



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS – CAMPUS VI
LICENCIATURA EM LETRAS / LÍNGUA PORTUGUESA E LITERATURAS

Cléia Rosa de Souza

**AS FACES SÍGNICAS DE LULA EM CAPAS DAS REVISTAS *VEJA* E
*ISTOÉ***

Caetité
2018

Cléia Rosa de Souza

**AS FACES SÍGNICAS DE LULA EM CAPAS DAS REVISTAS *VEJA E
ISTOÉ***

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC –
apresentado à Universidade do Estado da
Bahia – UNEB – como requisito parcial para a
obtenção do grau de Licenciada em Letras
Vernáculas.

Orientadora: Dr^a. Mirian Ribeiro de Oliveira

Caetité

2018

Cléia Rosa de Souza

**AS FACES SÍGNICAS DE LULA EM CAPAS DAS REVISTAS VEJA E
ISTOÉ**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC –
apresentado à Universidade do Estado da
Bahia – UNEB – como requisito parcial para a
obtenção do grau de Licenciada em Letras
Vernáculas.

Orientadora: Dr^a. Mirian Ribeiro de Oliveira

Aprovado em 02/02/2018

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Mirian Ribeiro de Oliveira
Universidade do Estado da Bahia
Orientadora

Prof^a. Dr^a. Esmeralda Guimarães Meira
Universidade do Estado da Bahia
Examinadora

Prof^a. Dr^a. Sidnay Fernandes dos Santos
Universidade do Estado da Bahia
Examinadora

Dedico o presente estudo a Deus, Senhor do meu destino, e a minha mãe, Eunice Rosa de Jesus, mulher guerreira, que se manteve presente nesta caminhada, sem a qual nada disso seria possível.

AGRADECIMENTOS

Agradeço

Primeiramente a Deus, pelo dom da vida e por guiar o meu destino, pelas bênçãos e proteção a mim concedidas;

A minha querida orientadora, Mirian Oliveira, por despertar em mim o interesse pela Análise do Discurso, bem como paciência e apoio prestado;

Ao estimado Prof. Edmilson de Senna Moraes, pelas inquietações e questionamentos que me levaram às grandes descobertas;

Aos meus pais, Valdemir e Eunice, meus irmãos Ana, Elízia, Elisandra, Eurides, José, Valdirene e Valdinéia, pelo apoio e carinho ao longo de toda a minha vida e durante essa trajetória de estudos;

As minhas amigas e companheiras, Aline, Leana, Jéssica e Natália, por me ensinarem o valor de uma verdadeira amizade, por compartilharem comigo momentos de angústias e também de conquistas;

A minha querida e estimada turma de Letras 2013.1, pelas experiências e emoções compartilhadas ao longo desses quase 5 anos;

E a todos aqueles que direta ou indiretamente contribuíram de maneira significativa para a realização deste sonho.

RESUMO

O presente estudo busca o campo de saber denominado Análise do Discurso, de orientação francesa. Por uma questão metodológica, recortamos as três fases da vida pública de Luiz Inácio Lula da Silva: sindicalista, presidente e pós-presidente. Visando analisar as representações ideológicas das faces de Lula em capas das revistas *Veja* e *IstoÉ*, de tal modo, entender a relação dos discursos midiáticos e políticos de forma entrelaçada, e como essa relação é importante na formação do sujeito. Trata-se de uma pesquisa de cunho qualitativo, norteado pelo método teórico-analítico. Deste modo, dividimos este estudo da seguinte maneira: no primeiro capítulo, apresentamos uma contextualização sobre o histórico da Análise do Discurso com ênfase nas discussões de Pêcheux (2014). Acrescido a isso, discutimos o caráter do signo, partindo de Saussure (1975) até Pêcheux (2014). Para melhor compreensão das relações de poder nos discursos midiáticos e seus efeitos de sentido nos leitores, discutimos ideologia e sua relação com a cultura da mídia e da identidade dos sujeitos pós-modernos, conforme a ótica de Orlandi (2010), Kellner (2001) e Hall (2006). Por último, apresentamos as considerações finais. Nestas considerações, vimos que os discursos analisados, nas capas das revistas *Veja* e *IstoÉ*, tentam construir no sujeito um signo Lula estereotipado, ao gerar um discurso deturpado e empobrecido acerca da figura política, construída historicamente. Sob este aspecto, a relação entre ideologia, cultura da mídia e a identidade do sujeito pós-moderno está sempre ligada de forma estreita, exercendo grande influência sobre a identidade do sujeito pós-moderno. Percebemos, ainda, que as práticas discursivas atrelam os seus enunciados ao poder e à elite dominante, que privilegiam grupos de direita em detrimento de grupos opositores, como é o caso do ex-presidente.

Palavras-chave: Análise do Discurso. Signo. Lula. Ideologia. Mídia. Identidade.

ABSTRACT

The current study searches the field of knowledge denominated “Discourse Analysis”, from the French orientation. For this methodological question, we divide the three phases of the public life of Luiz Inácio Lula da Silva: a unionist, president and as post-president. Aiming to analyze how ideological representations of Lula's faces, on the covers of magazines *Veja* and *IstoÉ* and, in this way, to understand the relation of media and political discourses and how the subject is questioned, ideologically, by them. It is a qualitative research, guided by the theoretical-analytical method. In this way, we divide this study in the following way: in the first chapter, we present a contextualization about the history of Discourse Analysis with emphasis in the discussions of Pêcheux (2014). Moreover, we discuss the character of the sign, starting from Saussure (1975) to Pêcheux (2014). For a better understanding of the power relations in media discourses and their effects of meaning on readers, we discuss ideology and its relation to media culture and the identity of postmodern subjects, according to Orlandi (2010), Kellner (2001) and Hall (2006). Finally, we present the final considerations. In these considerations, we have seen that the analyzed discourses of the covers of magazines *Veja* and *IstoÉ*, try to construct in the subject a stereotyped sign Lula, generating a depredated and impoverished discourse about the political figure, constructed historically. Under this aspect, the relationship between ideology, media culture, and the identity of the postmodern subject are always closely linked, exerting great influence on the identity of the postmodern subject. We also notice that these discursive practices hitch their statements to power and the ruling elite that privilege groups of the Right to the detriment of opposition groups, as is the case of the ex-president.

