analisar os discursos das revistas *Veja*, *IstoÉ*, e *Época*, publicadas em fevereiro e março de 2010, acerca do fenômeno político/midiático — o conhecido Caso Bancoop. Assim denominado pela mídia, o caso Bancoop refere-se a um suposto esquema de triangulação de recursos que teriam sido desviados da Cooperativa Habitacional dos Bancários de São Paulo, para a campanha de Luís Inácio Lula da Silva à Presidência da República, nas eleições de 2002; e à de Marta Suplicy ao governo de São Paulo, em 2006, passando por contas pessoais de diretores daquela Cooperativa e de dirigentes petistas. Nosso objetivo é compreender os modos de investimento ideológico nos discursos da mídia, que tendem às disputas políticas, e, a partir daí, estimular o olhar crítico ao consumo de conteúdos midiáticos, com vistas ao exercício da cidadania e à participação política.

### Palavras-chave

Escândalo midiaticizado; Estratégia ideológica; Jornalismo; Luta política.

### Abstract

In this work we intend to analyze the speeches of *Veja*, *IstoÉ* and *Época*, published in February and in March of 2010, about a political media phenomenon — the well-known Caso Bancoop. Thus named by the media, the Bancoop case refers to an alleged triangulating scheme where resources would have been deviated from the Cooperativa Habitacional dos Bancários de São Paulo, for the presidential campaign of Luís Inácio Lula da Silva, in 2002, and that of Marta Suplicy to the state government of São Paulo, in 2006, passing through personal accounts of that Cooperative directors and PT leaders. Our goal is to understand the modes of ideological investment in the discourse of the media, with a view to the political disputes and, thereafter, to stimulate a critical look at the consumption of media contents, aimed at the exercise of citizenship and that of political participation.

### Keywords

Mediatized scandal; Ideological strategy; Bancoop; Political struggle.

RECEBIDO EM 18 DE JULHO DE 2014  
ACEITO EM 22 DE NOVEMBRO DE 2014

<sup>1</sup> Jornalista. Doutor e mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2002 e 1998). É professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí. Contato: flaerte@msn.com.

**N**este trabalho, analisamos os discursos das revistas semanais de informação acerca do fenômeno político/midiático que ficou conhecido como o Caso Bancoop; deste modo, tomamos como eixo da análise dois conceitos fundamentais: o conceito de escândalo e ideologia a partir do pressuposto de que o Caso Bancoop constitui-se escândalo com ampla repercussão na mídia, especialmente na revista *Veja* e nos telejornais da rede Globo, como estratégia ideológica de luta política. Por conseguinte, temos interesse em verificar os modos de subjetivação das práticas jornalísticas das revistas semanais de informação. O caso Bancoop, assim denominado pela mídia, refere-se a um suposto esquema de triangulação de recursos que teriam sido desviados da Cooperativa Habitacional dos Bancários para a campanha do PT, nas eleições de 2002, passando por contas pessoais de diretores da Cooperativa e dirigentes petistas.

A denúncia surgiu na mídia a partir de reportagens veiculadas nas revistas semanais, tendo a revista *Veja* como principal veículo. As matérias jornalísticas acusam o então tesoureiro do PT, João Vaccari Neto, de estar envolvido no desvio de dinheiro da Bancoop. A suspeita é a de que parte do dinheiro desviado destinara-se a um suposto “caixa dois” do Partido dos Trabalhadores, com a finalidade de financiar a campanha eleitoral que elegeu Luís Inácio Lula da Silva, presidente do Brasil nas eleições de 2002. O desvio aparece na imprensa em 2006, não por acaso, o ano em que Lula disputa a reeleição.

Em 2010, ano de novas eleições presidenciais, as denúncias voltam a fazer parte da agenda midiática. Desta vez, ao que tudo indica, o alvo seria a candidatura de Dilma Rousseff à Presidência do Brasil. Os acusados se defendem, negam a existência do desvio de dinheiro; contudo, não vamos entrar em detalhes sobre acusações nem defesas; e, menos ainda, no que diz respeito à luta judicial, porque a princípio, para este trabalho, isto não é o mais importante.

Por outro lado, vamos, sim, considerar os aspectos discursivos midiáticos na constituição político/ideológica dos discursos das revistas

semanais de informação, na cobertura jornalística do que se denominou Caso Bancoop. Embora, a rigor, o caso em si diga respeito a uma investigação criminal, portanto, situado no campo dos discursos policiais, a sua produção jornalística se dá na interseção dos campos político/midiático, o que entrelaça modos de constituição dos diferentes campos.

Tomamos como material de análise as reportagens publicadas nas revistas *Veja*, *IstoÉ*, e *Época*, nas edições de fevereiro e março de 2010: quatro edições da revista *Veja* (2153, 2155, 2156 e 2157), uma da revista *IstoÉ* (2105), duas da revista *Época* (614 e 617). Apoiamo-nos, como instrumental metodológico, na Análise de Discurso, a partir de autores como Foucault (1985; 1992a; 1992b; 1996), Amosy (2005), Maingueneau (2010), Pinto (1999), Verón (2005), Charaudeau (2006a; 2006b), Courtine (2006; 2009) Fairclough (1995; 1997; 1999; 2001), Bourdieu (1989; 1996; 2004), Thompson (1995; 1998; 2002) e Magalhães (2003), além de outros que certamente têm importante contribuição para a nossa análise.

No primeiro momento, discorremos sobre o quadro teórico/metodológico, em que apresentamos e discutimos categorias de análise; no segundo momento, apresentamos a descrição do objeto, o Caso Bancoop e dos suportes midiáticos selecionados para a pesquisa; e, por fim, procedemos à análise. Queremos, deste modo, realizar nossa investigação e trabalhar os procedimentos analíticos, conforme nos recomenda a Análise de Discurso, como a compreendemos.

## **Recursos analíticos da Análise de Discurso**

A Análise de Discurso constitui-se de um aparato teórico metodológico utilizado para pesquisas na área da linguagem e, como é habitual, no campo científico, apresenta-se como um tecido bastante esgarçado: são diversas as matrizes teóricas que sustentam métodos diferenciados, como são também muitas as possibilidades de produção de sentidos para cada uma das categorias à disposição dos pesquisadores. Por isso buscamos fugir de certas visadas que, a nosso ver, de tão repetidas, tornaram-se aceitas como verdadeiras e com as quais não comungamos. Por exemplo, entendemos que não existe o que se tem

chamado de AD francesa ou “de linha francesa”, do modo generalista como tem sido referido.

Este é um tema que poderia nos conduzir a uma longa discussão, no entanto, vamos apresentar apenas dois argumentos que consideramos necessários:

(1) Há, hoje, na França várias matrizes teóricas a respeito da Análise de Discurso, e cada uma delas tem sua própria conceituação, sua aplicação metodológica, completamente autônoma, que dista em muito umas das outras, não conseguindo formar um *corpora* teórico coeso e único ao qual pudéssemos tomar como referência daquilo que seria designado uma AD francesa.

Enfatize-se que, afora autores como Pêcheux, Courtine, Maingueneau, Charaudeau, dentre outros, existem, ainda, os autores que, mesmo não sendo franceses, podem ser tomados como matrizes teóricas, visto que produzem em língua francesa, com autonomia, riqueza e pertinência teórica além da fundamentação metodológica específicas, como, por exemplo (só para citar dois dos mais conhecidos), Greimas e Verón.

(2) Ninguém, em sã consciência, pode querer interpretar, por apropriação, o verdadeiro pensamento do outro, uma vez que parte de uma aproximação interpretativa que, na maioria das vezes, busca ajustar-se aos seus desejos e as suas necessidades de pesquisa. Deste ponto de vista, nosso modelo de entendimento se aproxima de Fairclough (2001), que reúne, no método que utiliza para analisar discursos, matrizes teóricas como Bakhtin, Foucault, Bourdieu, Gramsci e Habermas, dentre outros, e estabelece com estes autores visadas críticas e de apropriação, embora jamais utilize suas ferramentas de análise com propósito de sobreposição em sua legítima acepção.

Portanto, é assim que entendemos a Análise de discurso; ou seja, não nos referimos a nenhuma “análise de discurso francesa”, ainda que utilizemos autores franceses, e reconhecamos toda a sua importância, pelo que produziram – e alguns ainda produzem em língua francesa,

cunhando importantes categorias/lentes com as quais procuramos pesquisar a produção, circulação e disputas de sentidos.

Do mesmo modo, não queremos nos filiar a este ou àquele autor. Nosso objetivo é analisar discursos, e, neste sentido, tanto recorreremos a um quanto a outros; diríamos, inclusive, que não se encaixam – como nós – em um enquadramento estreito, seja lá qual for. Fugimos também das referências a um discurso único, totalizante (análise *do* discurso). Como afirma Pinto (1999), é preciso não só entender que os discursos são heterogêneos, como também para fugir das grandes categorias abstratas à maneira do estruturalismo, onde o conceito originariamente se forjou. Por isso não utilizamos a expressão “Análise do Discurso”, que é a acepção originária e mais comum ainda hoje. Este é um dos pontos de coincidência com o modo como trabalha Fairclough (2001) que define melhor quando utiliza a expressão “Análise *de* Discurso”.

Discutiremos alguns conceitos considerados fundamentais, tanto do ponto de vista teórico quanto do ponto de vista pragmático, da análise que empreendemos. Iniciamos pelo conceito de escândalo, observando que a mídia constrói os acontecimentos que analisamos sob a perspectiva do escândalo.

