

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

Luciano Taveira de Azevedo

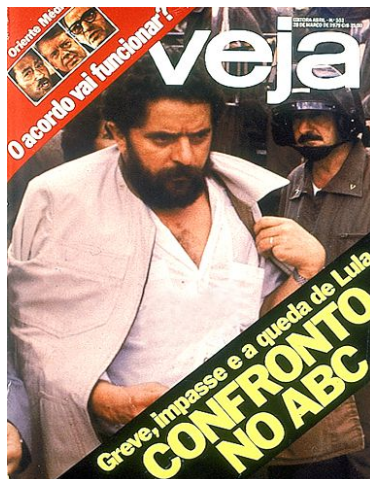
Nesta pesquisa, realizamos uma análise discursiva da construção da identidade de Luís Inácio Lula da Silva nas capas da revista *Veja*. A fim de viabilizar a pesquisa e dar a mesma um caráter científico, buscamos na Análise de Discurso (doravante, AD) de linha francesa o arcabouço teórico-metodológico necessário a esse fim.

A interpretação, na perspectiva da AD, requer a mobilização de dispositivos teóricos que permitem ao analista encaminhar sua análise mediado por esses dispositivos que parametrizam a leitura da discursividade, ou seja, autorizam a leitura dos embates ideológicos, da dispersão dos sentidos e dos sujeitos e do contraditório que constitui todo discurso. Num primeiro movimento da construção desse dispositivo de análise, elegemos as condições de produção, interdiscurso e formação discursiva.

Por condições de produção, Orlandi (1999, p. 30) considera que há condições de produção em sentido estrito e amplo. A autora entende as condições de produção em sentido estrito como as circunstâncias da enunciação, ou seja, o lugar de onde o sujeito enuncia e, em sentido amplo, seria o contexto ideológico e sócio-histórico. 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 (1999, p. 31) afirma que “o interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada”. Por fim, discorramos um pouco sobre a formação discursiva (doravante, FD), 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 e que vem sofrendo reformulações constantemente no campo da AD, mas ainda se mostra bastante produtivo uma vez que permite ao analista estabelecer regularidades no funcionamento discursivo, bem como possibilita que compreenda a relação dos sentidos com a ideologia.

Como objeto de pesquisa, temos o discurso produzido em três capas da revista *Veja*. A construção e análise do *corpus* da presente investigação reivindicou uma metodologia qualitativa de cunho dedutivo e diacrônico dado o caráter do objeto. Feitas essas considerações, segue a análise das capas de *Veja*:

## CAPA 1



O ano de publicação da capa acima é 1979. Nesse ano, o último governante do período da Ditadura, 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 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. 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 (28/03/1979) e preço. A imagem no discurso de capa da *Veja* é construído 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 mão masculina, 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.

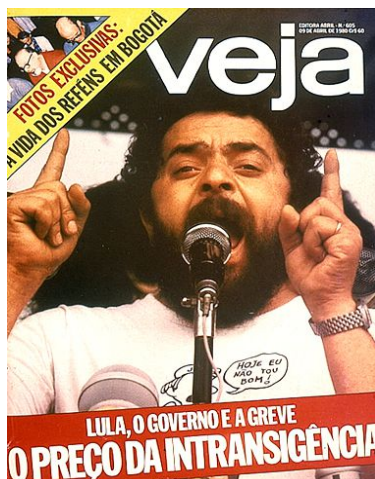
O enunciador, *Veja*, parece querer enfatizar por meio de recursos visuais e linguísticos, que funcionam como estratégias discursivas, a carga dramática da situação. Em perspectiva policrômica, o tom pesado das cores que constituem o não-verbal, bem como o verbal, evidenciam essa preocupação dos editores em acentuar o drama vivenciado por Lula, líder sindical e um dos mentores da greve dos metalúrgicos. A posição 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 sofre (re)significações

operadas pelo ler e pelo ver discursivos. Assim, a cabeça inclinada, a testa franzida e a mão que segura o casaco como que querendo levá-lo ao rosto para se cobrir remete à imagem, por associação, da prisão de delinquentes quando conduzidos pela polícia e, desse modo, a memória discursiva e as construções imaginárias são acionadas quando da leitura desse enunciado imagético. 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 imagem-memória-imaginário, os efeitos de sentido ganham espessura e se mostram. 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 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.

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 imagem de um líder dos operários que fracassou na sua empreitada de subverter a ordem estabelecida pela Ditadura Militar: regime que impingiu aos meios de comunicação a censura e o silêncio sob os quais a revista *Veja* não quer se encontrar. 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. A metáfora da “queda” associada à 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 criam efeitos de sentido que modelam representações que se acomodam no imaginário do sujeito leitor.

Nessa rede de sentidos produzidos pelo verbal e não verbal e que fala de balbúrdia, conflito, embate, malogro, subversão etc, discursos são produzidos e representações são delineadas. O sujeito leitor não mantém uma relação direta com o texto lido, mas mediada por essas representações construídas pelos sentidos estabilizados e por aqueles que deslizam e passam a significar em outro lugar discursivo.