Keywords: Discourse Analysis. Sign. Lula. Ideology. Media. Identity.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1. HISTORICIDADE POLÍTICA DA ANÁLISE DE DISCURSO	13
1.1 O DISCURSO EM PÊCHEUX.....	16
2. A TRAJETÓRIA DISCURSIVA DO SIGNO – DE SAUSSURE A PÊCHEUX: RECORTES FUNDAMENTAIS	21
2.1 MARCAS NASCEDOURAS DO SIGNO LULA.....	26
3. IDEOLOGIA	31
3.1 CULTURA DA MÍDIA E IDEOLOGIA.....	39
3.1.2 IDENTIDADE E IDEOLOGIA.....	46
CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
REFERÊNCIAS	59

INTRODUÇÃO

A Análise de Discurso é um campo da Linguística que busca compreender a produção social de sentidos. Para tanto, a ideologia é um dos conceitos mais significativos para entender como os sujeitos pós-modernos, que são aqueles com identidades móveis, abertas, plurais, fragmentadas e descentradas que são formadas e transformadas continuamente em relação a diversas formas que são representadas ou interpeladas nos sistemas culturais que os rodeiam (HALL, 2006). Por isso, prendem-se facilmente às teias discursivas. Desta maneira, interessa ao discurso o contexto social em que os textos foram escritos. Dentro desta realidade, há um deslocamento da identidade fixa do indivíduo para a noção de sujeitos atravessados pela história. Neste viés, podemos dizer que, atualmente, a mídia é um dos espaços mais requisitados como objeto de análises do discurso. Uma vez que as identidades dos sujeitos pós-modernos se constituem baseadas nos discursos midiáticos.

Assim, esta pesquisa surge da necessidade de estudar as faces sógnicas de Lula, através da representatividade deste signo¹ em capas das revistas *Veja* e *IstoÉ*, por meio do campo de saber denominado Análise do Discurso, de orientação francesa, doravante AD. Nesta, a linguagem verbal e não-verbal e as materialidades discursivas apresentam a pluralidade e a heterogeneidade da noção de texto, possuindo uma interdiscursividade que merece ser estudada.

O interesse em estudar o sujeito Lula justifica-se pela admiração de uma trajetória de luta de um homem pobre, nordestino, sem grandes oportunidades de formação universitária, ter conseguido, na sua quarta tentativa, se tornar presidente da República do Brasil. Ele teve uma vida política intensa até galgar a Presidência, em 2003, iniciando sua vida pública em 1969, ao tornar-se sindicalista. No ano de 1980 fundou o PT (Partido dos Trabalhadores), apoiado por intelectuais e trabalhadores, considerado na época um partido de esquerda. Sua primeira candidatura à Presidência da República ocorreu no ano de 1989, candidatando-se, também, sem sucesso, nos anos de 1994 e 1998. No entanto, só foi eleito em 2002 e, devido à sua grande popularidade, foi reeleito em 2006. E, ainda, nos dias atuais, é idolatrado por grande parte da população como o melhor presidente dos últimos tempos.

¹ As concepções de signo referentes a Lula neste trabalho dizem respeito a materialidades verbais e não-verbais contidas nas revistas *Veja* e *IstoÉ* analisadas.

Sabendo que nas relações sociais contemporâneas os meios de comunicação de massa se tornam grandes elementos para compreender os engendramentos do cenário político brasileiro, pensados pela mídia, numa tentativa de preestabelecer uma ideologia dominante, bem como relações de poder que possam direcionar politicamente o sujeito pós-moderno, produzindo nele diferentes efeitos de sentido, contribuindo para a (des) construção das suas identidades. Deste modo, a mídia constitui a história do tempo presente através da memória discursiva, que coloca em circulação os discursos no meio social e sustenta todas as posições sócio-históricas e ideológica dos sujeitos, funcionando como um jogo entre o passado e o presente, que permite conhecer os acontecimentos e com que os sentidos sejam construídos e a forma que eles são interpretados. As revistas *Veja* e *IstoÉ*, por exemplo, fazem uso de textos verbais e não-verbais carregados de fatos históricos que tendem a um movimento de identificação com um discurso imaginário, representado por imagens carregadas de ideologia. Com base nesta assertiva, surge a seguinte questão: como são representadas as faces sígnicas de Lula em capas das revistas *Veja* e *IstoÉ*?

Desse questionamento poderiam surgir inúmeros pressupostos de direcionamentos à pesquisa, todavia, como todo estudo científico carece de recorte, esta pesquisa parte da hipótese de que a cultura da mídia tem interferência direta na nossa vida social ao preestabelecer ideologias e estereótipos. No signo Lula, as representações de suas faces em algumas capas das revistas *Veja* e *IstoÉ* são construídas sob efeito negativo.

Dessa maneira, esta pesquisa objetiva analisar as representações ideológicas do signo Lula nas capas das revistas *Veja* e *IstoÉ*, para compreender a relação dos discursos midiáticos e políticos, como uma relação importante na formação do sujeito. O interesse em estudar as capas de revistas está no fato de os signos verbais e não-verbais, a exemplo da fotografia, capturarem um fragmento de um determinado tempo, sendo, portanto, atravessados pela memória, e criar a noção de efeito do real. Então, é por meio da AD que é possível entender a relação de discurso e memória das revistas, bem como a sua influência na identidade política.

