

## Discurso e mídia: uma análise da representação de Lula nas capas da revista *Veja*

---

Luciano Taveira de Azevedo<sup>I</sup>

**Resumo:** Neste artigo<sup>II</sup>, analisamos o discurso produzido sobre Luiz Inácio Lula da Silva nas capas da revista *Veja* mobilizando dispositivos da Análise de Discurso francesa. A partir do escopo teórico disponível em Pêcheux, Orlandi e Ferreira, problematizamos a questão das representações que o periódico semanal *Veja* faz de Lula. Desse modo, procuramos, durante a análise do *corpus*, dar à capa de revista um estatuto discursivo ao deslocá-la de um processo de interpretação que entende os sentidos do texto como transparentes a si mesmos para um processo que os aborda em sua opacidade. Ao mobilizar noções como condições de produção, interdiscurso e formações discursivas, colocamos em movimento um gesto de leitura daquelas capas da revista *Veja* que permitiram percorrer os efeitos de sentido que engendraram diferentes representações de Lula.

**Palavras-chave:** Mídia; Discurso; Memória; Representação.

### Discourse and media: an analysis of the representation of Lula on the cover of the *Veja* magazine

**Abstract:** In this article, we analyze the discourse produced about Luiz Inácio Lula da Silva on the covers of *Veja* magazine, mobilizing French Discourse Analysis devices. Based on the theoretical scope available in Pêcheux, Orlandi and Ferreira, we problematize the issue of the representations that the weekly *Veja* makes of Lula. Thus, during the analysis of the corpus, we sought to give the magazine cover a discursive status by shifting it from an interpretation process that understands the meanings of the text as transparent to themselves to a process that addresses them in their opacity. By mobilizing notions such as production conditions, interdiscourse and discursive formations, we set in motion a gesture of reading those covers of *Veja* magazine that allowed us to explore the meaning effects that engendered different representations of Lula.

**Keywords:** Media; Discourse; Memory; Representation.

### Introdução

O presente artigo apresenta uma análise discursiva da representação de Luiz Inácio Lula da Silva nas capas da revista *Veja*. A fim de conferir um caráter científico à análise e viabilizá-la, buscamos na Análise de Discurso francesa de viés pêcheuxiano (doravante, AD) o arcabouço teórico-metodológico necessário a esse fim.

# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

Naquilo que concerne à organização do *corpus*, mobilizamos a noção de recorte<sup>III</sup> proposta por Orlandi. Nessa perspectiva, recorte diz respeito às unidades discursivas que são feitas de fragmentos correlacionados de linguagem e situação. Assim, um recorte é um fragmento da situação discursiva e a análise recai sobre a seleção dessas unidades retiradas do *corpus*.

Nesse sentido, elegemos cinco capas de *Veja* que foram produzidas em momentos distintos e representaram diferentes posições políticas ocupadas por Lula. O passo seguinte foi recortar da teoria utilizada para abordar o objeto em questão, ou seja, o discurso, os dispositivos de análise que viabilizariam o tratamento do *corpus*. Embora não pretendêssemos dar conta de todo o fenômeno em estudo, recortamos aquelas noções que se mostraram produtoras à análise dos sentidos sobre Lula e conseqüente construção discursiva das representações.

Dado esse primeiro passo, trabalhamos sistematicamente as capas, procurando estabelecer relações entre a teoria escolhida e o *corpus*; perseguindo, no movimento que pendula entre o objeto e a teoria, mobilizar um gesto de leitura que permitisse desvelar os efeitos de sentido sobre Lula que emergiram quando lemos as capas parametrizados por dispositivos teóricos.

O artigo se encontra estruturado em três seções que procuram contemplar os aspectos teóricos da Análise de Discurso, a análise propriamente dita e uma conclusão que traz uma síntese da interpretação desenvolvida, bem como uma reflexão acerca dos resultados obtidos.

## Da concepção de discurso

O quadro teórico-metodológico da AD, construído pelo filósofo e linguista francês Michel Pêcheux, se constitui no entremeio de três campos de saber que tinham em Saussure, Marx e Freud suas vigas de sustentação. Afiliado a essa *tríplice aliança*, Pêcheux lança as bases epistemológicas da AD e constrói uma teoria que relaciona língua, história e ideologia no trato da significação.

A língua, entendida como materialidade discursiva, afasta-se da concepção saussureana de sistema homogêneo, abstrato e idêntico a si mesmo e ganha espessura material porque afetada pela história e ideologia. Desse modo, a língua, na perspectiva da AD, não é vista como meio de expressão do pensamento como pensavam os estruturalistas e formalistas, mas como uma arena, lugar das lutas ideológicas.

Assim sendo, a AD ocupar-se-á do discurso, ou seja, dos processos históricos de produção de sentido, tendo em vista que o seu arcabouço teórico-metodológico é formado a partir da concepção de sujeito clivado e de língua enquanto espessura material, porque afetada pela história. Segundo Ferreira,

a AD vai procurar, então, compreender o modo como um objeto simbólico produz sentidos, não a partir de um mero gesto de decodificação, mas como um procedimento que desvenda a historicidade contida na linguagem, em seus mecanismos imaginários<sup>IV</sup>.

De acordo com o exposto acima, conclui-se que o objeto de análise da AD não é a língua, mas o *discurso*, embora procure – na materialidade linguística e histórica – pistas para chegar aos processos discursivos. Nesse sentido, afirma Ferreira que

# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

vê-se, portanto, que o discurso é um ponto de contato crucial onde se articulam os diversos fios que compõem seu tecido; verdadeira instância de produção de sentidos, em cuja materialidade (discursiva) se confrontam o linguístico e o ideológico. É importante ressaltar este aspecto conjunto, para evitar que a AD seja reduzida à análise da língua, ou diluída na pesquisa histórica da ideologia.

Assim definida, a AD constitui-se como uma disciplina que trabalha os processos históricos de significação e não apenas os seus produtos.

A relação constitutiva dos processos de significação, como entendida pela AD, permeia todo e qualquer enunciado, desde o mais simples, como um aviso para não fumar colocado na parede de um hospital, aos mais complexos, como uma obra de Guimarães Rosa. De um a outro enunciado, temos determinantes sócio-históricos que atravessam a *enunciação* e fazem com que se *enuncie* de uma determinada forma e não de outra. A esse respeito, Orlandi afirma que “no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos”<sup>V</sup>. É justamente a esse intrincado jogo que relaciona língua, sujeitos e história que damos o nome de *discurso*. Ainda nas palavras de Orlandi, discurso é “efeito de sentido entre locutores”<sup>VI</sup>.

O discurso não se confunde com a língua, mas a pressupõe, de maneira que a língua é a base sobre a qual se desenvolvem os processos discursivos. Ou seja, a língua, na perspectiva da AD, não é entendida como objeto abstrato, mas como base na qual se materializa o discurso. Entendido como uma *prática social* entre outras, o discurso tem sua regularidade e funcionamento próprios, de maneira que pode ser submetido à *interpretação* mediante a mobilização de um dispositivo teórico que possibilite a *escuta* dos sentidos que sustentam o processo discursivo. Consequentemente,

não se trabalha, como na Linguística, com a língua fechada nela mesma, mas com o discurso, que é um objeto sócio-histórico em que o linguístico intervém como pressuposto. Nem se trabalha, por outro lado, com a história e a sociedade como se elas fossem independentes do fato de que elas significam<sup>VII</sup>.