## O escândalo como uma estratégia ideológica de luta política

Para a delimitação dos sentidos a respeito da palavra escândalo, utilizaremos a reflexão de Thompson (2002). Devemos muitos dos sentidos que circulam cotidianamente ao universo religioso, no qual estão os sentidos que, historicamente, se originaram nesse campo, e depois foram adotados nos campos político/midiático e que nos parecem mais próximos ao modo como ainda hoje compreendemos o que seja um escândalo; dito de outro modo, como a mídia, atualmente, investe tais sentidos na cobertura de acontecimentos, especialmente, políticos. Thompson (2002, p. 40) atualiza sua reflexão, e diz o seguinte:

Para sermos mais precisos, sugeriria que, no seu emprego corrente, escândalo se refere primariamente a ações, acontecimentos ou circunstâncias que possuem as seguintes características:

- 1) sua ocorrência ou existência implica a transgressão de certos valores, normas ou códigos morais;
- 2) sua ocorrência ou existência envolve um elemento de segredo ou ocultação, mas elas são conhecidas ou firmemente cridas como existentes por outros indivíduos que não os envolvidos (chamaria a esses indivíduos de não-participantes);
- 3) alguns não-participantes desaprovam as ações ou acontecimentos e podem sentir-se ofendidos pela transgressão;
- 4) alguns não-participantes expressam sua desaprovação denunciando publicamente as ações ou acontecimentos;
- 5) a revelação e condenação das ações e acontecimentos podem prejudicar a reputação dos indivíduos responsáveis por eles (embora isso não seja sempre, ou necessariamente, o caso, como veremos).

Interessa-nos, portanto, considerar estes pontos sem que nos detenhamos nos desdobramentos para os quais apontam e que o autor trata mais detidamente em sua obra. Faz-se necessário que lembremos, no entanto, que estamos falando de escândalos políticos midiáticos. Reforçamos este aspecto por entender que é importante para que não generalizemos ou, até, recuperemos as questões religiosas a que nos referimos anteriormente, e que fazem parte da origem do uso do termo nestes moldes.

Temos observado que em períodos eleitorais, especialmente em eleições à Presidência da República, aumentam e se agravam as denúncias acerca de acontecimentos escandalosos. Certamente existem fora dos períodos eleitorais, porém, nos períodos de eleição são mais recorrentes e mais ostensivos, sem a menor dúvida. Cientes disto, recortamos o caso Bancoop para a nossa análise. Como bem mostra Thompson (2002), a ocorrência de escândalos na mídia não é de hoje, vem de muito longe. Entretanto, com as características midiáticas da atualidade, com a disponibilidade de recursos tecnológicos de investigação e de publicização, esta matéria adquire um alcance bem maior e efeitos muito mais devastadores.

## Escândalo: acontecimento midiaticizado de produção de subjetividades

Como acontecimento midiaticizado, o escândalo tem uma ambivalência: o acontecimento em si mesmo como um fato escandaloso e, ao mesmo tempo, contaminado pelos discursos midiáticos. Ou seja, o fato produzido por um desvio de conduta de um ente público já é *per si* o que se poderia considerar um escândalo localizado, na conceituação de Thompson (2002, p. 90), algo socialmente deplorável. E uma vez que este fato ocupa a pauta da imprensa, ou seja, que ele é midiaticizado, toma outra dimensão que diz respeito às próprias características do modo como a mídia constitui sua discursividade, amplifica a publicização:

- 1) dá a notícia (no caso do rádio e da TV) com chamadas em outros programas na sua grade de programação; abre espaço na capa e primeira página (no caso de revistas semanais e jornais);
- 2) repete com insistência nas edições seguintes, acrescenta novos ângulos, revela novos implicados que fortalecem e alimentam o escândalo de forma cumulativa;
- 3) repercute entre outros suportes midiáticos e mídias concorrentes, que, por sua vez, pautam o assunto em suas diversas edições durante certo tempo, em um processo de repetição exaustivo;
- 4) Cada veículo reverbera as informações básicas e insere outras próprias, decorrentes do trabalho investigativo de seus próprios profissionais. Para que se sustente, é necessário que haja repercussão na sociedade e nos outros meios de imprensa: a estratégia, então, é buscar a opinião de agentes discursivos autorizados e legitimados, competentes (especialistas dos campos político, econômico e jurídico) que possam manifestar indignação, apontar prejuízos à sociedade, e, enfim, consolidar o acontecimento como escândalo. É preciso que tenha consequência: em geral, apresentam-se documentos comprobatórios, simulações de julgamento com condenações presumíveis e suas respectivas penalizações.

Ultimamente tem-se visto no Brasil uma série de denúncias a respeito da conduta de ministros, parlamentares, ocupantes de cargos públicos, que, quase sempre, conduzem os denunciados a renunciar ao cargo. Depois disto, como por mágica, o assunto desaparece da pauta

mediática e outro é iniciado. Ou seja, o tempo de duração do escândalo é, de modo geral, o mesmo em que o implicado resista à sua renúncia.

Conforme Thompson (2002, p. 41), “as pessoas que se encontram no centro do acontecimento se tornam prisioneiras de um processo que é muito difícil de ser controlado, e no qual tais tentativas de controle podem facilmente fracassar”. O mais comum é que, nessas situações, haja desmentidos, ou, em alguns casos, que os implicados busquem de todas as formas parecer tranquilos, e remetam as investigações aos órgãos de controle, na tentativa de escapar ao assédio da mídia e ou da renúncia.

O peso subjetivo do escândalo se dá em decorrência do desgaste sobre a imagem do sujeito. Imagem esta que tentou construir e preservar a duras penas (sem trocadilho). Quanto mais o indivíduo carece de credibilidade mais estragos o escândalo pode produzir em sua imagem, aquilo que configura o seu capital político.

O capital político é uma forma de capital simbólico, *crédito* firmado na *crença* e no *reconhecimento* ou, mais precisamente, nas inúmeras operações de crédito pelas quais os agentes conferem a uma pessoa – ou a um objeto – os próprios poderes que eles lhes reconhecem (BOURDIEU, 1989, p.187).

Para o político que tem como principal capital simbólico a sua credibilidade, o escândalo pode significar o fim de sua vida pública.

O poder simbólico é um poder que aquele que lhe está sujeito dá àquele que o exerce, um crédito com que ele o credita, uma *fides*, uma *auctoritas*, que ele lhe confia pondo nele a sua confiança. E um poder que existe porque aquele que lhe está sujeito crê que ele existe (Ibid., 1989, p. 188).

Ou seja, a delegação concedida sob o pressuposto da confiança esvanece quando rui a imagem de quem detém o poder delegado por conta de seu envolvimento em um desvio de dinheiro, em um escândalo de corrupção, quando, enfim, já não mais há confiança do representado em seu representante. É isto que objetiva quem denuncia, que a sua denúncia tenha consequência, sob a alegativa de que, ao denunciar, cumpre seu dever de fiscal dos agentes de Estado. Dizendo de outro

modo, setores da imprensa, a pretexto de fiscalizar as ações dos políticos, denunciam e amplificam acontecimentos presumivelmente escandalosos.

Neste ponto, os engendramentos discursivos midiáticos entram como estratégias ideológicas de luta política, uma vez que pode, supostamente, destroçar partidos e inviabilizar candidaturas ou provocar derrotas eleitorais, trazendo a tona fatos que escandalizem a sociedade e formem opinião pública adversa, sejam eles consistentes ou não.

Ao contrário do capital pessoal que desaparece com a pessoa do seu portador (embora possa originar querelas de herança), o capital delegado da autoridade política é, como o do sacerdote, do professor e, mais geralmente, do funcionário, produto da transferência limitada e provisória (apesar de renovável, por vezes vitaliciamente) de um capital detido e controlado pela instituição e só por ela: é o partido que, por meio da ação dos seus quadros e dos seus militantes, acumulou no decurso da história um capital simbólico de *reconhecimento* e de *fidelidade* e que a si mesmo se dotou, pela luta política e para ela, de uma organização permanente de membros permanentes capazes de mobilizar os militantes, os aderentes e os simpatizantes e de organizar o trabalho de propaganda necessário à obtenção dos votos e, por este meio, dos postos que permitem que se mantenham duradouramente os membros permanentes (BOURDIEU, 1989, p. 191).

Não é à toa que, embora a denúncia recaia sobre a ação de um indivíduo, a rigor, ela objetiva alcançar, por ampliação de seus efeitos, a instituição política (Partido) a que o agente do escândalo é vinculado. Deste modo, é muito comum que um escândalo midiaticizado seja atribuído como feito de um partido e não apenas de um militante.

Porém, um acontecimento social tende a se complexificar, e pode por vezes produzir revezes. A este respeito, Thompson afirma:

Os escândalos midiáticos, em contraposição, têm pouca probabilidade de se fundamentar apenas, ou com forte ênfase, em formas relativamente efêmeras de evidência. Sendo que os escândalos midiáticos geralmente se apresentam na imprensa, ou em outros meios, como fatos já conhecidos por outros, e sendo que a apresentação pública de tais fatos pode acarretar riscos às organizações da mídia (inclusive o risco de calúnia). É comum que

escândalos midiáticos envolvam formas de evidência que sejam fixadas em meios relativamente duráveis, desde cartas incriminadoras e fotografias até conversações registradas em gravador (Thompson, 2002, p. 92).