Nesse sentido, considerando a necessidade de um recorte metodológico associado à teoria a que se submete esta pesquisa, recortamos fragmentos das capas das revistas supracitadas, considerando seis capas: três da *Veja* (1979, 2005 e 2016) e três da *IstoÉ* (1978, 2009 e 2017) – isto porque elas nos oferecem o suporte necessário para compreendermos o tratamento que a cultura midiática tem oferecido

ao sujeito Lula durante os períodos em que Lula atuou no sindicato, na Presidência e, agora, na pós-Presidência. Sob este aspecto, observamos as materialidades linguísticas e discursivas que evidenciam pistas de um discurso ideológico, carregado de atravessamentos políticos e, portanto, históricos, existentes nas referidas discursividades.

Lembramos, ainda, que o campo de saber a que estamos submetidos tem como referência de pesquisa o cunho qualitativo, norteado pelo método teórico-analítico. Tal como afirma Orlandi (2010), a Análise de Discurso tem como ponto de partida compreender como um objeto simbólico produz sentidos; isso se faz pela configuração do *corpus*, que é formado através de recortes, ao passo que se inicia o trabalho de análise – daí, a relação intrínseca entre teoria e análise. Todavia, cabe ao analista encontrar no texto as interpretações ligadas à história. Para isso, ele passa pela superfície linguística (texto) para seu objeto discursivo e, por fim, para o processo discursivo. Por meio dessas etapas, observam-se os efeitos da língua na ideologia, bem como sua materialização na língua.

O pesquisador apreende a historicidade do texto, trabalhando com os aspectos que são formados os discursos, mesmo que estes não apareçam de maneira explícita. Por isso, cabe ao analista investigar as formações históricas e sociais que compõem o texto e os enunciados (ORLANDI, 2010). Em outras palavras, a AD possui procedimentos próprios, concepções bem delineadas que atendem a cada caso específico de análise dos seus objetos simbólicos. Dessa forma, as materialidades linguística e discursiva serão analisadas no decorrer do texto, ou seja, junto ao arcabouço teórico, visando a não separação entre a teoria e a prática.

Para dar corpo a esta pesquisa, além desta Introdução e as Considerações Finais, o estudo conta com três capítulos: no primeiro, apresentamos uma contextualização sobre o histórico da Análise do Discurso com ênfase nas discussões em Pêcheux (2014), Henry (1997), Maldidier (1997/2003) e Orlandi (2010). Ressaltamos que, como se trata da AD, a categoria Discurso, sob o olhar pècheuxtiano, não poderia ficar à margem das discussões.

No segundo, discutimos o caráter do signo, partindo de Saussure até os dias atuais; sucintamente, falamos do signo para Saussure para evidenciar o seu nascedouro até os estudos de Pêcheux. Tendo como base a AD, a proposta é apresentar uma retrospectiva histórica do signo ao discurso. Para tanto, o CLG (1975) foi de grande importância, bem como as fundamentações teóricas de Araújo (2004) e

Pêcheux (1997/2014). Apresentamos, ainda, as marcas nascedouras do signo Lula, fazendo uma abordagem sobre sua trajetória, que vai desde o seu nascimento até sua história pública.

Por último, tratamos dos conceitos de ideologia para entender sua presença na AD. Na oportunidade, ainda fazemos uma abordagem sobre a relação existente entre a cultura da mídia/ideologia e identidade/ideologia para entender como as respectivas revistas constroem uma identidade ideológica de Lula. Essas discussões têm como aporte teórico os estudos de Chauí (2004), Zizek (1996), Hall (2006), Hall; Silva; Woodward (2014), Kellner (2001), Orlandi (2010), Pêcheux (2014) e Sodré (2010).

Sintetizando, podemos dizer que esta pesquisa se pauta em três grandes concepções: a historicidade da AD, considerando de maneira elementar o discurso em Pêcheux; a tessitura do signo e as concepções de ideologia, dando ênfase na relação entre ideologia/cultura da mídia e identidade/ideologia. Queremos, pois, entender como a mídia (especificamente as capas das revistas *Veja* e *IstoÉ* – dois dos mais vendidos veículos de comunicação no país, com grande tiragem –, por meio da representação ideológica do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva) exerce influência também sobre a identidade política brasileira.

1- HISTORICIDADE POLÍTICA DA ANÁLISE DO DISCURSO

Neste capítulo discutimos o surgimento da Análise de Discurso, destacando seus principais precursores, bem como os seus desdobramentos teórico-metodológicos até se consolidar enquanto disciplina.

O primeiro estudioso a propor a teoria da AD na França foi o filósofo Michel Pêcheux, no final dos anos 1960. Henry (1997) postula que, inicialmente, tal autor publica duas obras sob o pseudônimo Thomas Herbert, sendo elas: *Réflexions sur la Situation Théorique de Sciences Sociales, Spécialmente de la Psychologie Sociale* (1966) e *Remarques pour Unethéorie Générale des Idéologies* (1968). Nestas publicações ele já defende a não separação da ciência tipicamente pura das Ciências Sociais, uma vez que nenhuma forma de conhecimento está livre da ação da ideologia.

Até então, o Estruturalismo estava no seu apogeu, sendo desenvolvido a partir das reflexões de Ferdinand Saussure sobre a língua, fazendo da Linguística a “mãe” de todas as Ciências Sociais, atrelada ao método sincrônico de análise. A Linguística ganhou autonomia e cientificidade, sua metodologia descritiva passa a ser usada também fora das Ciências Sociais. Os seus conhecimentos e métodos linguísticos foram transferidos para outros campos sem passarem pelas reelaborações fundamentais (HENRY, 1997).