Ao não restringir a análise do discurso à análise da frase, Pêcheux situa o discurso para além dela e acrescenta: “a *discursividade* não é a *fala* (parole), isto é, uma maneira individual ‘concreta’ de habitar a ‘abstração da língua’; não se trata de um uso, de uma utilização ou da realização de uma função”<sup>VIII</sup>. Desse modo, o discurso nem é a língua como sistema de signos, nem é a fala (elemento deixado de fora das análises saussureanas) destituída das condições de produção, mas a linguagem em funcionamento, afetada pela história e produzida por sujeitos constituídos pela ideologia porque “*todo processo discursivo se inscreve numa relação ideológica de classe*”<sup>IX</sup>. Afetados pela língua e pela história, os sujeitos assumem posições que se deslocam no fio discursivo, e é desse processo que os sentidos irrompem, de maneira que a AD se ocupa do processo, ou seja, do funcionamento da linguagem.

## Dos dispositivos de análise

Num primeiro movimento da construção desse dispositivo de análise – partindo das concepções aqui apresentadas – elegemos as *condições de produção*, o *interdiscurso* e as *formações discursivas* (doravante, FDs).

Orlandi considera que há condições de produção em sentido estrito e amplo<sup>X</sup>. A autora entende, como condições de produção em sentido estrito, aqueles elementos referentes às

# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

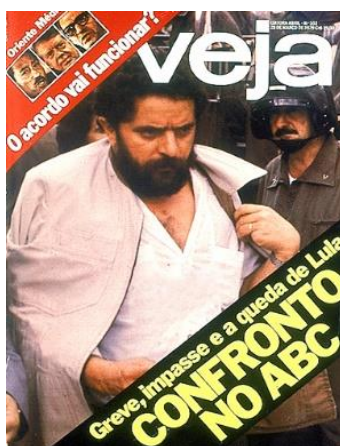
circunstâncias da enunciação, ou seja, o lugar de onde o sujeito enuncia e, em sentido amplo, o contexto ideológico e sócio-histórico.

Ademais, entendemos que o *interdiscurso* é efeito da memória discursiva que atualiza no discurso produzido – em determinadas condições de produção – discursos ditos antes e em outros lugares. Nesse sentido, Orlandi afirma que “o interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada”<sup>XI</sup>. O conceito de *interdiscurso* encontra-se intrinsecamente relacionado com a noção dos *esquecimentos nº 1 e nº 2*, que é condição para que o sujeito produza sentidos. Por *esquecimento nº 1*, entendemos o efeito produzido pela ilusão de que aquilo que o sujeito diz só pode ser dito daquela maneira e não de outra. Para o sujeito, funciona como se existisse uma relação direta entre pensamento, língua e mundo, de maneira que, no processo discursivo, apagam-se as relações interdiscursivas para o sujeito afetado pela ideologia que produz, por sua vez, a ilusão de transparência da linguagem. Nesse processo, o sujeito tem a ilusão de que o enunciado produzido só pode ser dito com aquelas palavras, e não outras em seu lugar. Sobre o *esquecimento nº 2*, Orlandi afirma que “por esse esquecimento temos a ilusão de ser a origem do que dizemos quando, na realidade, retomamos sentidos preexistentes”<sup>XII</sup>. Esse é um efeito elementar da ideologia que produz no sujeito a impressão de evidência, de completude, e do controle sobre os sentidos. Contraditoriamente, os discursos produzidos pelo sujeito atualizam discursos já produzidos historicamente por meio da memória discursiva.

Por fim, discorramos um pouco sobre a *formação discursiva*, noção cara à AD. Entende-se por FD aquilo que pode e deve ser dito numa determinada formação ideológica e sócio-histórica. Esse é um conceito polêmico que vem sofrendo reformulações no campo da AD, mas que ainda se mostra bastante produtivo, uma vez que permite ao analista estabelecer regularidades no funcionamento discursivo, bem como viabiliza a compreensão da relação dos sentidos com a ideologia.

## Análise

### Capa 1. Prisão de Lula



Fonte: Arquivos da Revista Veja ([www.veja.com.br](http://www.veja.com.br))

O ano de publicação da capa acima é 1979. Nesse ano, o último governante do período da Ditadura Militar, o general João Baptista Figueiredo, toma posse. Dois dias antes de assumir as funções no Planalto, recebe a notícia de que 180.000 metalúrgicos entraram em greve liderados pelo chefe sindicalista Luís Inácio da Silva, mais conhecido como Lula. O

# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

Ministério do Trabalho logo tratou de declarar como ilegal o movimento que, na segunda semana do novo governo, ainda mantinha suspensos os trabalhos nas fábricas.

É nesse cenário de tentativas de insurreição social e intolerância militar que a capa de *Veja* número 551, chega às bancas de revista. Na parte superior direita, localiza-se a logomarca *VEJA* e sobre a letra *a* da logomarca encontramos a editora (Abril), edição (551), data de publicação (28 de março de 1979) e preço. A imagem no discurso de capa da *Veja* é construída com cores fortes, escuras, que insinuam uma leve penumbra e um *clima* denso, pesado. Enquadrado por duas tarjas – uma vermelha, outra preta – temos, no centro, a imagem de Lula sob o olhar de um policial que trabalha na repressão aos grevistas. Por trás de Lula, podemos identificar a figura de uma pessoa que parece do sexo feminino e do lado esquerdo uma mão, com características de mãos masculinas, se deixa entrever. No canto inferior, na diagonal, a tarja preta traz o enunciado *Greve, impasse e a queda de Lula* em minúscula e cor amarela e, em maiúsculas e cor amarela, *CONFRONTO NO ABC*. Um filete branco contorna as letras dos enunciados. Na tarja superior, encontramos fotos de três autoridades do Oriente Médio, bem como os enunciados *Oriente Médio* (acima das fotos) e *O acordo vai funcionar?* (abaixo das fotos) em minúscula, cor branca e letras contornadas por um filete preto.

O sujeito que enuncia, *Veja*, parece querer enfatizar, por meio de recursos visuais e linguísticos que funcionam como estratégias discursivas, a carga dramática da situação. Em perspectiva policrômica, o tom pesado das cores que constituem o não verbal, bem como o verbal, evidenciam essa preocupação dos editores em acentuar o drama vivenciado por Lula, líder sindical e um dos mentores da greve dos metalúrgicos. A posição em que Lula aparece na foto também oferece pistas para delinear o discurso que constrói a representação de um sujeito que é inscrito num enunciado que desliza e produz efeitos operados pelo ler e pelo ver. Assim, a leitura do referente, no caso da imagem, não se dá numa relação direta com a realidade, como nos aponta Pêcheux, ao afirmar que se deve pensar o referente como um “objeto imaginário (a saber, o ponto de vista do sujeito) e não da realidade física”<sup>XIII</sup>. A cabeça inclinada, a testa franzida e a mão que segura o casaco como que querendo levá-lo ao rosto para se cobrir remetem à imagem, por associação, da prisão de delinquentes quando conduzidos pela polícia e, desse modo, a memória discursiva e as imagens são acionadas quando da leitura desse discurso. O olhar físico debruça-se sobre a imagem e o olhar discursivo sobre acontecimentos que mantêm relação com aquele retratado na capa da revista. Nessa relação entre enunciados efetivamente realizados, o interdiscurso e os efeitos de sentido ganham espessura e se mostram, conforme Orlandi nos esclarece ao afirmar:

A questão do sentido torna-se a questão da própria materialidade do texto, de seu funcionamento, de sua historicidade, dos mecanismos dos processos de significação. A Análise do Discurso é a disciplina que vem ocupar o lugar dessa necessidade teórica, trabalhando a opacidade do texto e vendo nesta opacidade a presença do político, do simbólico, do ideológico, o próprio fato do funcionamento da linguagem; a inscrição da língua na história para que ela signifique. A ideia de funcionamento supõe a relação estrutura/acontecimento, articulação do que é da ordem da língua e do que deriva de sua historicidade, relação entre o que, em linguagem, é considerado estável com o que é sujeito a equívoco<sup>XIV</sup>.