Preferimos sempre tratar como escândalos midiáticos em função da ambivalência a que me referi anteriormente; no entanto, nas citações, mantemos o texto do autor que prefere falar de escândalos midiáticos. Em nosso entendimento, ao falar sobre escândalos midiáticos, estaríamos nos referindo a eventos escandalosos em que a mídia é o sujeito e o lugar da ação, por isto preferimos tratar como escândalos midiáticos. Estamos tratando de fatos ocorridos por sujeitos sociais; no caso deste trabalho, políticos, sindicalistas e empreiteiros, noticiados pelos órgãos de imprensa, sob a constituição do escândalo. Não desconhecemos, aliás, pressupomos que o agente midiático por vezes tem interesses em superdimensionar determinados acontecimentos, elevando-os à categoria de escândalo, e subestimar ou omitir outros, o que torna a mídia um agente político importante nas disputas sociais. Portanto, não há discurso neutro ou desinteressado.

## **A respeito do escândalo político no universo do jornalismo**

Temos nos referido a escândalos, com certa insistência, situando-os no campo político, por vários motivos, mas principalmente porque é neste espaço que se situa o trabalho de que tratamos aqui. Porém, do mesmo modo que procuramos apresentar uma discussão acerca do escândalo midiático, pretendemos discutir um pouco sobre algumas características do escândalo político.

No nosso entendimento, o escândalo veiculado na mídia tem sempre uma raiz documentada, ou seja, ele provém de um processo investigativo com interesses políticos e midiáticos. Em outras palavras, não há denúncia que não se fundamente em algum tipo de prova material. Deste ponto de vista, podemos afirmar que o escândalo político decorre de um ou de vários desvios de conduta, relativos a um indivíduo ou a uma instituição política (partido, órgão público). O que pode ocorrer,

como dissemos anteriormente, são dimensionamentos maiores ou menores a depender de interesses midiáticos que determinem o uso de um acontecimento com algum fim específico.

Por outro lado, sabemos que não há apenas um tipo de escândalo político, há muitos, diversificados; cada um ocorre em circunstâncias bem determinadas, onde quer que exista atividade humana e prática política. Isto não é característica deste ou daquele país ou daquele povo, deste ou daquele partido ou agente público, como, de resto, todos os escândalos que ocorrem em diferentes campos: econômico, religioso, militar etc.

## O lugar do acontecimento jornalístico

Aqui, seguimos a mesma noção utilizada por Thompson (2002), entendemos o escândalo político como aqueles fatos ocorridos no interior do campo político. Certamente, para pensar o que seja o campo político, antes, precisamos pensar ou definir o que seja campo. Fundamentamos a partir do conceito de Bourdieu (1996), que define *campo* como:

O campo é uma rede de relações objetivas (de dominação ou de subordinação, de complementaridade ou de antagonismo etc.) entre posições [...]. Cada posição é objetivamente definida por sua relação objetiva com outras posições ou, em outros termos, pelo sistema das propriedades pertinentes, isto é, eficientes, que permitam situá-la com relação a todas as outras na estrutura da distribuição global das propriedades. Todas as posições dependem, em sua própria existência e nas determinações que impõem aos seus ocupantes, de sua situação atual e potencial na estrutura do campo, ou seja, na estrutura da distribuição das espécies de capital (ou de poder) cuja posse comanda a obtenção dos lucros específicos [...] postos no campo (BOURDIEU, 1996, p. 261).

Para melhor compreensão, vamos tentar situar tal definição a partir do conceito de formação discursiva (FOUCAULT, 1995). Entendemos os campos sociais definidos como “redes de relações objetivas” que configuram espaços sociais de regulação, muito embora se reconheça que tais regulações não impedem as muitas e constantes disputas por hegemonia no Interior, e mesmo entre os campos. Tais disputas acirram a formação de fronteiras mais ou menos largas, como áreas de litígio,

rascunhadas como espaços de intersecção em que as determinações e definições de pertencimento são bastante imprecisas. Tais fronteiras são estabelecidas em decorrência do maior ou menor fechamento de cada campo.

Apesar de os campos se intersectarem uns aos outros constantemente, há necessidade de que tenham autonomia, embora tal autonomia não estabeleça linhas de demarcação rígidas nem estáveis, conforme nos referimos anteriormente. Como diz Bourdieu (1996, p. 249-250).

O grau de autonomia do campo pode ser medido pela importância do efeito de retradução ou de *refração* que sua lógica específica impõe às influências ou aos comandos externos e à transformação, ou mesmo transfiguração, por que faz passar as representações religiosas ou políticas e as imposições dos poderes temporais (a metáfora mecânica da refração, evidentemente muito imperfeita, vale aqui apenas negativamente, para expulsar dos espíritos o modelo, mais impróprio ainda, do reflexo).

Na maior parte das vezes, a estratégia de preservação de um campo e, conseqüentemente, da manutenção de sua autonomia se dá, exatamente, pelo nível de opacidade linguageira com que tenta se proteger. Há necessidade de que um indivíduo, para penetrar em um campo tenha que se iniciar em seus ritos de passagem. Sem isto, algumas vezes, o recurso é submetido ao instrumento fiscalizador e punitivo de outros campos que desempenham em cada sociedade esta função, como, por exemplo, os campos jurídico e militar.

Uma das propriedades mais características de um campo é o grau no qual seus limites dinâmicos, que se estendem tão longe quanto se estende o poder de seus efeitos, são convertidos em uma fronteira jurídica, protegida por um direito de entrada explicitamente codificado, tal como a posse de títulos escolares, o êxito em um concurso etc., ou por medidas de exclusão e de discriminação tais como as leis que visam assegurar um *numerus clausus*. Um alto grau de codificação da entrada no jogo vai de par com a existência de uma regra do jogo explícita e de um consenso mínimo sobre essa regra; ao contrário, a um grau de codificação

fraco correspondem estados dos campos em que a regra do jogo está em jogo no jogo (BOURDIEU, 1996, p. 256).

As lutas internas e as disputas externas ao campo põem em evidência movimentos de proteção e vigília, mas também busca de adesão àquilo que o campo oferece como distinção e vantagem para novos iniciados. Há disputas, mas há também investimentos, no sentido de que novos membros sejam conquistados para fazer o campo crescer. Neste sentido, os campos constituem seus próprios modos de encantamento e sedução; criam, apesar de seus enredamentos, regras que buscam construir seus instrumentos de defesa contra os não iniciados, um lugar da *promessa* que mobiliza os indivíduos no interior e em direção ao campo, em um jogo no qual se exige conhecer suas regras para que se possa jogá-lo. Conforme Bourdieu:

Cada campo produz uma forma específica de *illusio*, no sentido de investimento no jogo que tira os agentes da indiferença e os inclina e dispõe a operar as distinções pertinentes do ponto de vista da lógica do campo, a distinguir o que é *importante* ('o que me importa', interest, por oposição 'ao que me é *igual*, indiferente). Mas é igualmente verdade que certa forma de adesão ao jogo, de crença no jogo e no valor das apostas, que fazem com que o jogo valha a pena ser jogado, está no princípio do funcionamento do jogo, e que a colusão dos agentes na *illusio* está no fundamento da concorrência que os opõe e que constitui o próprio jogo. Em suma, a *illusio* é a condição do funcionamento de um jogo no qual ela é também, pelo menos parcialmente, o produto (BOURDIEU, 1996, p. 258).

Quer dizer, a *illusion* ao tempo em que busca constituir as condições de oferta de sedução para o campo em questão, é um produto de si própria pelo menos em parte. Evidentemente, este produto da estratégia de adesão que oferta cada campo não constitui apenas uma atração para que seja jogado o jogo de sedução para o exterior ao campo, mas no seu próprio interior. E o modo como cada membro participante deste campo se comporta em relação a tal procedimento reconfigura e confirma a estratégia. Um estudante de Medicina que ostenta seu vestuário – que o identifica como um futuro médico – joga o jogo da

sedução, e consome ele mesmo a *illusion* que aí se cristaliza. Assim ocorre com outros campos sociais.

## **Características do campo político**

Dentre os muitos campos sociais, o campo político é aquele que tem a função de organizar a sociedade e o Estado, garantindo direito de cidadania, constituindo a ordem das representações e produzindo instrumentos e leis de regulação social. Neste aspecto, é essencialmente um lugar de tensão.

O campo político, entendido ao mesmo tempo como campo de forças e como campo das lutas, que tem em vista transformar a relação de forças que confere a este campo a sua estrutura em dado momento, não é um império: os efeitos das necessidades externas fazem-se sentir nele por intermédio sobretudo da relação que os mandantes, em consequência da sua distância diferencial em relação aos instrumentos de produção política, mantêm com os seus mandatários e da relação que estes últimos, em função das suas atitudes, mantêm com as suas organizações (BOURDIEU, 1989, p. 159).

É, portanto, também, o lugar, por essência, de exercício de poder. O lugar das relações entre mandantes e mandatários, de representantes e representados, enfim, das disputas simbólicas e da viabilidade organizacional.

O campo político é o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de «consumidores», devem escolher, com probabilidades de mal-entendido tanto maiores quanto mais afastados estão do lugar de produção (Id. *ibid.*).

A estrutura hierarquizada do campo político confunde-se com a distribuição dos poderes institucionais da sociedade, de tal modo que a elite política é, ao mesmo tempo, representação da elite social; tem a mesma conformação e defende os mesmos interesses. Por isso mesmo

este apontamento de Bourdieu para a menção a “cidadãos comuns”, como um estatuto de redução no condicionamento social ao estatuto de “consumidor”, é decorrente de seu afastamento dos centros de decisão e da posse dos meios de produção de bens.

O campo, no seu conjunto, define-se como um sistema de desvios de níveis diferentes e nada, nem nas instituições ou nos agentes, nem nos actos ou nos discursos que eles produzem, tem sentido senão relacionalmente, por meio do jogo das oposições e das distinções (BOURDIEU, 1989, p. 185).