Este estudioso ainda acrescenta que na França o Estruturalismo se tornou a (principal) filosofia das “ciências do homem” ou “ciências humanas”, ou seja, aquela que explicava a diferença existente entre as ciências. Os estruturalistas acreditavam fielmente na ideia de que as “ciências do homem” ou as “ciências humanas” serviriam de base para renovar o Humanismo. Deste modo,

O Estruturalismo francês fez da Linguística a ciência-piloto, os estruturalistas tentaram definir seus métodos tendo como referência a Linguística, tendo também transferido todo um conjunto de conceitos linguísticos para quase todos os domínios das ciências humanas e ‘sociais’. Os estruturalistas identificaram cultura e linguagem de tal modo que toda a análise de qualquer fato devia tomar forma de análise linguística ou qualquer coisa similar (Semiologia, Semiótica). (HENRY, 1997, p.27).

O Estruturalismo francês ganhou grande proporção, tornando-se referência em quase todos os campos das Ciências Humanas e Sociais. Entretanto, percebemos

que essa perspectiva de ensino resultou num reducionismo linguístico ao tentar especificar todos os pontos de vista possíveis, sob uma perspectiva explicativa (HENRY, 1997).

Diante dessa concepção eminentemente descritiva, surgiram na França movimentos sociais e intelectuais, em 1968, que tiveram participação de grandes estudiosos, como: Althusser, Pêcheux, Derrida, Foucault e Lacan. Estes estudiosos desenvolviam estudos que intencionavam evidenciar a linguagem como ferramenta elementar de sentidos, retirando-a da forma restrita e reducionista em que fora inscrita pelos grandes nomes da época estrutural. Os estudos sobre a relação entre ideologia, sociedade e linguagem deram uma nova cara ao Estruturalismo europeu – o impacto foi tão grande que muitos daqueles que provocaram mudanças passaram a ser chamados de Pós-Estruturalistas. Tornaram-se importantes na reformulação dos estudos das academias, criados pelos formalistas e empíricos durante o Estruturalismo.

Dentre aqueles estudiosos, Pêcheux ganhou destaque por explicar que “a prática tradicional da Filosofia, em particular no que tange às ciências, está desprovida de sentido ou é, no mínimo, um fracasso” (HENRY, 1997, p.18). Com a publicação do seu livro *Análise Automática do Discurso* (AAD, 1969), Michel Pêcheux deixa claro o seu objetivo em romper definitivamente com a problemática dominante das Ciências Sociais, pois acreditava que elas precisavam de uma Linguística própria que abordasse o seu sentido constitutivo e a relação com a exterioridade com a linguagem. Mas, para considerar essa relação exterior entre língua/linguagem, era preciso desestabilizar as estruturas rígidas dentro da Linguística (HENRY,1997). Somente assim a linguagem serviria aos propósitos das Ciências Sociais.

Conforme Orlandi (2010), para dar sustentação à sua teoria, Pêcheux se baseia na reformulação de três eixos do conhecimento: Linguística, Materialismo Histórico, por Althusser a partir da sua releitura de Marx; e Psicanálise, reformulada por Lacan, através do seu retorno a Freud. Seus estudos trouxeram abordagens diferentes ao pensar a Ciência da Linguagem, mostrando que as discussões sobre língua e linguagem divergiam entre si. Neste sentido, a autora constata que:

Se a Análise do Discurso é herdeira das três regiões do conhecimento – Psicanálise, Linguística, Marxismo – não o é modo servil e trabalha uma noção – a de discurso – que não se reduz ao objeto da Linguística, nem se deixa absorver pela Teoria Marxista e tampouco corresponde ao que teoriza a Psicanálise. Interroga a Linguística pela historicidade que ela deixa de lado, questiona o Materialismo perguntando pelo simbólico e se demarca da Psicanálise pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele (ORLANDI, 2010, p.20).

Através dessas três concepções de conhecimento, a AD, torna-se disciplina e oferece um novo recorte de estudo, o discurso. Considerada uma das mais completas formas de estudo, ao teorizar, pesquisar sobre a noção de texto de maneira mais ampla, abrangendo os discursos neles contidos, atentando, assim, para sua formação sócio-histórica, por conseguinte, as ideológicas que compõem o texto.

Em se tratando da historicidade da AD, outro estudioso que merece ser mencionado é Jean Dubbois. Sendo linguista, ele elege a AD em substituição da subjetividade do leitor através do aparelho da gramática, rompendo também com o campo literário. Deste modo, ele colocou a AD no terreno dos grandes textos políticos de tradição francesa. Colocando-a dentro de um *continuum*, isto é, a passagem do estudo das palavras (Lexicologia) para o estudo dos enunciados (Análise do Discurso), avanço este permitido pela Linguística (MALDIDIÉ, 1997).

Esses dois estudiosos são considerados precursores da AD de linha francesa. E, ao criarem essa nova disciplina, eles deram ao ensino novas possibilidades de interpretação, através da junção do método linguístico e material. Assim, segundo Orlandi (2010), a AD surge para discutir a relação da linguagem com a sua exterioridade, estudando a sua prática por meio dos discursos que é a base da produção da existência humana. Neste viés, Henry destaca que:

A linguagem (ou jogo, ou a ordem do signo, ou o discurso) não é mais entendida como uma origem, ou como algo que encobre uma verdade independentemente dela própria, mas exterior a qualquer falante, o que define precisamente a posição do sujeito, de todo sujeito possível. (HENRY, 1997, p.29).

A linguagem não é mais vista como um sistema de regras formais para os estudos discursivos, seu objeto tem maior abrangência que os estudos linguísticos, uma vez que envolve os aspectos socioculturais na composição do texto.

O sujeito é trazido para o centro da discussão. Mas não se trata de qualquer sujeito, e sim aquele “sujeito do inconsciente, da linguagem” que é interpelado pela ideologia. Nos referimos ao sujeito descentrado, que é constituído e atravessado pela linguagem (BRASIL, 2011).