Partindo da relação de sentidos que, a um tempo, retoma parafrasticamente o já-dito e o faz deslizar para outros significados por um efeito de polissemia, podemos, então, percorrer o trajeto do discurso que constrói uma representação sobre Lula. O olhar do líder sindical, discursivamente construído pela máquina fotográfica, expressa fúria. Enquadrado pelas tarjas que se encontram nas extremidades da capa, Lula parece não apenas ganhar centralidade, mas



# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

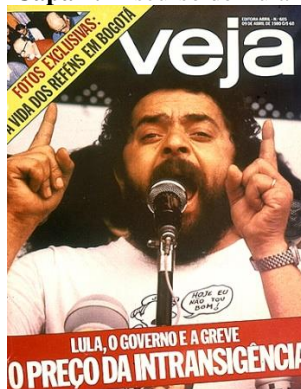
LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

vir esmagado por essas tarjas que trazem enunciados que apontam para conflitos: um, que foi acordado; e outro, aquele do ABC, que foi reprimido porque não houve acordo, negociação. Ambas as tarjas, com seus respectivos enunciados, reforçam o discurso veiculado pela imagem e a representação construída por esse discurso, qual seja, a de um bandido que tumultua a ordem.

Na tarja preta, lemos: *Greve, impasse e a queda de Lula*. Nesse enunciado, também há pistas discursivas que são mobilizadas na constituição dos efeitos de sentido que reforçam a representação de um líder dos operários que fracassou na sua empreitada de subverter a ordem estabelecida pela Ditadura Militar. No enunciado acima, temos como que uma gradação que vai do movimento grevista, passa pelos embates e chega à queda do mentor e líder desse movimento. No movimento da discursividade sobre Lula – em que sentidos se constituem no modo como se dispõe o enunciado da capa, bem como na forma material do enunciado – instala-se uma abertura para o deslize e a ruptura, como nos afirma Pêcheux: “todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente do seu sentido para derivar para um outro”<sup>XV</sup>. A metáfora da *queda* associada às palavras, como *confronto*, que aparece na mesma tarja, à matéria sobre o Oriente Médio, que também trata de conflitos, à imagem do centro da capa e às cores, produzem efeitos de sentido de *terrorismo*, *violação da ordem social* e *transgressão*, posto que esses enunciados se inscrevem não mais numa FD jornalística que se pretende imparcial, mas numa outra que é aquela que reprime todo e qualquer tipo de subversão e resistência ao regime autoritário vigente no Brasil.

A próxima capa a ser analisada foi publicada em 1981, ano em que a pressão sobre o movimento grevista do ABC paulista se intensificou sob o comando do general João Baptista Figueiredo.

Capa 2. Discurso de Lula



Fonte: Arquivos da Revista Veja (www.veja.com.br)

Na capa da edição 605 de *Veja*, do ano de 1980, temos no centro a figura de Lula enquadrada por duas tarjas: a primeira, na parte superior da capa, em cor amarela e forma triangular, traz a chamada *Fotos Exclusivas* (em vermelho): *A Vida dos Refêns em Bogotá* (em preto). Acima desses enunciados, fotos daqueles feitos refêns em Bogotá. Na segunda tarja, na parte inferior da capa, em cor vermelha, o enunciado *Lula, o Governo e a Greve – o Preço da Intransigência*.

A imagem de Lula, no centro da capa, ganha visibilidade pela dimensão da imagem e foco (o fotógrafo enquadra e fecha seu rosto e mãos). Diante dele, microfones distribuem sua voz que parece gritar reivindicações e protestos. Por trás, pessoas se acumulam e dão a impressão de se tratar de um discurso proferido de um palanque. Os dedos erguidos parecem

## DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

denotar autoridade e veemência. Acima da sua cabeça, localizamos a logomarca *Veja*, assim como editora (Abril), edição (605), data de publicação (09.04.1980) e preço.

A situação histórica imediata, na qual a capa de *Veja* (edição 605) está ancorada, é a manifestação recorrente dos metalúrgicos do ABC que reivindicam aumento salarial e melhores condições de trabalho. Dessa vez, em número bem maior que na greve do ano anterior, os metalúrgicos chegaram a 330 mil, segundo os sindicatos envolvidos no movimento, ou 205 mil, segundo a *Delegacia Regional do Trabalho* (DRT). O número expressivo de metalúrgicos envolvidos na greve levou à paralisação do coração da indústria automobilística e acarretou um prejuízo de proporções incomensuráveis às fábricas que se viram desprovidas de mão-de-obra.

Após várias tentativas de negociações, ajustes e tentativas de indeferimento da greve pela Justiça, o TRT concordou com o aumento de 7% para quem ganha de um a três salários mínimos e de 6% para quem ganha mais de três salários. Contente, mas ainda não satisfeito com a concessão feita pelo TRT, Lula distribuiu pequenos goles de cachaça 51 entre os integrantes do seu estado-maior acampados no sindicato dos metalúrgicos de São Bernardo.

O ministro, Murilo Macedo, ao saber da decisão do TRT, ficou inconformado e reuniu, na casa da sua filha, empresários para debater a situação do ABC frente à concessão do TRT. Após duas horas e meia de conversas, ministro e empresários resolveram acatar a decisão da Justiça e dar por acabada a contenda com os grevistas.

Na terça-feira, quando se preparavam (empresários e grevistas) para a reunião do TRT, Lula puxou a carta da estabilidade de um ano para os operários. Aceita tal exigência, durante doze meses, seria contida a rotatividade da mão-de-obra e nenhuma fábrica poderia demitir qualquer empregado, ainda que comprovadamente incompetente. Na manhã de quarta-feira, em maré crescente de exigências, Lula avisou que só haveria acordo se os índices concedidos pelo TRT viessem enquadrados na moldura de estabilidade por um ano.

Os empresários não aceitaram a proposta apresentada pelo líder do movimento e, na manhã de quinta-feira, 40 mil operários reunidos em assembleia aprovaram a continuação do movimento grevista.