A autonomia dos campos, conforme visto, embora não se constituindo em fronteiras bem definidas, marca de modo bastante diferenciado um campo do outro, a depender do nível de opacidade ou de transparência de cada um. O campo político tem como principal característica ser também um campo de produção e reprodução ideológica e:

A autonomização do campo de produção ideológica é acompanhada, sem dúvida, de uma elevação do direito de entrada no campo e, em particular, de um reforço das exigências em matéria de competência geral ou mesmo específicas o que contribui para explicar o aumento de peso dos profissionais formados nas escolas e mesmo nas escolas especializadas [...] em detrimento dos simples militantes (BOURDIEU, 1989, p. 171).

As principais forças que se digladiam no interior do campo político, onde cada uma delas faz parecer que detém as diretrizes mais acertadas para a condução da sociedade em direção ao futuro, organizam-se de tal modo que a diversidade de partidos fortes seja inviabilizada. Por vezes este mesmo grupo se fragmenta em mais de um partido, simula programas diferenciados, que, ao fim, sustentam-se nos mesmos preceitos ideológicos. É mais comum que apenas duas grandes legendas sejam fortes o suficiente para conquistar a adesão do eleitor, e constituir o bloco hegemônico de poder. Cabe aos partidos mais fracos a oportunidade de composição para partilhar o poder e suas benesses. Por outro lado, o partido forte, como centro organizador de poder, se fortalece ainda mais

arregimentando em torno de si forças diversas que objetivam constituir o bloco hegemônico.

## **As estratégias ideológicas discursivas no jornalismo**

Desenvolvemos a nossa análise tomando os discursos das revistas semanais, ideologicamente orientados, no recorte em que trabalhamos, tendo em vista as disputas eleitorais na campanha à Presidência da República de 2010. Neste sentido, entendemos que as ideologias são, ao mesmo tempo, os sentidos produzidos nas relações de poder e os mecanismos sócio-históricos que engendram a sua produção.

As ideologias assentam-se e sustentam práticas discursivas que naturalizam as relações de poder, por um lado, de modo a tentar impedir que grupos hegemônicos percam sua hegemonia; e, por outro lado, que se intensifiquem as lutas simbólicas no sentido das disputas por hegemonia. Isto significa que as ideologias compõem o tecido social em seus diversos níveis e em suas diversas posições. Bakhtin nos diz que não há signo que não seja ideológico. Os sentidos circulantes e em disputa ofertam-se em essência os engendramentos ideológicos que os produzem. A esse respeito, Fairclough (2001, p. 116/117) diz que são:

três importantes asserções sobre ideologia. Primeiro, a asserção de que ela tem existência material nas práticas das instituições, que abre o caminho para investigar as práticas discursivas, como formas materiais de ideologia. Segundo, a asserção de que a ideologia 'interpela os sujeitos', que conduz à concepção de que um dos mais significativos 'efeitos ideológicos' que os lingüistas ignoram no discurso (segundo Althusser, 1971, p. 161, n. 16), é a constituição dos sujeitos. Terceiro, a asserção de que os 'aparelhos ideológicos de estado' (instituições tais como a educação ou a mídia) são ambos locais e marcos delimitadores na luta de classe, que apontam para a luta no discurso e subjacente a ele como foco para uma análise de discurso orientada ideologicamente.

Nesta perspectiva, entendemos a mídia como aparelho ideológico, evidentemente não de Estado, dado que a mídia pública ou estatal tem vínculos em sua lógica de produção com a esfera privada, mas porque os

interesses ideológicos se situam neste espaço, na defesa da iniciativa privada e do mercado. Fairclough (2001) entende que as ideologias são significações como construções da realidade, do mundo físico, por meio das relações sociais, em que as identidades se forjam. Do mesmo modo que “são construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas e que contribuem para a produção, a reprodução ou a transformação das relações de dominação” (2002, p. 117).

Para este autor, as ideologias que constituem as práticas discursivas são naturalizadas e se transformam em senso comum, estabilizando os sentidos de “verdade”. Contudo, entende que a transformação “aponta a luta ideológica como dimensão da prática discursiva, uma luta para remoldar as práticas discursivas e as ideologias nelas construídas no contexto da reestruturação ou da transformação das relações de dominação” (Id. *ibid.*).

Não há discurso desinteressado, como não há discurso inocente. Todos os discursos pleiteiam, em última instância, conquistar a adesão do outro (PINTO, 1999). E conquistar a adesão não significa apenas ter o outro como aliado, mas persuadir o outro a concordar com a visão a respeito do mundo, das coisas e das relações; a associar-se à perspectiva de manter ou mudar o *status quo*.

O exercício de poder nas sociedades modernas está, cada vez mais, baseado na ideologia, e, mais particularmente, através do trabalho ideológico no território da linguagem. A linguagem é o principal instrumental e lugar de trabalho das ideologias. Ideologias entendidas, aqui, como o meio por excelência de produção de consenso (FAIRCLOUGH, 1996).

Enfatize-se que a mídia não apenas funciona como um espaço de visibilidade dos embates sociais, mas também ela própria atua como agente ideológico, porque está nas mãos de grupos empresariais que pertencem e conformam uma elite política que tem interesses bastante demarcados socialmente nas disputas por hegemonia. O período eleitoral representa, por assim dizer, o momento em que os lugares de poder estão em jogo. E a mídia participa e defende seus interesses políticos, a partir das candidaturas com as quais se afina ideologicamente.

Mais do que isto, tal participação significa a produção de discursos de qualificação dessas candidaturas e a desqualificação dos adversários, a

pretexto de informar jornalisticamente a sociedade dos fatos políticos de atualidade.

## **Campo e práticas políticas**

Queremos entender a política não apenas no plano formal das representações, em que se localizam as funções sociais que atuam por delegação coletiva, a pretexto de interpretar os anseios e as necessidades do poder concedente dos cidadãos. Queremos pensar as práticas políticas, ao mesmo tempo, como aquelas que se inserem em um campo de trocas sociais, no qual o poder concedente de representações é também detentor de legitimidade política.

Neste sentido, não há como deixar de fora ninguém que atue politicamente, quer sejam os ocupantes de funções delegadas ou os cidadãos simples, na condição de que são eles ou elas quem detêm o poder de escolha, de delegação. O eleitor é um agente politicamente constituído, tão legítimo e atuante quanto o parlamentar ou o governante que elege.

Pensamos que não mais há como alimentar a visão paternalista que visa enxergar sempre o eleitor como uma vítima da vontade dos agentes formais da política. Eleitor e eleito nunca devem ser simplificados na relação vítima e algoz; trata-se de uma visão ideológica que deseja manter a situação de ignorância cultural e política acerca da importância de sua função e do papel que cumpre representar no jogo das relações políticas.

Também acreditamos que a linguagem se constitui em continente e conteúdo político. Neste aspecto, não há como separar linguagem e ação política como o faz Charaudeau (2006), dado que as ações políticas se efetivam, a rigor, por atos de linguagem. Sabemos que o poder coercitivo, que utiliza a força física se diferencia do poder que se constitui e se efetiva pelas ações simbólicas. Contudo, mesmo o poder da força bruta que atua a partir da ação física é rico em conteúdo simbólico, produz efeitos de sentidos que o remetem ao território da linguagem. Simpatizamos com o modo como Fairclough define discurso:

Proponho considerar o uso de linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais. Isso tem várias implicações. Primeiro, implica *ser o discurso um modo de ação*, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, *como também um modo de representação* (FAIRCLOUGH, 2001, p. 90-91, grifos nossos).

Mas não basta apenas isto, é necessário que se observe que os discursos têm nuances diferenciadas em suas diversas concepções, por isso não se deve pensar nem referir-se a um discurso, mas a diversos modos de constituição discursiva. Vejamos alguns aspectos que podemos referir aos discursos pertencentes a certo campo social, como, por exemplo, os discursos médicos. O que define e identifica uma matéria enunciativa como relacionada à discursividade de um campo determinado são os seus modos de regulação, as referências externas e internas a que remete, o lugar e as condições de sua produção, as subjetividades e as suas modalidades enunciativas, em última instância, a ordem de discurso que define os contornos de tal campo. Mas há também os discursos que constituem as identidades de pessoas físicas e ou jurídicas, em que as características de pertencimento são muito mais restritas em um primeiro momento.

Deste ponto de vista, estabelecemos uma diferença com a concepção de assujeitamento e de um dos aspectos de esquecimento a que se referiu Pêcheux e Fuchs (1997, p.168-169). Aqui o sujeito enunciativo tem responsabilidade acerca do que diz, ele se ajusta às regras do dizer do campo, do tempo e da sociedade em que se insere, tenha ou não consciência disto. Ele aciona investimentos de sentido que o definem como sujeito e o identificam socialmente e em relação com o outro, seu próximo mais próximo. Divide com a sociedade os seus acionamentos e a herança linguística que estrutura a sua fala e faz valer os sentidos que aciona.

Com relação ao segundo esquecimento, que tem a ver com os níveis de transparência dos discursos, concordamos inteiramente com Pêcheux (1988), o indivíduo não consegue fazer-se entender completamente como imagina. Na concepção de Foucault (1993), é como uma espécie de terceiro esquecimento, o sujeito não pode dizer o que

quer em qualquer lugar nem na hora em que achar que deve. Ele é constrangido pelas regras e ritos sociais e não pode se sobrepor nem violar tais regulações, sob pena de ser marginalizado ou penalizado.

O discurso é moldado e restringido pela estrutura social no sentido mais amplo e em todos os níveis: pela classe e por outras relações sociais em um nível societário, pelas relações específicas em instituições particulares, como o direito ou a educação, por sistemas de classificação, por várias normas e convenções, tanto de natureza discursiva como não discursiva, e assim por diante (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91).