Nesta linha de pensamento, a AD nunca será um mero instrumento para uma simples explicação de textos ou aplicação de uma teoria. O discurso torna-se contraditório para essa disciplina de entremeio (ORLANDI, 2010), uma vez que a língua tem uma relativa autonomia para a entrada da materialidade do discurso. Portanto, notamos que a AD surge para provocar rompimentos que geram desconfortos para alguns e fascínio para outros, derrubando as estruturas fixas, consolidando-se de maneira permanente enquanto disciplina.

1.1 O DISCURSO EM MICHEL PÊCHEUX

Em se tratando de AD, não podemos deixar de fora as discussões sobre a formação do discurso em Michel Pêcheux, uma vez que ele é o principal responsável pela criação dessa disciplina. Assim, Henry (1997) diz que pensar o discurso em Pêcheux é pensar em política, em enunciado político, pois ele acredita que este é capaz de transformar as relações sociais recriando as demandas sociais.

Sendo filósofo, Pêcheux constitui seu pensamento filosófico sobre a linguagem, entendendo como a prática se relaciona com outras práticas. Neste sentido, a AD surge como uma ruptura teórica no campo ideológico das Ciências Sociais, e “o discurso e Análise do Discurso como um lugar preciso onde é possível intervir teoricamente (a teoria do discurso)” (HENRY, 1997, p.25).

O discurso na teoria pêcheutiana instaura-se como um lugar que estabelece a relação entre a língua e a História:

Trata-se de construir uma teoria do discurso articulada a uma teoria das ideologias no quadro do Materialismo histórico. A novidade dessa construção reside no fato de que ela trabalha um nível discursivo que, por não confundir o discurso com a língua, não funde tampouco a língua na ideologia. (MALDIDIER, 2003, p.5).

Ele é construído a partir das ideologias contidas nos discursos históricos, que têm como ponto de partida:

Uma reflexão sobre a língua (e a Linguística) e um aprofundamento do trabalho então conduzido por Althusser sobre a instância ideológica e a interpelação do sujeito pela ideologia (cf. o artigo publicado em *La Pensée* sobre os Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE), em junho de 1970). Do lado da língua, é preciso lembrar que o conceito de discurso nasce, ao mesmo tempo, da análise do recobrimento do corte saussuriano 'língua/fala', pelo qual há um retorno triunfante do subjetivismo, e da crítica às semânticas da língua e de suas pretensões universalizantes. As críticas de Michel Pêcheux desenham uma concepção da língua que não a confunde absolutamente com uma superestrutura, mas que a compreende como a base sobre a qual se desenvolvem os processos discursivo-ideológicos, como o sistema que resiste tanto às investidas da lógica quanto da pragmática. Resolutamente saussuriano desde o princípio, Pêcheux ainda está nessa época surdo em relação a Benveniste, que lhe parece redobrar em sua teoria da enunciação as ilusões subjetivas do sujeito. A cena da enunciação então para Pêcheux parece ser somente uma cena imaginária. Do lado da ideologia, a teoria do discurso representa uma maneira de experimentar a teoria de Althusser na materialidade linguageira. (MALDIDIÉ, 2003, p.5-6).

Pêcheux cria sua teoria discursiva, fazendo uma reflexão sobre a língua, baseando-se nos trabalhos de Althusser sobre a interpelação do sujeito pela ideologia. Ao mesmo tempo em que faz um recobrimento das concepções saussurianas sobre língua/fala, acreditando que os processos discursivos-ideológicos não resistem nem à lógica nem à pragmática.

Seguindo essa linha de raciocínio, os discursos em Pêcheux são construídos em diferentes universos culturais e se desenvolvem de forma heterogênea em sociedades e regiões, ou seja, são por meio dos ambientes culturais que os indivíduos reproduzem o seu discurso (DANTAS, 2007). E, pensando em resolver esse problema dos enunciados no discurso, Pêcheux – acompanhando a renovação de instrumentos do discurso, provocados por ele mesmo e por outros estudiosos como Foucault (1997) – atraiu para sua teoria o conceito de *formação discursiva, categoria foucaultiana*.

No caso em que se puder, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos), diremos por convenção que se trata de uma *formação discursiva* (PÊCHEUX, 1995, p.43 *apud* DANTAS, 2007, p.52-53).

A *formação discursiva* explica os sistemas culturais de cada falante, que em sua heterogeneidade funcionará como um lugar suscetível de conflitos, indefinições e transformações, representando no discurso as formações ideológicas (DANTAS, 2007).

O conceito de *formações ideológicas*, por sua vez, foi criado por Michel Pêcheux como um elemento formado por um conjunto de atitudes e representações que não são nem individuais nem universais, contudo, se relacionam a posições de classe e é capaz de intervir nos conflitos entre as diferentes forças que compõem uma dada conjuntura ideológica de uma formação social. Assim, as *formações discursivas* interferem nas *formações ideológicas* enquanto componentes que determinam aquilo que deve ser dito, a partir de uma relação de lugares de um aparelho ideológico e que se manifesta numa relação de classes (PÊCHEUX, 2014). Nesta percepção, percebemos que Pêcheux, embasado pelos estudos althusserianos, concebe a ideologia como elemento primordial para o desenvolvimento das *formações discursivas* nos diferentes ambientes culturais.

Assim, Orlandi (2010) afirma que a Análise de Discurso tem como um dos seus pontos chave - ressignificar a noção de ideologia - a partir da consideração da linguagem. Sendo o fato de que não existe sentido sem interpretação, que a ideologia se manifesta. Somando a isso, a obrigatoriedade que o homem tem de interpretar diante de qualquer objeto simbólico, evidencia que o sentido sempre esteve lá. Pois, a ideologia neutraliza os fatos discursivos, tanto no que diz respeito na relação com o histórico quanto no simbólico, criando assim uma noção de sujeito ideologicamente constituído, aquele que naturaliza os fatos do discurso numa unidade de sentido. Ela ainda postula que:

A ideologia faz parte, ou melhor, é a condição para a constituição do sujeito e dos sentidos. O indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia para que se produza o dizer [...]. [M. Pêcheux] diz que sua característica comum é a de dissimular sua existência no interior de seu próprio funcionamento, produzindo um tecido de evidências 'subjetivas', entendendo-se 'subjetivas' não como 'que afetam o sujeito' mas, mais fortemente, como 'nas quais se constitui o sujeito'. [...] (ORLANDI, 2010, p. 46).