A enunciação imagética do discurso dessa capa de 1980 se constrói em tons mais claros, embora o lado esquerdo da imagem apresente uma tonalidade escura em contraposição ao lado direito, de modo que cabe a pergunta: esse jogo de claro/escuro seria uma estratégia que aponta para a dualidade e contradição da própria situação da qual trata a reportagem? Não pensamos aqui da perspectiva do fotógrafo, mas daquele (o editor) que seleciona a foto de capa. Da mesma maneira que, quando selecionamos determinadas palavras ou frases possíveis da língua, entre tantas, para dizer o que queremos e, desse modo, excluimos aquelas que não atendem ao nosso projeto de dizer, também selecionamos determinadas imagens para compor nosso discurso e produzir determinados efeitos de sentido, e não outros, no nosso interlocutor. Isso é efeito da memória que escapa ao enunciador. O sujeito que enuncia não tem controle sobre isso, porque não é origem do que diz nem dos sentidos que produz ao enunciar. E isso encontra apoio naquilo que Orlandi afirma sobre a memória na perspectiva discursiva:

Junta-se, à ilusão da liberdade, agora a constituição do sujeito, mais especificamente, o descentramento do sujeito, pensado já na análise de discurso, pelo estatuto teórico da exterioridade constitutiva, o Outro que me constitui naquilo que digo; no modo como tenho desenvolvido esta ideia, na afirmação de *palavras falam com palavras*. O interdiscurso é irrepresentável, segundo o que se lê em Pêcheux (1975). Afirmação que ganha outras determinações com o que diz Courtine (1986), falando do interdiscurso: *na memória discursiva fala uma voz sem nome*. O Outro, a historicidade, a sociedade, e também o anonimato: *a voz sem nome*<sup>XVI</sup>.

# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

Diferentemente da outra imagem, nessa, Lula está voltado para frente e não de perfil como na capa de 1979. As tarjas, vermelha e amarela, dessa vez, não parecem espreme-lo, mas dão centralidade, como se estivesse para entrar em cena. Seu rosto é focado, trazido para primeiro plano, destacado, e as tarjas funcionam como cortinas que se abrem e deixam aparecer o personagem principal da capa: Lula. Sua fisionomia não é mais aquela de descontentamento e fúria apresentada na *Capa 1*. Nessa, mostra-se ativa e esboçando autoridade. As mãos erguidas e os dedos apontados dizem de alguém que tem o controle da situação e, por isso, ordena. O enunciado da fala de um personagem constante da camisa que usa: *Hoje eu não tou[sic] bom!*, destacado pelo fotógrafo, entra na rede de construção dos sentidos e oferece pistas para um discurso que mais uma vez constrói uma imagem, por um lado, de um líder obstinado e, por outro, de um revolucionário intransigente. Se a revista simula construir um discurso que favorece a imagem de Lula, o faz para desqualificá-lo em seguida quando, na tarja da parte inferior, da capa apresenta o seguinte enunciado: *Lula, o Governo, a Greve – o preço da intransigência*. Nas redes enunciativas que se montam entre o discurso imagético e linguístico, um discurso sobre Lula é tecido e uma determinada representação é construída no imaginário social. Para uns, a do homem destemido que abraçou a causa dos operários e luta incansavelmente até ver seus direitos garantidos; para outros, um arruaceiro que espalha desordem, tumulto e baderna e que, por intransigência, prolonga a situação caótica em que se encontram as fábricas brasileiras.

Outro aspecto que chama atenção e que é constitutivo do discurso engendrado nessa capa é a gradação construída em *Lula, o Governo e a Greve*. Se, no enunciado *Greve, Impasse e a Queda de Lula*, o líder sindicalista assume uma posição final que produz um efeito de derrota, fim da jornada e impossibilidade de soerguimento, em *Lula, o Governo e a Greve*, ocupa o primeiro lugar na sequência das palavras do enunciado, de modo que há uma inversão de posições que remete a uma reviravolta na situação de Lula que, em 1979, caiu, mas, agora em nova posição, reassume a liderança. Contudo, esse enunciado é contraposto a um outro que o desvaloriza: *o preço da intransigência*. A imagem de líder pertinaz presente no primeiro enunciado posto sobre uma tarja vermelha parece não coadunar com a imagem da intransigência. Na busca de se eximir da posição político-ideológica que defende, a revista se coloca no meio de um redemoinho em que sentidos estão constantemente sendo deslocados das FDs (a agência de notícias da *Veja*) nas quais se constituíram para outras FDs (o regime militar em vigor) e, desse modo, na arena discursiva, são estabelecidos confrontos de sentidos que têm efeitos diferentes nos leitores da revista. O sentido se constitui no interior de uma FD que, embora fechada em si mesma, se encontra em contato com outras FDs como afirma Pêcheux:

(...) se uma mesma palavra, uma mesma expressão e uma mesma proposição podem receber sentidos diferentes – todos igualmente “evidentes” – conforme se refiram a esta ou aquela formação discursiva, é porque – vamos repetir – uma palavra, uma expressão ou uma proposição não tem *um* sentido que lhe seria “próprio”, vinculado a sua literalidade. Ao contrário, seu sentido se constitui em cada formação discursiva, nas relações que tais palavras, expressões ou proposições da mesma formação discursiva. De modo correlato, se se admite que *as mesmas* palavras, expressões e proposições mudam de sentido ao passar de uma formação discursiva a uma outra, é necessário também admitir que palavras, expressões e proposições *literalmente diferentes* podem, no interior de uma formação discursiva dada, “ter o mesmo sentido”, o que – se estamos sendo bem compreendidos – representa, na verdade, a condição para que cada elemento (palavra, expressão ou proposição) seja dotado de sentido. A partir de então, a expressão *processo discursivo* passara a



# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

designar o sistema de relações de substituições, paráfrase, sinónimas etc., que funcionam entre elementos linguísticos – “significantes” – em uma formação discursiva dada<sup>XVII</sup>.

Na esteira enunciativa das capas da Veja, Lula tem seu corpo representado e, na construção desse corpo, valores são atribuídos e sentidos fixados. Esse corpo, representado pela mídia no discurso, circula socialmente e entra no jogo do imaginário dos leitores que ou recebem passivamente a imagem previamente construída ou a reconstróem na medida em que desconstróem os discursos que a gestaram. Em artigo sobre propaganda e discurso, Gregolin, afirma que

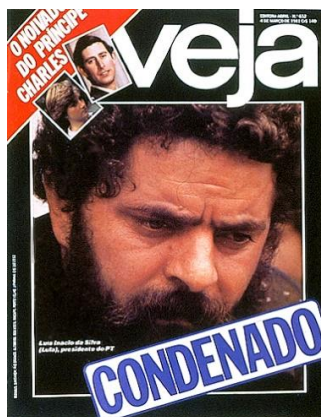
articulados a outros enunciados que com eles dialogam nos meios de comunicação, essas propagandas são verdadeiros dispositivos por meio dos quais instalam-se representações, forjam-se diretrizes que orientam a criação simbólica da identidade<sup>XVIII</sup>.

Estendendo esse ponto de vista para as capas de revista, temos que, como a propaganda, a capa funciona como um dispositivo com dupla orientação: uma que conduz o leitor para o conteúdo da revista (entrevistas, reportagens, crônicas etc) e provoca nele o interesse em adquirir aquele produto e outro no sentido de fazer consumir certos efeitos de verdade que, por sua vez, estão ancorados em formações ideológicas que são constitutivas dos sujeitos e determinam os discursos produzidos por esses mesmos sujeitos. Assim sendo,

o sujeito moderno é um consumidor de subjetividade: ele consome sistemas de representação, de sensibilidades. A subjetividade está em circulação, é essencialmente social, assumida e vivida por indivíduos em suas existências particulares<sup>XIX</sup>.