Sem dúvida, os discursos têm em si marcas que podem perfeitamente revelar as condições gerais de sua produção, desde os traços de suas regulações socioculturais quanto aos investimentos subjetivos e identitários, e o tempo e os lugares social e topológico. Os discursos políticos, nos quais agentes políticos mais ou menos atuantes estabelecem novas normas de conduta e de ação social, têm por excelência o caráter de produzir mudanças sociais. Novamente, trazemos Fairclough para nossa discussão, quando ele afirma:

Três aspectos dos efeitos construtivos do discurso. O discurso contribui, em primeiro lugar, para a construção do que variavelmente é referido como 'identidades sociais' e 'posições de sujeito' para os 'sujeitos' sociais e os tipos de 'eu' (ver Henriques et ali., 1984; Weedon, 1987). [...] Segundo, o discurso contribui para construir as relações sociais entre as pessoas. E, terceiro, o discurso contribui para a construção de sistemas de conhecimento e crença (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91).

É a partir desta compreensão que tratamos os discursos em análise e que efetivamente examinamos. Ou seja, atentamos para algumas das possibilidades de engendramento das matérias discursivas, observando os aspectos de constituição e ação dos discursos, no que concerne aos seus aspectos subjetivos, relacionais e de construção de conhecimento e crença.

## **Investimentos ideológicos de sentido na revista *Veja***

A campanha de 2010 foi caracterizada, para quem se lembra, como a campanha em que a chamada grande mídia investiu pesado na vitória de José Serra (PSDB), e, conseqüentemente, na derrota de Dilma Rousseff (PT). Dentre os veículos que mais se empenharam nestes objetivos destacam-se a revista *Veja* (edições impressas e on-line), o Sistema Globo de Rádio, Jornal, Revista (edições impressas e on-line) e TV (sistema aberto e por assinatura), os jornais *Folha de São Paulo* e o *Estado de São Paulo* (edições impressas e on-line), além da Rede Bandeirantes de TV e rádio.

Em meio à chamada grande mídia, foram produzidas matérias no sentido oposto, isto é, em apoio à candidatura de Dilma Rousseff, a revista *Carta Capital* (edições impressas e on-line) e a Rede Record de Televisão.

## Os discursos da *Veja*

A revista *Veja* constrói o seu aparato discursivo ideologizado, e toma diversos temas, tais como: os bastidores da "aclamação" da ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff, como "pré-candidata do PT às eleições presidenciais de outubro deste ano, quando os brasileiros irão às urnas escolher o sucessor do presidente Lula"; as comparações entre Brasil e Estados Unidos; insinuações acerca de possíveis relações entre o PT (governo Lula) e as organizações guerrilheiras da Colômbia, as FARC; as relações de Lula com Hugo Chavez, presidente da Venezuela, e mais do que as relações do Brasil e Cuba, o caso da morte do prisioneiro político cubano numa greve de fome às vésperas da visita de Lula aquele país.

Além disto, uma declaração de Lula em que ele teria comparado os prisioneiros políticos de cuba a bandidos comuns do Brasil. E, como contraponto, matérias acerca da candidatura de José Serra sob dois pontos de abordagens: 1) acerca da demora de Serra em assumir a candidatura; 2) um forte investimento na possibilidade de trazer Aécio Neves, então governador de Minas Gerais, para assumir o lugar de vice na chapa do PSDB. Tudo isto, apenas nesses dois meses (fevereiro e março), num período anterior ao processo eleitoral.

No decorrer da campanha outros temas serviram aos objetivos políticos da revista. Tudo é muito interessante e muito instigante, mas vamos parar por aqui, haja vista que sequer damos conta de uma análise

que envolva todas estas temáticas, tampouco poderíamos estender para o período eleitoral.

Do material colhido no decorrer da campanha, procedemos a um recorte muito pequeno em que pudemos verificar, como exemplo, os investimentos ideológicos de sentido, com base nos discursos das revistas semanais de informação que adotaram a postura de produzir sentidos acerca da eleição e ou dos candidatos, nos meses de fevereiro e março de 2010; a cobertura do que ficou conhecido como “Caso Bancoop”, anteriormente referido. Das revistas semanais em análise, a *Veja* publicou quatro edições tratando desta temática.



**Figura 01:** Veja edição 2155/Capa

Na edição 2155, de 10 de março de 2010, já na carta ao leitor, a revista traz um texto referindo-se ao Caso Bancoop, cujo título é “O pré-mensalão do PT”. Neste texto, a repórter Laura Diniz é apresentada como uma profissional aguerrida, sob a alegativa de que “há seis meses ela acompanha as investigações do Ministério Público paulista sobre a Bancoop”. *Veja* esclarece:

Esse caso vinha sendo esquadrihado pelo promotor José Carlos Blat desde junho de 2007. Ele envolve desvio de dinheiro dos cooperados e de fundos de pensão de empresas estatais injetado na cooperativa. ***Os recursos originalmente destinados à aquisição de casas próprias para os cooperados foram desviados de forma cruel e criminoso. Diversas particularidades dão ao episódio a dimensão de escândalo político nacional*** (VEJA, 10 mar. 2010, grifos nosso).

O texto pesa nos adjetivos quando trata de qualificar tanto o desvio de recursos da Cooperativa quanto os agentes presumivelmente envolvidos no caso. Aponta culpados: (“*homens de dinheiro do PT*”), apresenta provas e indica culpados (“*Como mostra a reportagem que começa na página 70, o inquérito indica que parte dos recursos*

***desviados ilegalmente abasteceu a campanha presidencial de Lula em 2002***’).

E assume a defesa de José Serra, que teria sido vítima de dossiês elaborados, certamente, por petistas (*“É possível, ainda, que uma porção da bolada apreendida com os famosos “aloprados” – aquela que seria utilizada para pagar o **dossiê fajuto contra José Serra em 2006** – tenha sua origem nos cofres da Bancoop*”). Valida sua discursividade a partir de impressões atribuídas ao Ministério Público e ataca os petistas, tachando-os de profissionais do crime (*“**Para o Ministério Público, o esquema traz digitais amadorísticas, pré-mensalão, antes de os petistas ‘profissionalizarem’ seu caixa dois com a ajuda do notório Marcos Valério.**”*) (VEJA, 10 mar. 2010, grifo nosso).

Faz referência ao período eleitoral em que se avizinha para lamentar que os envolvidos ainda ocupem postos de comando do PT:

Às vésperas de uma eleição presidencial das mais decisivas para os rumos do país, em relação à qual o Tribunal Superior Eleitoral acaba de dar mais transparência às contribuições financeiras para as campanhas, **é espantoso constatar que pessoas apontadas no inquérito como suspeitas do desvio de dinheiro da Bancoop continuam a ocupar lugar de destaque nos escalões do PT** (VEJA, 10 mar. 2010, grifo nosso).

Por fim, aponta culpados, não se esquecendo de lembrar o vínculo de um deles com a campanha de Dilma Rousseff:

Entre elas estão Ricardo Berzoini, ex-presidente do partido, e **João Vaccari, escolhido pelo presidente Lula para ser tesoureiro da campanha de Dilma Rousseff**. É de perguntar se, **com personagens dessa estirpe à solta e em cargos decisivos no campo petista**, existe a mínima possibilidade de a campanha presidencial de 2010 ser financiada de maneira limpa (VEJA, 10 mar. 2010, grifo nosso).

Na mesma edição, a matéria de capa tem como título **“A casa caiu”**, embora com menos palavras e menos esclarecedor, o sentido é o mesmo da chamada de capa. Esta expressão é geralmente empregada quando uma prática condenável é descoberta, expondo quem a praticava às escondidas. Ou seja, o esquema de desvio de dinheiro da Cooperativa

foi, então, descoberto, descobrindo-se por via de consequência os implicados.

Já no texto de abertura, fica patente o tom opinativo da revista em toda a matéria (*"O Ministério Público quebra sigilo da Bancoop e **descobre que dirigentes da Cooperativa Habitacional dos Bancários de São Paulo lesaram milhares de associados, para montar um esquema de desvio de dinheiro que abasteceu a campanha de Lula em 2002 e encheu os bolsos de dirigentes do PT. Eles sacaram ao menos 31 milhões de reais na boca do caixa"***).

A imagem mostra Vaccari sobre um monte de cédulas, numa montagem feita em computação gráfica (Agência Globo), com o objetivo de não apenas dizer, mas mostrar. Neste caso, a imagem fotojornalística perde o seu efeito referencial de prova do acontecimento, e adquire o efeito conceitual de fundo semântico (VERÓN, 2005). Contudo, o mais curioso, é que a legenda aponta para aparências, a partir da barba de Vaccari Neto com o seu antecessor (Malheiro), como se desviasse a atenção do leitor para um aspecto, ao mesmo tempo, referencial e conceitual.



**Figura 02:** Veja Edição 2155  
Montagem sobre foto Jose Meirelles  
Passos/ Ag. O Globo.

A matéria da *Veja* aponta números, respaldando-se em dados do Ministério Público, argumenta, mostra imagens, e, recorrentemente, lembra o vínculo de Vaccari, a quem acusa de ser o responsável pelo desvio de dinheiro da Bancoop, com a campanha de Dilma Rousseff (*"Vaccari acaba de ser nomeado o novo tesoureiro do PT e, como tal, deve cuidar das finanças da campanha eleitoral de Dilma Rousseff à Presidência"*). Aponta vínculos com o então presidente Lula e com o Partido dos Trabalhadores (*"Em depoimento ao MP, Roberto afirmou que Malheiro, o ex-presidente morto da Bancoop, entregava envelopes de dinheiro diretamente a Vaccari, então presidente do Sindicato dos Bancários e indicado como o responsável pelo recolhimento da caixinha de campanha de Lula"*). Detalhe

importante, a caixinha não é para a campanha, mas de Lula (VEJA, 10 mar. 2010, grifo nosso).