A ideologia é responsável pela transformação do indivíduo em sujeito e do sentido. A ideologia funciona como estruturas-funcionamentos que produz evidências como o sujeito é constituído e não como ele é afetado pela ideologia. Por conseguinte,

há uma relação intrínseca entre sujeito e ideologia ou vice-versa. Segundo Dantas, o sujeito se constitui de três modos:

- a) Pela evidência do sujeito: o processo de interpelação-identificação que produz o sujeito no lugar deixado vazio pelo indivíduo;
- b) Pela constitutividade do sujeito de direito, que se dá por uma reduplicação entre sujeito ideológico e as normas sociais que identificam e constataam o sujeito numa posição social;
- c) E pelos desvios linguísticos (caráter material das palavras e dos enunciados), que dizem o que todos querem dizer (universalismo linguístico) e mascaram evidência sob a máscara de transparência da linguagem. (PECHEUX, 1988 *apud* DANTAS, 2007, p. 65-66).

Para Dantas (2007), o sujeito ideológico é resultado de duas evidências: o efeito de que o que ele diz é dele mesmo, isto é, ele é fonte do que diz, e o efeito daquilo que ele fala tem um sentido ou significa o que quer dizer, criando, assim, a ilusão de que a linguagem é transparente. Essa interpelação do indivíduo em sujeito se concretiza pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina, sendo essa identificação a fundadora da unidade (imaginária) do sujeito, apoiando-se em elementos discursivos já existentes, que constituem os traços daquilo que os determina e são reescritos no discurso do próprio sujeito (PÊCHEUX, 2014).

Neste sentido, o discurso está composto de paradoxos na sua construção, que chega a conceber no processo conceitual do conhecimento a determinação do real (PÊCHEUX, 2014) baseando-se em três conceitos elementares: o interdiscurso, o pré-construído e o intradiscurso.

O interdiscurso é definido como o discurso constituído a partir de dados discursivos já existentes. O pré-construído é uma alternativa ao conceito de pressuposição, isto é, sob o ponto de vista lógico refere-se à imperfeição das línguas naturais e sua relação com o referente: muitas construções sintáticas pressupõem a existência de um referente independente do sujeito. Já o intradiscurso corresponde ao fio do discurso, ao qual cabe um encaixamento empírico na sequência textual e o seu conceito está ligado intrinsecamente com interdiscurso, definido pela relação em que a presença do não-dito atravessa o já dito de modo que não seja identificado (MALDIDIER, 2003).

Deste modo, os processos discursivos são formados por leis internas, imbricados na língua, e por isso não podem ser considerados mera expressão de pensamento. Pêcheux (2014, p. 82) afirma que “discursividade não é a fala (parole)”,

como defendia Saussure. Ela é a maneira individual “concreta” de apropriar da “abstração” da língua. E seus efeitos de sentido possuem traços históricos, que são neutralizados pela ideologia.

Os processos discursivos e seus efeitos de sentidos só são possíveis de serem estudados por meio da AD, na qual “a língua é assim condição de possibilidade do discurso” (ORLANDI, 2010, p. 22), já que o discurso é entendido como uma produção social que tem como base material a língua, abrangendo aquilo que contempla o seu exterior, ou seja, aquilo que está inscrito na história. Dessa maneira, para o analista, o seu objeto é o discurso, sendo objeto histórico-ideológico o *corpus* para a sua análise.

Com base nas exposições acima, percebemos que o texto passa a ser entendido por suas condições de produção e seus efeitos de sentido sobre os sujeitos históricos. Segundo Orlandi (2010, p.21), “as relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos mais múltiplos e variados. Daí, a definição de discurso: discurso é efeito de sentidos entre locutores”.

Para finalizar essa reflexão sobre discurso, vale ressaltar a inter-relação teórica sobre a língua/linguagem para a sua compreensão dos estudos discursivos. Acrescido a isso, trazemos as considerações feitas por Malidier (1993), que Michel Pêcheux cria uma máquina discursiva, na qual ele tenta “sustentar tudo”. Sob a dominação da ideologia dominante e do interdiscurso, que se forma o sentido da *formação discursiva*, em que o sujeito desconhece o seu assujeitamento à ideologia, se colocando como dono de seu discurso e constituinte de seu sentido. Entretanto, ele reconhece que a fantasia da totalidade é atravessada pela sua inquietude e o remorso teórico vai se alimentar daquilo que sucede de uma conjuntura.

2- A TRAJETÓRIA DISCURSIVA DO SIGNO – DE SAUSSURE A PÊCHEUX: RECORTES FUNDAMENTAIS

Tratando-se dos princípios basilares deste estudo, faz-se necessária uma abordagem sobre a evolução do signo, partindo dos estudos estruturalistas saussurianos até a perspectiva discursiva de Michel Pêcheux.

Ferdinand Saussure é considerado o pai da Linguística moderna do Século XX e o precursor do Estruturalismo. No entanto, suas ideias só ficaram conhecidas em 1916, através do célebre *Curso de Linguística Geral* (doravante CLG), obra publicada postumamente por dois de seus discípulos: Charles Bally e Albert Sechehaye.