Ao jogar com a imagem de revolucionário intransigente, a revista mobiliza redes de memória que se filiam ao momento histórico marcado pela intransigência e despotismo dos militares. Nem santo nem pecador, a representação de Lula nas capas da Veja pendula entre o herói que carrega a promessa de dias melhores e assume tons messiânicos e o sujeito inflexível que não se dobra às intenções do poder.

**Capa 3. Condenação de Lula**



**Fonte:** Arquivos da Revista Veja ([www.veja.com.br](http://www.veja.com.br))

O ano de publicação da *capa 3* é 1981. No ano anterior, 1980, durante o movimento grevista, Luís Inácio Lula da Silva uniu-se a sindicalistas, intelectuais, católicos militantes da *Teologia da Libertação* e artistas para formar o *Partido dos Trabalhadores (PT)*. Nesse

# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

mesmo ano, assume a presidência do partido e, fortalecido pelas alianças que firmou com os vários segmentos sociais, deflagra, no ano seguinte, a maior greve já vista no ABC paulista.

A mão de ferro do general João Baptista Figueiredo, na figura do ministro Murilo Macedo, recaí sobre o movimento grevista que é impiedosamente pilhado. Durante o conflito, Lula e mais sete sindicalistas são presos pelo Departamento de Ordem Política e Social (DOPS) paulista e ficam encarcerados por vinte dias. É nesse cenário dramático que a capa acima é elaborada e chega às bancas de revista do Brasil.

A *Capa 3* apresenta características semelhantes à *Capa 1*, mas alguns elementos ou contornos são acrescentados à *Capa 3*. O fundo preto recebe uma moldura que traz a foto de Lula com um aspecto parecido àquele da *Capa 1*. O traço que distingue uma foto da outra é o tom de fracasso que é acentuado por uma sombra avermelhada que se espalha pelo rosto e os olhos baixos que parecem fitar o chão, lugar daqueles que caem, como afirmado na capa da edição 551 de 1979. A foto ainda traz, do lado esquerdo, o nome completo do líder sindicalista, o apelido entre parênteses e o cargo que ocupa no PT: *presidente*. Sobre a moldura, na diagonal, uma tarja de fundo branco com o enunciado *CONDENADO*, em azul, recebe destaque. No lado oposto, uma tarja vermelha anuncia o noivado do príncipe Charles com Diana seguida de fotos do casal. No topo da página, a logomarca *Veja* com a editora (Abril), a edição, o ano de publicação (1981) e o preço colocados sobre a letra *a*.

No tabuleiro da história, as peças que compõem o jogo dos sentidos são postas e as regras anunciadas. Cores, perspectivas, imagens e palavras assumem posições que se imbricam e formam um todo significativo que não tem um fim em si mesmo nem significa por si, mas na relação dos sujeitos com o objeto simbólico, inscrito na história, que é o texto. As condições de produção do texto e as condições de produção da leitura são constitutivas dos sentidos que não são transparentes nem estabelecidos previamente, mas construídos num processo que envolve o sujeito, a história e a ideologia. Quando falamos em condições de produção, não estamos falando apenas daquelas condições imediatas em que o texto é produzido e a leitura realizada, ou seja, a situação em que essas atividades acontecem. A AD entende que as condições de produção são constituídas por elementos da situação imediata de produção e recepção do texto, bem como por elementos da situação mais ampla, que envolve aspectos históricos, sociais e ideológicos, como afirma Orlandi:

Podemos considerar as condições de produção em sentido estrito e temos as circunstâncias da enunciação: é o contexto imediato. E se as consideramos em sentido amplo, as condições de produção incluem o contexto sócio-histórico, ideológico<sup>XX</sup>.

Desse modo, a relação entre os sujeitos, mediada pelo texto, não envolve apenas os elementos empíricos e imediatos da situação em que essa atividade ocorre, mas também uma noção de historicidade que afeta o texto na sua relação com a exterioridade e uma noção de ideologia que se materializa nos discursos engendrados pelos sujeitos. Ademais, as FDs, entendidas como aquilo que pode e deve ser dito em numa dada conjuntura social<sup>XXI</sup>, entram nesse jogo de constituição dos sentidos produzidos por um enunciado como um lugar discursivo em que os sujeitos falantes se inscrevem e suas palavras produzem sentido(s). Assim sendo, os sentidos não têm sua origem no sujeito, uma vez que o discurso que produz é determinado pela FD na qual inscreve seu discurso.

As capas da revista *Veja* se inscrevem em FDs que ora conciliam, ora antagonizam, em um movimento que desliza constantemente e faz com que enunciados se deslocuem para outra FD, provocando efeitos de sentido que ora advêm de uma FD, ora de outra. A princípio,

# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

poderíamos inscrever as capas da *Veja* em uma FD midiática. Mas, na perspectiva discursiva, uma FD pode ser invadida por outra FD, de maneira a produzir a deriva e o deslize dos sentidos. Segundo Indursky (1997, p. 33),

para analisar a superfície linguística de um discurso, faz-se necessário examinar os mecanismos sintáticos e o funcionamento enunciativo em questão, de-superficializando esses mecanismos e buscando estabelecer suas famílias parafrásticas para estabelecer suas matrizes de sentido. Somente após essa etapa, é possível buscar a de-sintagmatização discursiva, com vistas a atingir o processo discursivo que lhe subjaz e, através dele, a FD que afeta o sujeito do discurso<sup>XXII</sup>.

Partindo da reflexão apresentada por Indursky, analisamos os enunciados: a) *Greve, impasse e a queda de Lula: confronto no ABC* e b) *Condenado*, procurando estabelecer entre esses três enunciados relações que apontem para uma FD que nos permitam acessar o discurso-fonte desse discurso. Referindo esses enunciados ao interdiscurso, atinamos para as palavras *impasse – confronto – condenado*, que pertencem a outra matriz de sentido, ou seja, àquela do regime militar que ainda vigorava no Brasil. Essas palavras oferecem pistas que apontam para uma FD em que discursos sobre conflito armado, perseguição, censura, prisão, tortura e condenação circulam e se fixam no imaginário da época. Concluímos que os enunciados não verbais – imagens e cores – também recebem dessa FD os sentidos nela vinculados. O predomínio de cores escuras – vermelho e preto – e imagens que se encontram sob certa penumbra ou sobre fundo preto mantêm uma relação com a memória discursiva de uma época vista como um período de obscuridade que recobre as universidades, os meios de comunicação, o teatro, a música etc. É nesse espaço discursivo que os enunciados constantes das capas de *Veja* se inscrevem e recebem sua significação, pois o sentido, no interior de uma FD, está sob a dependência do interdiscurso que “fala sempre antes, fora ou independentemente (...)”<sup>XXIII</sup> e, desse modo, no interior do funcionamento discursivo, discursos outros são mobilizados ao longo do processo de produção de sentidos.