É próprio das práticas jornalísticas o uso do discurso autorizado; ou seja, recorrer a especialistas, autoridades e ou a testemunhos para dar credibilidade a suas matérias. Neste aspecto, o Ministério Público é o principal autorizador dos discursos de *Veja* na constituição desse escândalo. Além disso, recorre a peritos e a vítimas do esquema de corrupção que denuncia, e produz os efeitos de sentido de verdade sustentável, de vitimização, e principalmente de suspeita, a respeito da idoneidade dos operadores da campanha de Dilma Rousseff e de culpabilidade do presidente Lula, que faz as escolhas sem levar em conta a honestidade de seus escolhidos (*"Ao **indicar pessoalmente alguém com o prontuário de João Vaccari para tomar conta das finanças do PT e da campanha eleitoral de Dilma Rousseff, o presidente Lula sinaliza que, ao contrário do resto do Brasil, não está nem um pouco empenhado em colaborar na faxina.**"*) (VEJA, 10 mar. 2010, grifo nosso).

Em outro momento, relaciona o caso a outros escândalos midiaticizados como o conhecido caso dos "aloprados", sob a mesma estratégia:

Outro **frequente agraciado** com cheques da Bancoop **tornou-se nacionalmente conhecido na esteira de um dos últimos escândalos que envolveram o partido. Freud "Aloprado" Godoy – ex-segurança das campanhas do presidente Lula, homem "da cozinha" do PT** e um dos pivôs do caso da compra do **falso dossiê** contra tucanos na campanha de 2006 (VEJA, 10 mar. 2010, grifo nosso).

Ressalte-se a ênfase na falsidade do dossiê a respeito de José Serra que é referido. Este recurso anafórico que recupera uma informação anterior e a atualiza é bastante utilizado pelos discursos sobre o escândalo, como forma de manter a informação sempre atualizada no percurso discursivo da leitura. Neste caso, o recurso é empregado tanto para a defesa do candidato tucano José Serra, presumível vítima do mencionado dossiê, quanto para denunciar os operadores da campanha

da candidata do Partido dos Trabalhadores à Presidência da República Dilma Rousseff.

A tese que se sustenta é a de que “o Caso Bancoop” seria uma espécie estágio preparatório para o escândalo do “Mensalão”, caso assim conhecido, e que diz respeito a um suposto esquema de pagamento de quotas mensais a parlamentares, pelo governo Lula, entre 2005 e 2006, para a aprovação de matérias de interesse daquele governo. Este caso teve ampla repercussão midiática, e envolveu políticos de vários partidos, tendo como consequência a cassação de mandatos e a renúncia de vários parlamentares. O caso julgado pelo STF condenou doze dos vinte e cinco implicados, inclusive, o ex-ministro José Dirceu, acusado de chefiar o esquema.

Na edição 2156, de 17 de março de 2010, *Veja* estampa em sua capa a estrela do PT em 3D, reverberada, o que faz com que o espaço de visualidade da capa seja predominantemente vermelho. Sobre a estrela, vê-se o número treze inscrito na estrela do PT, com um detalhe: sobre o algarismo três, reescrito com giz branco, um dois, seguido de um símbolo de porcentagem, formando, então a leitura do percentual 12%. Abaixo, um bloco de texto, alinhado à esquerda, em que se entremeia a foto em tamanho três por quatro do senhor João Vaccari Neto.



**Figura 03:** Veja Edição 2156/Capa

Acima, em caixa alta, o título, **A CONEXÃO BANCOOP/MENSALÃO**. Abaixo, à direita da foto, o texto, em amarelo, “**Ele cobra 12% de comissão para o partido**” (assim mesmo, aspeado, simulando declaração de outra pessoa. Inclusive, o pronome “Ele” tem uma ambivalência: ao mesmo tempo remete à imagem da fotografia à imagem de Vaccari, e a alguém que tenha dado tal

declaração). Abaixo, outro texto diz que **“uma testemunha-chave da Justiça revela como o tesoureiro Vaccari desviava dinheiro grosso para o mensalão.”** (VEJA, 17 de março de 2010, grifo nosso).

Na matéria de capa, o título é “O pedágio do PT”, ou seja, a revista atualiza os sentidos do percentual de 12%, estampado na capa, e afirma que este percentual seria uma espécie de pedágio cobrado pelo partido aos empresários, inclusive, com os que trabalham nos empreendimentos da *Cooperativa Habitacional dos Bancários de São Paulo*.



**Figura 04:** O ELO PERDIDO DO MENSALÃO

O corretor de câmbio Lúcio Funaro prestou seis depoimentos sigilosos à Procuradoria-Geral da República, nos quais narrou como funcionava a **arrecadação de propina petista nos fundos de pensão: "Ele (João Vaccari, à esq.) cobra 12% de comissão para o partido"**.

**Foto:** Wladimir de Souza/Diário de São Paulo e Sérgio Lima/Folha Imagem.  
Veja Edição 2156/Infográfico

A imagem recortada no percentual 12% é a de Vaccari, a outra, ao lado, é a do corretor de câmbio Lúcio Funaro, que, em depoimentos sigilosos à Procuradoria-Geral da República, teria dado a declaração que se encontra aspeada na capa.

Esta imagem, na matéria, vem com a seguinte legenda “o elo perdido do mensalão”. Ora, a expressão *elo perdido* designa, na história da ciência, uma parte da história humana ou do mundo sobre a qual não se conhece nada, e que, uma vez conhecida, esclarecia muita coisa acerca

dessa história. Seria, então, o conhecimento a respeito dos mecanismos de funcionamento do caso Bancoop que viria esclarecer a origem e a lógica de funcionamento do Mensalão. O cerne da argumentação que a matéria vai procurar desenvolver é a de que Vaccari seria um dos operadores mais importantes do Mensalão.

É evidente que a *Veja* não assume a autoria da tese, mas diz que a investigação do Ministério Público descobriu:

**O novo tesoureiro do PT, João Vaccari Neto, é uma peça mais fundamental do que parece nos esquemas de arrecadação financeira do partido. Investigado pelo promotor José Carlos Blat por suspeita de estelionato, apropriação indébita, lavagem de dinheiro e formação de quadrilha no caso dos desvios da Cooperativa Habitacional dos Bancários de São Paulo (Bancoop), Vaccari é também personagem, ainda oculto, do maior e mais escandaloso caso de corrupção da história recente do Brasil: o mensalão - o milionário esquema de desvio de dinheiro público usado para abastecer campanhas eleitorais do PT e corromper parlamentares no Congresso** (VEJA, 17 de março de 2010, grifo nosso).

A revista traz para a cena discursiva as imagens de Delúbio Soares e de José Dirceu, como se eles estivessem diretamente envolvidos no caso Bancoop. Afirma que Vaccari chama Delúbio de professor, mas não diz que sua profissão é a de professor no interior do Estado de Goiás. Quer dizer, a estratégia discursiva é perceptível, cujo interesse é o de vincular um escândalo a outro; e, mais do que isto, tratar os personagens vinculados ao PT como bandidos.

Na frase, por exemplo, em que Vaccari chama Delúbio de professor, o efeito de sentido é não apenas de que há um envolvimento entre ambos, mas principalmente o de que aquele aprendeu com este a maestria dos desvios de dinheiro público. Isto, por si só, indicia ou indica que o Mensalão teve uma espécie de estágio de aprendizado, um "Pré-Mensalão", referido no título da matéria publicada na edição 2155, referida anteriormente. Acrescente-se, também que isto está dito em um texto legenda que ladeia a foto, entre aspas, e que cita Lúcio Funaro, ou seja, trata-se de discurso relatado, marcado. *Veja* "força a barra" quando,

a despeito de falar da indicação de Vaccari para a Tesouraria da campanha do PT à Presidência da República, traz a imagem de Dilma Rousseff.



**Figura 05:** O PATROCINADOR

O presidente do PT, José Eduardo Dutra (à direita), indicou Vaccari para tesoureiro do partido na campanha presidencial da ministra Dilma Rousseff (à esquerda), embora dirigentes da sigla tenham tentado vetar o nome do sindicalista, por ele ter "telhado de vidro".

Veja Edição 2156.

O texto legenda desta imagem diz o seguinte: "*O PATROCINADOR o presidente do PT, José Eduardo Dutra, indicou Vaccari para tesoureiro do partido na campanha presidencial da ministra Dilma Rousseff, embora dirigentes da sigla tenham tentado vetar o nome do sindicalista, por ele ter "telhado de vidro."* (VEJA, 17 de março de 2010, grifo nosso).

O patrocinador seria, então, o presidente do PT, José Eduardo Dutra. O telhado de vidro de Vaccari seria a própria história de desvio de dinheiro da Bancop, ainda não pública, mas conhecida de dirigentes petistas, o que recomendaria mal, inclusive, a indicação a tesoureiro da campanha de Dilma. Tudo isto serve como argumento, como prova de verdade nos discursos acerca do escândalo construído por *Veja*.