O CLG mostra os conceitos fundamentais do modelo teórico estruturalista, no qual Saussure propõe uma comunicação por meio das regras de uma determinada gramática, isto é, como as peças de um jogo, bem como suas possibilidades de movimento e a maneira que elas estão organizadas e distribuídas no jogo. Neste viés, a língua é entendida como uma estrutura e a linguagem, na visão estruturalista, tem como princípio:

Que a língua deve ser estudada em si e por si mesma. É o que chamamos de estudo imanente da língua, o que significa dizer que toda preocupação extralinguística precisa ser abandonada, uma vez que a estrutura da língua deve ser descrita apenas a partir de suas relações internas. (MARTELOTTA, 2011, p.115, grifos do autor).

O Estruturalismo previa o estudo das relações internas da língua, excluindo a sua relação externa com o sistema linguístico. Percebemos, assim, que o Saussure do CLG cria dicotomias ou oposições em seus métodos de ensino. Dentre as dicotomias, estão: a langue/parole (língua/fala), sincronia/diacronia, significante/significado, entre outras. Neste estudo, destacamos as dualidades entre língua e fala (langue/parole) e significante e significado para entendermos a relação dos estudos internos da língua na formação do signo linguístico.

Do ponto de vista saussuriano, a língua ganha um caráter social e a fala, individual. A oposição entre língua/fala está no fato de que a língua não é uma função de cada falante, mas algo que existe socialmente; independentemente do planejamento ou expressão de uma ideia, o indivíduo não pode modificá-la. Então, ele se apropria da língua como regra de todas as diferentes manifestações da linguagem,

distinguindo-as da seguinte maneira: “enquanto a linguagem é heterogênea, a língua assim delimitada é de natureza homogênea” (SAUSSURE, 1975, p.23). A língua apresenta um corte sincrônico, pois é um sistema de signos que só ganha sentido através da linguagem.

Saussure concebe a língua como um sistema de signos que passa a ser a unidade constituinte do sistema linguístico, composto por significante e significado. O significante ficou conhecido como uma imagem acústica ou representação da palavra virtual, enquanto fato da língua virtual, já que a fala é totalmente excluída dessa realidade. Já o significado trata-se do conceito que representa um sentido arbitrário ao significante (MARTELOTTA, 2011).

O signo passa a ser designado dentro do sistema linguístico por meio da associação entre conceito e imagem acústica. Daí, surge a noção de arbitrariedade do signo linguístico, pois não existe relação entre o conceito e a imagem acústica. Araújo (2004) destaca que, para Saussure, o signo, além de arbitrário, é convencional, já que o referente não conta para compreender o funcionamento dos signos. A autora ainda postula que:

A referência fica fora da linguagem, uma vez que para a linguagem contam apenas às relações intrassignificas. O que tem duas consequências, sendo a primeira produtiva, pois, como veremos, falar é relacionar signos entre si, e não signos com a realidade. A segunda consequência é mais problemática: a Linguística Estrutural é constrangida a abandonar o problema da referência para preservar o caráter científico da própria linguística. (ARAÚJO, 2004, p.28).

A referência é algo que inexistente para a Linguística Estrutural saussuriana. Seu objetivo maior é entender as estruturas internas do signo, deixando de fora a sua relação com a realidade. Neste sentido:

O corte saussureano exclui o referente, o mundo, o sujeito, a história. A Semântica de nosso século vem procurando repor estes aspectos no seu objeto. O corte saussureano exclui e dá o quadro de pertinência para o excluído. A questão é como incluí-lo. E isto só pode se dar a partir deste mesmo corte, que, ao formular-se, escapa da hipótese de que a língua expressa o pensamento, pois o signo de Saussure (lembrar o conceito de valor) não admite um pensamento noutro lugar que se expresse pela linguagem. (GUIMARÃES, 2005, p.20 *apud* OLIVEIRA, 2010, p.130).

Ao menosprezar a fala, Saussure exclui a noção de sujeito e sua relação com a história e o mundo, estabelecendo a língua como expressão social, em detrimento à fala. Ele deixa de fora a relação da língua com seu meio cultural; por consequência, a diversidade existente dentro de uma mesma língua (OLIVEIRA, 2010).

No intervalo de tempo que vai do Estruturalismo saussuriano ao discurso, muitos estudiosos marcaram a Linguística no Século XX, contribuindo para a evolução e supremacia dos estudos linguísticos. Aqui, destacamos apenas nomes mais relevantes para tal avanço nos estudos, que, mesmo tendo como base o modelo saussuriano, contudo, procuraram romper com o problema da referência. Ainda no âmbito da Linguística, podemos citar o francês Émile Benveniste, que teve suas ideias conhecidas por criar o mecanismo da enunciação. Ele cria a noção de referência a partir do deslocamento do isolamento do signo, incluído no quadro de enunciação – funcionamento dialógico da língua.

O signo passa a ser compreendido como representante daquilo que é real – para isso, muda-se a noção de indivíduo para sujeito, que se constrói a partir do outro. Daí, Benveniste elabora sua descrição sobre o sistema da língua. Em sua concepção, a língua passa a configurar o “*aparelho formal da enunciação*, responsável pelas formas que permitem a colocação de todo o sistema em funcionamento” (GONÇALVES, 2002, p.32), na qual, o eixo central da referência da enunciação está nos indicadores (ou teoria dos pronomes pessoais), que resulta em torno do eixo enunciativo – eu-tu – num contexto estritamente enunciativo.

Os estudos sobre o signo e a referência passam a serem estudados dentro da concepção Semântica, pelo francês Michel Bréal. Considerado o pai da Semântica francesa do final do Século XIX, rompendo com as considerações filosóficas ao estabelecer uma autonomia dos significados. Para ele, a referência está entre o “nome” e a “coisa”, em que o referente provoca no falante uma consciência que é levada pelo quesito lexical, grosso modo, é através do item lexical que o falante adquire totalidade das ideias ligadas ao referente, por isso, o referente está expresso no nome.