De acordo com a análise feita nas capas de *Veja* que trazem Lula-operário, Lula-sindicalista e Lula-presidente do PT, podemos pensar que, longe de marcar uma posição que a faz imparcial aos fatos sobre os quais discorre, a revista *Veja* assume posições político-ideológicas que estão eivadas do discurso corrente. Naquele momento histórico, não era interessante para a *Veja* vender uma imagem positiva de Lula, uma vez que sua ação militante ia de encontro aos interesses de grandes empresários, bem como representava uma afronta ao governo militar que, abusando do poder, reduzia ao silêncio, pelos meios mais ignóbeis, aqueles que ousassem manifestar o pensamento individual ou coletivo. Nesse cenário, em que conflitam formações discursivas e ideológicas, sentidos são gestados e representações da realidade produzidas.

Desse modo, *Veja* se encontra na fronteira entre a imparcialidade jornalística pretendida e o medo da censura que, como cão farejador, persegue e pune aqueles que, implícita ou explicitamente são contrários às ideias do governo. Nessa arena, em que forças antagônicas se cruzam, sentidos são postos em circulação e, outros, silenciados. Na esteira do discurso que fala de intransigência e conflitos desencadeados por um operário que dá *vez e voz* aos oprimidos de uma conjuntura social, sentidos são silenciados e recobertos por aqueles sentidos que podem e devem circular socialmente.

Falar sobre Lula, bem como de suas façanhas políticas, com as próprias palavras do regime político em vigor no país, provoca um deslocamento do lugar em que se produz efetivamente o despotismo para outro que é o daquele que luta contra esse despotismo e a

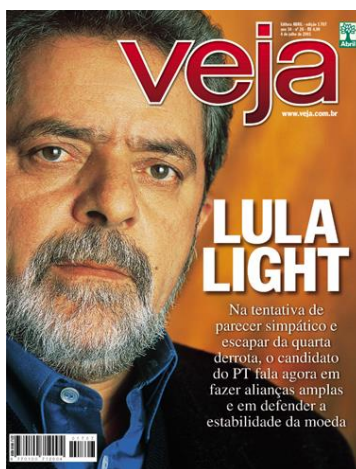
# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

intransigência. Desse modo, ao dar centralidade e destaque a Lula e representá-lo como o terrorista da história, a revista *Veja* faz com que os efeitos de sentido deslizem e recaiam sobre os dominados numa tentativa de encobrir a ação perversa dos dominadores. A construção da representação de Luís Inácio Lula da Silva não se dá fora das lutas ideológicas que se travam nas malhas históricas; antes, essa representação é gestada no seio mesmo dessas malhas e, nelas, tem seus fios tecidos.

Nas próximas capas analisadas, veremos como os efeitos de sentido – que agora se inscrevem numa outra matriz, porque outra é a FD que domina – constroem uma representação diversa de Lula.

Capa 3. Campanha presidencial



Fonte: Arquivos da Revista Veja (www.veja.com.br)

A cena nacional de publicação dessa edição de *Veja* não é mais aquela dos tempos da Ditadura Militar. Após sangrentos embates entre os estudantes e a polícia, manifestações populares – em 1984, cerca de 500 mil pessoas foram a um comício na Candelária e 1,7 milhão foram ao vale do Anhangabaú em São Paulo -, bem como intervenções públicas dos partidos políticos que culminaram na luta por eleições diretas para eleger os governantes do país, o regime militar cai e dá lugar à democracia. Nos anos posteriores à ditadura, jornais e revistas voltam a circular sem medo da censura, as universidades produzem conhecimento longe das coerções ideológicas do governo e o direito de eleger aquele que representará o

# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

povo através do voto direto é assegurado ao cidadão brasileiro. É nesse contexto de liberdade de expressão que essa capa de *Veja* é publicada.

Após sucessivas derrotas nas eleições que compreendem os anos de 1989, 1994 e 1998, Lula volta a se candidatar nas eleições de 2002. A capa dessa revista foi publicada em julho de 2001, em plena preparação para a campanha política.

O *design* das capas de *Veja* que datam dos anos que, a partir de agora, serão objetos de análise tornam-se mais modernas e isso se deve ao auxílio das ferramentas tecnológicas que dispõem de múltiplas funções. Auxiliado por essas novas ferramentas, o editor pode alterar textos, imagens e a disposição dos elementos na capa. Novos elementos são acrescentados à capa (endereço eletrônico, código de barra e *slogan* da editora) a fim de corresponder às novas exigências de um mercado que se torna mais competitivo e exigente. As cores aparecem mais vivas e as imagens têm mais espaço, de modo que os recursos utilizados para atrair a atenção do consumidor são mais sofisticados que aqueles do século passado, porque reúnem diferentes elementos visuais como fotos de arquivo, cores, desenhos etc.

Nessa capa de *Veja*, que data de 4 de julho de 2001, a foto de Lula é localizada no lado esquerdo da capa e o lado direito é dedicado ao enunciado *LULA LIGHT*, que vem acompanhado de uma chamada: *Na tentativa de parecer simpático e escapar da quarta derrota, o candidato do PT fala agora em fazer alianças amplas e em defender a estabilidade da moeda*. Na parte superior da capa, identificamos a logomarca *Veja* em um tom vermelho que sofre uma gradação do mais escuro para o mais claro e vem contornada por um filete branco. Acima da letra *a* da logomarca, encontramos a editora, a edição, o preço e a data de publicação e, abaixo, o site da revista. Numa posição diagonal à letra *a* da logomarca foi colocado o *slogan* da editora *Abril*. No canto inferior esquerdo da capa, localizamos o código de barras. Todos esses elementos se encontram sobre um fundo amarelo que apresenta tons distintos que dão a impressão de um movimento ondular.

A capa de *Veja* é produzida em condições de produção nas quais o leitor se encontra no meio de um redemoinho de opiniões que se formam por ocasião da campanha eleitoral e que, por sua vez, procura, nesse emaranhado de opiniões, construir seu ponto de vista e amadurecer sua decisão política. Assim, a capa, tal como foi construída, atende às necessidades de um leitor que, naquele momento histórico, assume a posição de eleitor ansioso por demarcar seu lugar político. Para atender esse leitor, o sujeito se utiliza de estratégias visuais, linguísticas e discursivas que facilitam o acesso do leitor à informação que procura. Nessa capa, aparece uma frase de efeito, poucas imagens (apenas uma fotografia) e um pequeno texto – elementos diretamente vinculados à reportagem de capa. É uma cena montada para um leitor que dispõe de pouco tempo, tem interesses específicos e se encontra nos trilhos de um processo político.

O sujeito, em seu gesto de interpretação, mobiliza o enunciado *Lula light*, que funciona como um efeito de memória, pois se inscreve numa rede de sentidos que afeta sua significação. O enunciado, em suas relações interdiscursivas constitutivas, aponta para outro discurso que é aquele das indústrias de produtos alimentícios que produzem alimentos sem gordura e açúcar e, assim fazendo, garantem a manutenção da saúde ou de um padrão de beleza. Nesse acontecimento discursivo, temos um efeito de

pré-construído – elemento constitutivo do interdiscursivo – o construto teórico através do qual a FD, concebida como um domínio de saber fechado, relaciona-se com seu exterior<sup>XXIV</sup>.



# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

Através do efeito de pré-construído, o sujeito traz, para seu discurso, outros sentidos, como aqueles formulados em outra FD que é aquela dos produtos voltados ao emagrecimento. Nessa direção, *light* (leve) assume efeitos de sentido diferentes que se encontram intrinsecamente relacionados às suas condições de produção e às FDs nas quais se inscreve: despreocupação, tranquilidade, sem *stress*, que não incomoda etc. Esses sentidos têm uma intrínseca relação com o uso coloquial que o termo *light* foi assumindo em diferentes condições de produção, de maneira que, pouco a pouco, se afastou de um sentido literal e correntemente usado pela indústria de alimentos e derivou em outros sentidos, conforme a FD na qual figurava. Esses sentidos atribuídos, agora, à figura de Lula, candidato pela quarta vez à presidência da República do Brasil, produz efeitos de sentido que o deslocam de uma posição, anteriormente construída, de intransigente, inflexível, teimoso, para outra que o desenha como pacífico, flexível e disposto às alianças e manobras políticas mais impensadas em se tratando de um candidato da esquerda. Esse deslocamento de sentidos é possível porque mudaram as FDs nas quais os discursos sobre Lula se inscreviam. No discurso produzido nessa capa, uma outra representação de Lula começa a ser tecida, porque outra é a FD na qual o enunciado se inscreve. De um Lula intransigente, chegamos a um Lula cordial e disposto ao diálogo para garantir a vitória nas urnas. Nesse sentido, a fotografia da capa, que não é mais aquela que exprime fúria e autoritarismo, entra na rede de produção de sentidos e passa a constituir o sujeito que se quer representado. Assim, para reforçar o efeito de sentido produzido pelo enunciado *Lula light*, o enunciador seleciona uma fotografia que apresenta traços de um Lula amigável.

Na próxima capa, temos uma edição especial da revista *Veja*, cujos artigos versam sobre a vitória de Lula nas eleições de 2002 e exploram sua origem pobre e suas lutas à frente dos movimentos sociais e políticos.

Capa 5. Eleição Presidencial de Lula



Fonte: Arquivos da Revista Veja ([www.veja.com.br](http://www.veja.com.br))

A capa 5 é uma edição especial de *Veja* e traz diversas reportagens sobre a vida e a história política de Lula e do PT. A razão para esse dossiê publicado em uma edição especial de *Veja* é a vitória de Luís Inácio Lula da Silva nas eleições de 2002. No topo da capa, temos

# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

o enunciado *O primeiro presidente de origem popular* em amarelo e, logo abaixo, a logomarca *Veja* em azul (que sofre uma gradação do mais escuro para o mais claro), torneada por um filete branco e sobre as letras *v* e *e* passa uma tarja em amarelo que anuncia *Reportagem especial* em preto. Acima da letra *a*, consta a editora (Abril), a edição (1775), preço e data de publicação (30 de outubro de 2002) e, abaixo, o site da revista ([www.veja.com.br](http://www.veja.com.br)). No centro, a foto de Lula que, sorrindo, segura a bandeira do Brasil. Do lado esquerdo, o enunciado: *Seu desafio: retomar o crescimento e corrigir as injustiças sociais sem colocar em risco as conquistas da era FHC*. Sobre a bandeira, na parte inferior e centralizado, aparece o enunciado em maiúscula e destacado: *Triunfo histórico*. No canto direito, inferior, encontramos a logomarca da editora Abril e, do mesmo lado, sobre a bandeira, identificamos *Luís Inácio Lula da Silva, 57 anos*. O código de barras aparece no lado esquerdo da capa. Todos esses elementos são colocados sobre um fundo azul que aparece em um movimento gradativo de tonalidade que vai do mais claro, partindo do centro da capa, para o mais escuro.

As cores usadas pelo sujeito do discurso na construção da capa conferem uma impressão de misticismo que dá à cena um aspecto bastante peculiar de aparição miraculosa. Diferentemente das *Capas 1, 2 e 3*, que apresentam um fundo preto e cores pesadas, densas e quentes, a *capa 5* traz cores amenas, alegres, que convergem para a construção de uma cena que vai ao encontro do sujeito-eleitor no sentido de comemorar com ele a vitória nas urnas do seu candidato. É uma capa festiva que traduz vitória mediante uma atitude contumaz e uma força de vontade inabalável.

No enunciado *O primeiro presidente de origem popular*, o sujeito remete à origem de Lula e ativa na memória do leitor essa história do presidente que é pontilhada de necessidades não atendidas e condições limitadas. A partir desse primeiro enunciado, temos os primeiros sentidos que participam da construção de uma representação de Lula, que é identificado com o menino pobre e cercado de *déficits* que acompanharam sua trajetória. Na reportagem<sup>XXV</sup> que a revista traz, lemos que meninos pobres como Lula não nascem no Brasil para serem presidentes e vemos uma foto que traz como legenda *Lula aos 3 anos. Sandálias emprestadas pelo fotógrafo*. Delineia-se, na *capa 5*, a construção de um sujeito íntegro e vencedor por ter superado todo tipo de preconceito e limitação para chegar ao posto máximo da atividade política. Nessa mesma reportagem, Lula é comparado a Machado de Assis, que, não obstante às limitações físicas e sociais que pesavam sobre ele, tornou-se o maior escritor brasileiro. Dos fios discursivos que se lançam na construção de uma representação, faz-se um herói.

A cena se amplia e o olhar do leitor se depara com a imagem sorridente de Lula, que, de paletó, gravata e cabelos e barba feitos, segura, num gesto triunfal, a bandeira do Brasil. Na bandeira que se abre, as palavras *Ordem e progresso* são encobertas pelo enunciado *Triunfo histórico* que se sobrepõe. As mãos que seguram a bandeira não são aquelas que, no passado, traduziam uma intransigência que precisava ser contida e combatida, porque vinda de um agitador político. Nessa nova cena política, Lula representa o triunfo de uma ideia e, desse modo, a identificação com a imagem do herói que luta contra todas as mazelas e injustiças é reforçada e uma outra representação de Lula é construída.

Nesse espaço de produção de sentidos, onde cores, imagens, perspectivas e enunciados participam da construção de um discurso sobre a vitória de Lula nas eleições 2001, temos um enunciado um pouco mais longo que diz: *Seu desafio: retomar o crescimento e corrigir as injustiças sociais sem colocar em risco as conquistas da era FHC*. Como todo herói, Lula terá desafios a enfrentar e o maior deles é retomar o crescimento, ou seja, dar continuidade ao que vinha sendo desenvolvido no governo de Fernando Henrique Cardoso (FHC). Assim, aquele

# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

sujeito que parece se inscrever numa FD que reconhece a trajetória e a conquista de Lula após tantos percalços, logo se vê identificado com outra FD que enaltece as conquistas do governo de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e reduz o protagonismo de Lula, candidato da esquerda, a retomar e continuar aquilo que foi iniciado pelo candidato da direita. E a pista que nos permite esse gesto de leitura é o uso da preposição *sem*, que aponta aquilo que, do governo de direita, Lula deve conservar. Assim, na materialidade linguística, é possível ler sentidos que deslizam e desembocam em outros, conforme Pêcheux afirma:

todo enunciado, toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico-sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar à interpretação<sup>XXVI</sup>.

Nesse sentido, ao lermos *retomar o crescimento e sem colocar em risco as conquistas da era FHC*, interpretamos que esse discurso favorece e coloca como centrais os triunfos do governo anterior que Lula não poderá colocar em risco sob pena de ser punido pelos eleitores que lhe deram um voto de confiança. Assim, o discurso de *Veja*, nessa capa, parece positivo em relação a Lula, mas, quando submetido a uma interpretação que não trabalha com a transparência do sentido, e sim com o discurso em sua contradição constitutiva, conclui-se que, mais uma vez, a revista constrói uma identidade de Lula que o desqualifica a fim de favorecer o suposto desenvolvimento trazido pela direita que representa a perspectiva político-ideológica da revista *Veja*.