A matéria detalha passagens de encontros entre parlamentares, publicitários, sindicalistas, empresários e dirigentes petistas, como, por exemplo, dar publicidade aos mecanismos de funcionamento do Mensalão, apontar nomes, lugares, descrever cenas e diálogos como se, por meio dos depoimentos colhidos, pudesse constituir-se enunciador onipresente e onisciente. Não apenas testemunha porque esteve nos lugares descritos, como sabe tudo a respeito de todo o acontecimento, conhece os seus cenários, as personagens, onde, como e quando as cenas aconteceram:

*De acordo com o relato do corretor, Delúbio indicou João Vaccari para abrir-lhe algumas portas. Para marcar a primeira conversa com Vaccari, Funaro ligou para o celular do sindicalista. **O encontro, com a presença do deputado Costa Neto, deu-se na sede da Bancoop em São Paulo, na Rua Líbero Badaró.** Na conversa, Vaccari contou que cabia a ele intermediar operações junto aos maiores fundos de pensão - desde que o interessado pagasse um 'porcentual para o partido (PT)', taxa que variava entre 6% e 15%, dependendo do tipo de negócio, dos valores envolvidos e do prazo. **E foi didático:** Funaro e Valdemar deveriam conseguir um parceiro e uma proposta de investimento. Em seguida, ele se encarregaria de determinar qual fundo de pensão se encaixaria na operação desejada. **O tesoureiro adiantou** que seria mais fácil obter negociatas na Petros ou na Funcef. (VEJA, 17 de março de 2010, grifo nosso).*

Outro ponto que valida o depoimento de Dilson Funaro é quando *Veja* revela que ele utiliza o segredo dos documentos para proteger a sua integridade física ("O segredo em torno desses depoimentos é tamanho que Funaro guarda cópia deles num cofre no Uruguai. **"Se algo acontecer comigo, esse material virá a público e a República cairá", ele disse a amigos**"). O peso de tal ameaça consiste, visivelmente, em artifício retórico para comprometer Lula no esquema. Ora, uma ameaça de ruir a República é, declaradamente, uma ameaça de revelações que implica o presidente no enredo.

*Veja* também autentica os depoimentos ("**Funaro dizia a verdade**. Seus depoimentos, portanto, ganharam em credibilidade. **Foram aceitos** pela **criteriosa** Procuradoria-Geral da República como **provas fundamentais** para incriminar a quadrilha do mensalão"). Apresenta provas e emite opiniões a respeito:

***Cheques à moda petista.*** *VEJA* obteve imagens de cheques que mostram a **suspeitíssima** movimentação bancária da Bancoop"). Entrevista testemunhas ("O empreiteiro conta como emitiu notas frias a pedido dos diretores da cooperativa, e **ouviu que o dinheiro desviado seria destinado às campanhas de Lula à Presidência, em 2002, e de Marta Suplicy à prefeitura de São Paulo, em 2004** (VEJA, 17 de março de 2010, grifo nosso).

Por fim, mais uma vítima apresenta seu depoimento:

*'TENHO 68 ANOS E **MORO DE FAVOR**' - 'Comprei um apartamento em São Paulo, **paguei os 78 000 do contrato**, mas só ergueram duas das três torres prometidas. A minha parou no meio. Eles queriam mais 30 000 reais, mas eu não tinha mais de onde tirar dinheiro. **Quería jogar uma bomba na Bancoop. Hoje, ainda moro de favor na casa da minha sogra, para escapar do aluguel**' – (Clóvis Pardo, 68 anos, aposentado) (VEJA, 17 de março de 2010, grifo nosso).*

Na edição 2157, de 24 de março de 2010, o Caso Bancoop sequer é citado na capa. No entanto, a revista publica uma matéria seguindo a mesma linha acusatória da edição anterior. O eixo da matéria é, ainda, desacreditar João Vaccari Neto que ocupa a função de tesoureiro da campanha de Dilma Roussef à Presidência da República para, por via de consequência, desacreditar a própria candidata e a sua campanha. A matéria tem como título "**O PT continua dando de ombros...**" Quer dizer, apesar da gravidade das denúncias a respeito de Vaccari, o PT não dá "a mínima". O tom inicial da matéria é o de ironia e de ataques a José Dirceu, que, a pretexto de comemorar seu aniversário, declarara apoio a Vaccari:

*Na noite da última terça-feira, **o lobista** e deputado **cassado José Dirceu, acusado** pela Procuradoria-Geral da República **de comandar a "organização criminoso" do mensalão, réu** no Supremo Tribunal Federal **por corrupção ativa e formação de quadrilha**, celebrou seus 64 anos **numa alegre festa** em Brasília. **Dirceu, o perseguido, aproveitou a tertúlia** para anunciar **sua enigmática convicção** de que será absolvido no STF – e **propôs um brinde especial ao novo tesoureiro do PT, João Vaccari Neto, apontado como um dos operadores do mensalão petista e, também, como responsável por desfalques milionários na Cooperativa Habitacional dos Bancários de São Paulo, a Bancoop.** "Vamos defender nossos amigos dessas denúncias infundadas", **arengou** o petista, observado de perto pelo presidente do Senado, **José Sarney**, e pelo senador **Renan Calheiros**, ambos do PMDB, **políticos retos que, como Dirceu, conhecem bem esse tipo de 'denúncia infundada'** (VEJA, 24 de março de 2010, grifo nosso).*

A insatisfação gerada em razão do “pouco caso” do PT a respeito das denúncias a Vaccari incomoda sobretudo à *Veja*:

*As declarações **no convescote** de Dirceu demonstram que o PT resolveu aplicar no caso de Vaccari a mesma **tática belicosa** que adota desde o começo do governo Lula sempre que surgem evidências de malfeitorias cometidas pelos companheiros. É uma **estratégia rudimentar**, na qual o partido se defende tão somente atacando os autores das denúncias – ou, ainda, o **mensageiro delas**: “a mídia golpista”. Essa **atitude prepotente**, de **deprezo aos demais protagonistas do jogo democrático**, serve ao propósito político de **interditar o debate** e a validade de quaisquer investigações, **ignorando, assim, a substância objetiva das provas apresentadas ao público** (VEJA, 24 de março de 2010, grifo nosso).*

A matéria, diferentemente das anteriores, parece muito mais uma mágoa de *Veja*, por conta de suas denúncias não terem produzido nenhuma alteração na vida particular de Vaccari nem nas decisões do PT, de mantê-lo na Tesouraria da campanha. Reclama que Vaccari não respondeu como devia às acusações. Em uma legenda sob uma fotografia de Vaccari, a insatisfação declarada (**NEM AÍ - O tesoureiro do PT, João Vaccari, não se deu ao trabalho de responder às denúncias**). A isto, a revista chama de soberba (*Apesar da **soberba petista**, a oposição conseguiu, na semana passada, aprovar a convocação de Vaccari para depor numa CPI do Senado*) (VEJA, 24 de março de 2010, grifo nosso).

Contudo, para não dizer que não falaram da candidata, Dilma Rousseff, surge uma declaração a ela atribuída, no meio da argumentação, sem mais nem menos, a não ser para *Veja* revelar que se inclui entre os adversários de Dilma (“**O pessoal está tentando trazer 2005 para a eleição de 2010. Acho pouco eficaz**”, **disse a ministra Dilma Rousseff. Por “pessoal”, entenda-se adversários**. Porém, ao eleger Vaccari como o novo tesoureiro do partido, foi o PT que levou o mensalão para o coração da campanha da ministra).

O certo é que ela está se referindo à convocação de Vaccari, para depor em uma CPI; mas a convocação é consequência das denúncias de

*Veja*. Se *Veja* é quem faz as denúncias e insiste na história, também estaria tentando trazer o debate do Mensalão para as eleições de 2010, segundo Dilma. Não cremos que *Veja* queira isentar-se das denúncias. Se a revista conclui que o pessoal citado por Dilma constitui seus adversários na campanha, então *Veja* é um deles. Parece-nos um ato falho.

## Os discursos da revista *IstoÉ*

Chama-nos a atenção o fato de que, no mesmo período, para a revista *IstoÉ*, não seja o Caso Bacoop que tem destaque na pauta dos escândalos políticos, mas o envolvimento do ex-prefeito de Belo Horizonte e coordenador da campanha de Dilma Rousseff, Fernando Pimentel, que, segundo declara à revista, **estaria envolvido com o Mensalão**. *IstoÉ* publica o tal envolvimento em mais de uma edição, no período recortado para esta pesquisa (fevereiro e março de 2010). Faz acusações seriíssimas, apresenta documentação, engendra estratégia muito semelhante à de *Veja*, só que quase ignora o Caso Bancoop, e centra a atenção em Pimentel. Mas a motivação, ao que tudo indica, é a mesma, **a de mostrar o caso como um escândalo em que o PT e seus dirigentes estão envolvidos**, embora cite também, no decorrer das matérias, os mensalões do PSDB e do Democratas, além de jogar suspeita sobre o coordenador da campanha de Dilma Rousseff, lançando, em consequência, dúvidas também sobre a idoneidade acerca das companhias de Dilma e de sua campanha.

Portanto, como o foco desta pesquisa é o Bancoop, não vamos utilizar os discursos de *IstoÉ*, acerca de Pimentel. A revista está incluída na pesquisa porque teria iniciado a série de denúncias acerca do desvio de dinheiro da Cooperativa dos Bancários de São Paulo, em uma edição de 2006, conforme já nos referimos anteriormente.

## Os discursos da revista *Época*

A revista *Época*, em sua matéria acerca do Caso Bancoop e nas edições veiculadas no período definido, supramencionado, como recorte temporal desta pesquisa, assume a postura de opinar sobre os escândalos, com a mesma visada ideológica, inclusive, com opiniões negativas a respeito do PT, de Lula, e da dúvida acerca da capacidade de Dilma, apresentada como uma candidata despreparada, uma criação do

presidente Lula. No entanto, também não tem a mesma contundência de *Veja*.