## CAPA 2



Na capa da edição 605 de *Veja*, no ano de 1980, temos no centro a figura de Lula enquadrada por duas tarjas: uma, na parte superior da capa, em cor amarela e forma triangular, traz o enunciado FOTOS EXCLUSIVAS (em vermelho): A VIDA DOS REFÊNS EM BOGOTÁ (em preto). Acima desses enunciados, fotos daqueles feitos refêns em Bogotá; a outra, na parte inferior da capa, em cor vermelha, carrega a inscrição LULA, O GOVERNO E A GREVE – O PREÇO DA INTRASIGÊNCIA (em cor branca).

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 dá a impressão de tratar-se de um discurso proferido de uma estrutura (palanque). Os dedos erguidos parecem denotar autoridade e veemência. Acima da sua cabeça, localizamos a logomarca *Veja*, assim como editora (Abril), edição (605), data de publicação (09/4/1980) 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 330.000, segundo os sindicatos envolvidos no movimento ou 205.000, 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 no 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, a reportagem de *Veja* diz que Lula distribuiu pequenos goles de cachaça '51' entre os integrantes do seu estado-maior acampados no sindicato dos metalúrgicos de São Bernardo.

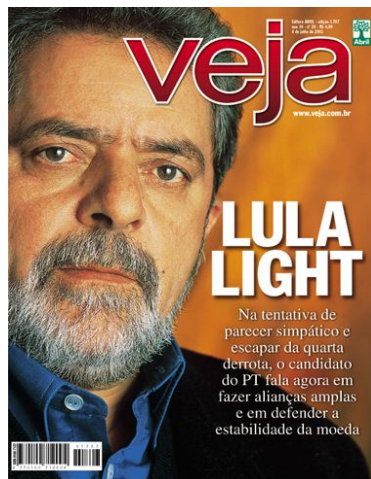
Os empresários não aceitaram a proposta apresentada pelo líder do movimento e, na manhã de quinta-feira, 40.000 operários reunidos em assembleia aprovaram a continuação do movimento grevista.

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 e, aqui, cabe uma 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 falamos 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 outras por não atenderem 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 sujeito do discurso. Ele não tem controle sobre isso, porque não é origem do que diz nem dos sentidos que produz ao enunciar.

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 espremê-lo, mas dão centralidade, como se estivesse para entrar em cena. Seu rosto é focado, trazido para primeiro plano e 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 altiva 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 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 E 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 sua(s) identidade(s) construída(s) 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 nas quais se constituíram para outras FDs e, desse modo, na arena discursiva, são estabelecidos confrontos de sentidos que têm efeitos diferentes nos leitores, porque diferentes são suas histórias de leitura e vivências.

### CAPA 3



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.

O sujeito chama para a construção das condições de produção uma frase de efeito LULA LIGHT que funciona como um enunciado, pois se relaciona com elementos extralinguísticos que afetam sua significação. O sujeito traz para esse discurso, outro discurso que é aquele das indústrias de produtos alimentícios que produzem alimentos sem gordura e açúcar e, assim fazendo, garantem a manutenção de um padrão de beleza sócio-historicamente construído. Nesse acontecimento discursivo, temos um efeito de “preconstruído – elemento constitutivo do interdiscursivo – o construto teórico através do qual a FD, concebida como um domínio de saber fechado, relaciona-se com seu exterior” (INDURSKY, 1997:34). Através do efeito de pré-construído, o enunciador traz para seu discurso uma outra voz discursiva formulada em outro lugar. Mas, ao sentido fixado pelo dicionário: leve (Longman, 2002, p. 211), outros sentidos são atribuídos, seja pela mídia, seja pelos falantes. Assim sendo, a palavra LIGHT assume efeitos de sentido diferentes e que estão diretamente relacionados às suas condições de produção e às FDs onde se inscrevem, de modo que pode receber significações possíveis: flexibilidade, despreocupação, tranquilidade, desestressado, que não incomoda etc. No enunciado, LULA LIGHT, o sentido da palavra inglesa LIGHT, aproxima-se desses últimos citados. Esse deslize de sentido aplicado, 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 tranquilo, pacífico e flexível. Nesse novo discurso sobre Lula, uma nova representação começa a ser desenhada e o lugar desse sujeito que é construído discursivamente pela *Veja* é deslocado.

Dos resultados obtidos, concluímos que os discursos produzidos sobre Lula no decorrer de sua carreira como operário e líder sindical e, depois, como político, contribuíram para a construção de identidades que são construídas 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 assumido pelos leitores da revista. Assim sendo, há tantas leituras de Lula quantas forem as representações 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” político-ideológicas por parte da revista.

## REFERÊNCIAS

- INDURSKY, Freda. *A fala dos quartéis e as outras vozes*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.
- LONGMAN. Dicionário escolar para estudantes brasileiros. Longman, 2002.
- ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. São Paulo: Pontes, 1999
- ORLANDI, Eni. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. Campinas: ed. da Unicamp, 1997.
- PÊCHEUX, Michel. *O Discurso: estrutura ou acontecimento*. 3. ed. São Paulo: Pontes, 2002.
- SOUZA, Aureci de Fátima da C. *O percurso dos sentidos sobre a beleza através dos séculos: uma análise discursiva*. Dissertação. (Mestrado em Linguística) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, 2004.