Nas capas de *Veja* analisadas nesse trabalho, podemos percorrer a trajetória linguístico-histórica dos sentidos sobre Lula. Assim, a representação do ex-presidente do Brasil é construída por um discurso que ora o faz fracassado e marcado pelo autoritarismo e ora o faz vencedor e obstinado, embora derive para outros sentidos. Desse modo, através de estratégias discursivas que isentam a revista de responsabilidade pelo que diz, *Veja* afeta a opinião pública ao produzir sentidos e representações de Lula que passam a circular socialmente e constituir o imaginário dos leitores.

## Considerações finais

O acesso à realidade – que foi objeto de desejo de tantos filósofos – não é possível diretamente, pois a realidade é construída e não há como atingi-la sem passar pela linguagem que a constitui; ou seja, o acesso à realidade é mediado pelo discurso que a constrói e erige. Não existe uma realidade genuína e isenta das representações do imaginário que se materializam no discurso que, por sua vez, é afetado pela história.

Desse modo, o que há são versões da realidade porque diferentes são os discursos que a engendram e diferentes são as relações dos sujeitos com esses discursos. Partindo desse princípio, adentramos as malhas do discurso sobre Luís Inácio Lula da Silva produzido nas capas de *Veja* para analisar sentidos construídos e postos em circulação sobre Lula e compreender como um objeto simbólico significa num jogo contínuo que envolve a língua, a história e a ideologia na produção de representações sociais. Convencidos de que o trabalho de interpretação sobre as capas de *Veja* que foram analisadas não se esgota aqui, elaboramos essa conclusão sem a intenção de colocar um ponto final, pois o ponto de vista não cria apenas o objeto, mas também a interpretação que se faz desse objeto. Novos olhares, certamente, atentarão para aspectos não contemplados e abordados nesta análise.

Dos resultados obtidos, concluímos que os discursos produzidos sobre Lula no decorrer de sua carreira como operário e líder sindical e, depois, como político eleito

# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

presidente do Brasil, contribuíram para a construção de representações que são forjadas pela mídia jornalística que legitima o seu próprio discurso a partir de outros discursos legitimados socialmente e, desse modo, cria um efeito de verdade que é supostamente assumido pelos leitores da revista. Assim sendo, há tantas leituras de Lula quantas forem as interpretações produzidas por *Veja* e colocadas em circulação. Ademais, longe de manter uma atitude isenta de posicionamentos político-ideológicos, a análise permitiu que encontrássemos, ali, onde o jornalismo diz haver imparcialidade, pistas que conduzem a posicionamentos e defesas de bandeiras ideológicas por parte da revista.

## Notas

<sup>I</sup> Professor do Instituto Federal de Alagoas – IFAL e doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade Católica de Pernambuco – UNICAP.

<sup>II</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de financiamento 001.

<sup>III</sup> ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. São Paulo: Pontes, 1999.

<sup>IV</sup> FERREIRA, Maria Cristina Leandro. *Nas trilhas do discurso: a propósito de leitura, sentido, interpretação*. In: *A leitura e os leitores*. ORLANDI, Eni Puccineli (Org.). São Paulo: Pontes, 1998.

<sup>V</sup> ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. São Paulo: Pontes, 1999.

<sup>VI</sup> ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. São Paulo: Pontes, 1999.

<sup>VII</sup> ORLANDI, Eni. *Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos*. São Paulo: Pontes, 2001.

<sup>VIII</sup> PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso*. Campinas: Ed. da Unicamp, 2014.

<sup>IX</sup> PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso*. Campinas: Ed. da Unicamp, 2014.

<sup>X</sup> ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. São Paulo: Pontes, 1999.

<sup>XI</sup> ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. São Paulo: Pontes, 1999.

<sup>XII</sup> ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. São Paulo: Pontes, 1999.

<sup>XIII</sup> PÊCHEUX, Michel. *O Discurso: estrutura ou acontecimento*. 3ª ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 2002.

<sup>XIV</sup> ORLANDI, Eni. *Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos*. São Paulo: Pontes, 2001.

<sup>XV</sup> PÊCHEUX, Michel. *O Discurso: estrutura ou acontecimento*. 3ª ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 2002.

<sup>XVI</sup> ORLANDI, Eni. *Eu, tu, ele: discurso e real da história*. 2. Ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2017.

<sup>XVII</sup> PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso*. Campinas: Ed. da Unicamp, 2014.

<sup>XVIII</sup> GREGOLIN, Maria do Rosário. *Formação discursiva, redes de memória e trajetos sociais de sentido: mídia e produção de identidades*. Revista Comunicação Mídia e Discurso. Vol. 4, n. 11, 2007. Disponível em: <http://www.uems.br/padadi/rosario.html>.

<sup>XIX</sup> GREGOLIN, Maria do Rosário. *Formação discursiva, redes de memória e trajetos sociais de sentido: mídia e produção de identidades*. Revista Comunicação Mídia e Discurso. Vol. 4, n. 11, 2007. Disponível em: <http://www.uems.br/padadi/rosario.html>

<sup>XX</sup> ORLANDI, Eni. *Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos*. São Paulo: Pontes, 2001.

<sup>XXI</sup> ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. São Paulo: Pontes, 1999.

<sup>XXII</sup> INDURSKY, Freda. *A fala dos quartéis e as outras vozes*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.

<sup>XXIII</sup> PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso*. Campinas: Ed. da Unicamp, 2014.

<sup>XXIV</sup> INDURSKY, Freda. *A fala dos quartéis e as outras vozes*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.

<sup>XXV</sup> DOSSIÊ. *Revista Veja*. Edição especial. São Paulo: Abril, 2002. Disponível em <https://veja.abril.com.br/edicoes-veja/>

<sup>XXVI</sup> PÊCHEUX, Michel. *O Discurso: estrutura ou acontecimento*. 3ª ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 2002.

## Referências bibliográficas

DOSSIÊ. *Revista Veja*. Edição especial. São Paulo: Abril, 2002. Disponível em <https://veja.abril.com.br/edicoes-veja/>

# DISCURSO E MÍDIA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE LULA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

LUCIANO TAVEIRA DE AZEVEDO

---

GREGOLIN, Maria do Rosário. Formação discursiva, redes de memória e trajetos sociais de sentido: mídia e produção de identidades. Revista Comunicação Mídia e Discurso. Vol. 4, n. 11, 2007. Disponível em: <http://www.uems.br/padadi/rosario.html>.

INDURSKY, Freda. A fala dos quartéis e as outras vozes. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.

ORLANDI, Eni. Análise de Discurso: princípios e procedimentos. São Paulo: Pontes, 1999.

ORLANDI, Eni. Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos. São Paulo: Pontes, 2001.

ORLANDI, Eni. *Eu, tu, ele*: discurso e real da história. 2. Ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2017.

PÊCHEUX, Michel. Semântica e discurso. Campinas: Ed. da Unicamp, 2014.

PÊCHEUX, Michel. O Discurso: estrutura ou acontecimento. 3ª ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 2002.