A novidade, conforme dito anteriormente, é que *Época* trata como envolvidos no mesmo pacote de escândalos: José Dirceu, João Vaccari Neto e Fernando Pimentel. Trata-os como responsáveis por colocar o PT em um lugar de suspeição. Com todos eles articulando ações condenáveis; deste modo, é possível que a candidatura de Dilma Rousseff não se sustente, como podemos ver a seguir.

Título da matéria (*Época*, fev./mar. 2010):

**'Os esqueletos do PT.** A **bancarrota** de Cooperativa habitacional **tira tesoureiro do partido da campanha de Dilma Rousseff. Dilma Rousseff assumiu a candidatura do PT ao Palácio do Planalto há duas semanas. Mesmo nesse curto período,** ela e o partido foram **obrigados a defender José Dirceu,** seu antecessor na Casa Civil, **Fernando Pimentel,** ex-prefeito de Belo Horizonte, e o **sindicalista João Vaccari Neto das acusações de tráfico de influência, desvio irregular de recursos e gestão fraudulenta,** respectivamente. Os três integram **a cúpula do partido** ou o comando da **campanha de Dilma.**

**O caso mais recente** é o de Vaccari, escolhido tesoureiro do PT **com a bênção de Lula. Até o começo da semana passada,** ele era cotado para comandar também as finanças da campanha de Dilma. **Hoje, está fora dos planos** para a arrecadação de recursos.

**O estrago político,** no entanto, já **está consumado.** O **bombardeio** recente, com base em **suspeitas que datam do período anterior à indicação de Dilma ao posto de pré-candidata,** suscitou **no núcleo mais próximo da chefe da Casa Civil** dúvidas e temores: quantos **esqueletos do PT** podem ser retirados do armário para assustar o eleitor até o final da campanha? **A julgar pela vida pregressa do PT** e pelos problemas da oposição, que acompanha a alta de Dilma nas pesquisas, as projeções são **sombrias** para ela.

Com **tantas suspeitas,** surgiu entre os petistas a **ideia de buscar alguém fora do partido** para comandar a arrecadação da campanha. Diante do bom relacionamento desenvolvido pelo governo Lula com as grandes empresas nacionais, **a maior credencial do escolhido** para a missão será a capacidade de **manter distância dos escândalos insepultos do PT.**

Esta é uma temática que ainda tem muito a ser dita. De todo modo, esperamos que a leitura deste artigo provoque críticas e novas análises, o que, certamente, contribuirá para maior reflexão a respeito do jornalismo que a mídia produz, e, acima de tudo, sobre os engendramentos ideológicos acionados a pretexto de produzir informação.

## Considerações finais

Entendemos que a atualização das denúncias que resultam do escândalo do Caso Bancoop faz parte de uma estratégia organizada pela mídia com objetivos políticos: – objetivo último de inviabilizar a eleição de Dilma Rousseff à Presidência da República. Atemo-nos à análise dos discursos produzidos pelas revistas aqui em pauta, e ao fato de como tais discursos se constituem em instrumentos ideológicos com vistas à formação de uma opinião pública antiLula, antiDilma e antiPT.

Embora se saiba que Vaccari teria um vínculo com a campanha de Dilma Rousseff, por que ele ocuparia a Tesouraria da campanha? Pela recorrência ao uso da imagem da candidata nas matérias sem que ela própria estivesse implicada no caso? Há também a insistência em questionar os rumos da campanha e de insinuar fracassos da candidatura. Tudo isso representa índice significativo do que estamos a afirmar. *Veja*, inclusive, chega a se incluir, discursivamente, entre os adversários de Dilma.

Mais do que isto, como referimos na Introdução, o escândalo aqui em foco é apenas parte desta estratégia. Há, a partir de certa altura dos acontecimentos, uma vinculação, como também ocorre com as denúncias a respeito de Fernando Pimentel e o escândalo do Mensalão.

De um ponto de vista mais exato, diríamos que a quantidade de matérias e sua extensão, o tom agressivo e acusatório que encontramos em *Veja*, nos levam a concluir que esta revista toma a frente de outras na ação do embate ideológico, sem nenhuma cautela com relação à linha jornalística que adota. É notória a decepção quando percebe que as denúncias por ela publicadas não alcançam o resultado que esperava.

O fato de considerar soberba a postura indiferente do Partido dos Trabalhadores parece-nos revelar certa fragilidade, ou “imaturidade” política, antes de comprometimento editorial. Na mesma edição, *Veja*

publica uma longa matéria sobre o caso Bancop, inclusive, com chamada de capa. Além desta, publica também matérias acerca das relações do Brasil com a Venezuela, com Cuba; aponta possibilidade de o Brasil ter vínculo com as FARC (grupo guerrilheiro colombiano) etc. Um material discursivo, pesado, de artilharia ideológica contra o PT e Lula, com vistas ao comprometimento da candidatura Dilma Rousseff.

A revista *IstoÉ* cumpre este papel de modo menos enfático. Também ataca, e enfileira-se a outros meios de comunicação, engajados em jogar dúvida sobre a candidatura de Dilma Rousseff, principalmente quando procura alcançar Fernando Pimentel, coordenador da campanha de Dilma; ao mesmo tempo, refere-se também ao Mensalão do PSDB, em Minas Gerais, ao mensalão do Democratas, em Brasília, e não parece fazer campanha por José Serra. Parece-nos apresentar uma discursividade mais afeita ao que seria a imparcialidade jornalística, embora não incorramos na ingenuidade de afirmar que a revista consiga tal nível de neutralidade.

Por sua vez, *IstoÉ* aponta coisas que não estão nem na revista *Veja* nem na revista *Época*, mas sim para os partidos de oposição. Encontramos em uma de suas edições apenas um infográfico, com um texto bem resumido sobre o Caso Bancoop, embora indique neste gráfico que foi quem primeiro denunciou o Caso Bancoop, que tem tratado deste tema em outras edições, e fornece datas entre outras referências.

Por fim, alguns pontos nos chamam a atenção na análise das matérias enunciativas de *Época*. Primeiro, a consistência da informação de que o próprio presidente Lula teria comprado um apartamento pela Bancoop e ainda não o teria recebido. *Veja* faz referência a este fato, porém, de modo passageiro, e não o esclarece. Outro dado diz respeito ao fato de que a justiça de São Paulo, como informa *Época*, exigiu que o promotor Blat apresentasse provas mais concretas para justificar o bloqueio dos bens da Bancoop e a quebra de sigilo bancário e fiscal de Vaccari. Este é um dado apagado das matérias da revista *Veja*.

## Referências

AMOSSY, Ruth (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2005. 205p.

- BOURDIEU, P. **As regras da arte**: gênese e estrutura do campo literário. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. 431p.
- BOURDIEU, P. **Os usos sociais da ciência**: por uma sociologia clínica do campo científico. Tradução Denice Barbaro Cotani - São Paulo: Editoro UNESP. 2004. 87p.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2002. 361p.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Col. Memória e sociedade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989. 315p.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Trad. Ângela S. M. Correa – São Paulo, SP: Contexto, 2006a. 285p.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. Trad. Fabiana Comesu e Dilson Ferreira da Cruz – São Paulo, SP: Contexto, 2006b. 328p.
- COURTINE, Jean-Jacques. **Análise do Discurso Político — O discurso comunista endereçado aos cristãos**. São Carlos, SP: Claraluz, 2009. 250p.
- COURTINE, Jean-Jacques. **Metamorfoses do Discurso Político — Derivas da fala pública**. Trad. Nilton Milanez e Carlos Piovezani Filho – São Carlos, SP: Claraluz, 2006a. 160p.
- COURTINE, Jean-Jacques. O mentir verdadeiro. In: SWIFT, Jonathan. **A Arte da Mentira Política**. Trad. Mônica
- FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: UnB, 2001. 316 p.
- COURTINE, Jean-Jacques. Discurso, mudança e hegemonia. In: PEDRO, E. R. (Org.). **Análise crítica discurso**. Lisboa: Caminho, 1997. p. 77-103. 396 p.
- COURTINE, Jean-Jacques. **Language and power**. Londres: Longman, 1996. 259 p.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996. 79p.
- FOUCAULT, M. **Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. 239p.
- MAGALHÃES, Laerte. **Veja, IstoÉ, leia**: produção e disputas de sentido na mídia. Teresina: Edufpi, 2003. 158 p.

MAINGUENEAU, Dominique. Campo discursivo - a propósito do campo literário In: SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília Perez de. & POSSENTI, Sírio.

**Doze conceitos em análise do discurso.** Trad. Adail Sobral et al. São Paulo: Parábola, 2010. 207 p.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: Uma crítica à afirmação do óbvio.** Campinas, SP: Unicamp, 1988. 317p.

PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET F.; HAK, T. (Orgs.) **Por uma Análise Automática do Discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux.** Trad. de Eni P. Orlandi. Campinas: Unicamp, 1997b, pp 61-151.

F.; HAK, T. FUCHS, C. A Propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET F.; HAK, T. (Orgs.) **Por uma Análise Automática do Discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux.** Trad. de Péricles Cunha. Campinas: Unicamp, 1997, pp 163-235.

F.; HAK, T. **O Discurso - estrutura ou acontecimento.** Trad. de Eni P. Orlandi. Campinas: Pontes, 1983.

PINTO, M. J. **Comunicação e discurso:** introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker, 1999. 105p.

THOMPSON, J. B. **O escândalo político:** poder e visibilidade na era da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. 427p.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Petrópolis-RJ: Vozes, 1998. 261 p.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. 427p.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido.** São Leopoldo: UNISINOS, 2005. 286p.