Já o norte-americano Charles Peirce estuda a inclusão da referência através da Semiótica que é mostrada sob uma visão pragmática. Segundo Bougnoux (2000), citado por Araújo (2004, p.46-47), Peirce cria um esquema triangular. Diferentemente de Saussure, sua concepção de signo é baseada na ação ou influência, que supõe a cooperação de três sujeitos – o signo, seu objeto e seu interpretante, mais essa

semelhança de influência ou suposição deve abranger esses três níveis, não apenas dois. Ainda, conforme esta autora, para Peirce a lógica é a ciência dos signos. Ele defende que não existe pensamento sem a linguagem, critica a noção de sujeito como *cogito* ou mente, evita o reducionismo dos estudos estruturalistas, ampliando a noção de linguagem para além da verbal, e mostra a inter-relação das múltiplas funções entre a gramática, a lógica e a retórica. Por fim, informa que a constituição da realidade da ação humana se concretiza pela relação entre linguagem/pensamento.

Os estudos acerca do signo, chega à Análise do Discurso Francesa com um sentido mais preciso que não se confunde com os demais, denominado por Michel Pêcheux de “discurso”. Ao buscar entender como são formados os discursos, Pêcheux cria uma nova perspectiva para o signo, que, numa dada situação discursiva, a linguagem levará em conta os aspectos sociais e culturais que a compuseram. Assim, o falante não precisa indicar uma descrição verdadeira para referente, pois, como indica Brown e Yule (1983) citados por Araújo (2004, p.206), “o conceito que interessa à Análise do Discurso não é o da correta (verdadeira) referência, mas o da referência bem-sucedida”, que se processa quando o ouvinte compreende a mensagem, intencionada pelo falante, tendo como base a expressão referencial usada no discurso. Neste enfoque, Araújo faz a seguinte constatação:

[...]. É preciso ir do signo ao discurso, quer dizer trocar a importância decisiva do fator discursivo, que o significado de algum signo ou de um enunciado depende do uso, que o usuário age pela linguagem e que é pela linguagem que o mundo se torna significativo, podendo ser modificado, conhecido, utilizado, constatado. Somente nesta perspectiva é que se pode dar conta do papel da referência e, portanto, compreender melhor a questão da relação palavra/mundo. (ARAÚJO, 2004, p.263).

A questão da referência só consegue ser resolvida através do discurso, que o significado de algum signo ou enunciado vai depender do seu uso, vai ser por meio da linguagem que conhecemos melhor o mundo, que pode ser modificado, conhecido, etc. Somente assim, que é possível dar conta do verdadeiro papel da referência bem como a relação entre palavra/mundo.

Por isso, diferentemente de Saussure, que tem como objeto a língua como sistema, Pêcheux traz à tona para os estudos discursivos aquilo que é externo e estruturante à língua. Há um deslocamento da dicotomia língua/fala para

língua/discurso, tornando a exterioridade da língua como parte do objeto analítico de estudo. Logo:

A língua é pensada por Saussure como um objeto científico homogêneo (pertencente à região do 'semiológico'), cuja especificidade se estabelece sobre duas exclusões teóricas:
 - a exclusão da *fala* no inacessível da ciência linguística;
 - a exclusão das *instituições 'não semiológicas'* para fora da zona de pertinência da ciência linguística. (PÊCHEUX, 1997, p.71, grifos do autor).

A língua, na visão saussuriana, é vista de forma homogênea e Pêcheux, como precursor da AD francesa, quer se desfazer dessa homogeneização. O mesmo Pêcheux (2014) afirma que a Análise do Discurso, sendo ramo da Linguística que abrange a história dos processos ideológicos e científicos, também é integrante das Ciências Sociais. Deste modo, ele procura dar à língua um caráter mais amplo que leve em consideração a relação com meio sociocultural, em que os enunciados são produzidos.

O sistema da *língua* é, de fato, o mesmo para o materialista e para o idealista, para o revolucionário e para o reacionário, para aquele que se dispõe de um conhecimento dado e para aquele que não dispõe desse conhecimento. Entretanto, não se pode concluir, a partir disso, que esses diversos personagens tenham o mesmo *discurso*: a língua se apresenta, assim, como *base* comum de *processos* discursivos diferenciados [...]. (PÊCHEUX, 2014, p.81, grifos do autor).

A Análise do Discurso traz novas formas de estudos para a linguagem, um estudo mais abrangente sobre o assunto em que o sujeito passa também a ser estudado na interpelação da ideologia existente nos textos. Nessa perspectiva, é evidente que, para a AD:

O sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição etc. não existe 'em si mesmo' (isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante), mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (isto é, reproduzidas)" [...]. (PÊCHEUX, 2014, p.146).

Na visão pecheuxtiana, o discurso é algo reproduzido pelos seus interlocutores, que se tornam "sujeitos" da ideologia contida no processo sócio-histórico que estão

inseridos. Nesse sentido, a língua passa a ser marcada pela sua heterogeneidade, os fatos linguísticos passam a ser estudados na sua exterioridade, sendo a base dos estudos discursivos.

Esta retrospectiva histórica sobre o percurso do signo ao discurso nos comprova que o significado de um signo ou de um enunciado depende do seu contexto. Só assim podemos perceber o papel da referência para compreender melhor a relação entre palavra e mundo, uma vez que:

[...] É um mundo permeado de signos, interpretado por signos, e semiotizado pela (s) linguagem (ns) que os homens agem, discutem, argumentam, valoram. Os discursos são não apenas portadores da significação, mas produtores de verdade, saber, poder, e, ao mesmo tempo, tema de discussão, objeto de disputa. Fazemos muita coisa com a linguagem, referir é apenas uma possibilidade entre outras. (ARAÚJO, 2004, p.276).

Vivemos num mundo rodeado de signos, em que os discursos nada mais são do que questionamentos, e não conclusões, uma ciência que não procura ter razão, mas dar razão. Temos, portanto, uma infinidade de coisas para fazer com a linguagem, e questionar é sempre o melhor caminho.

2.1 MARCAS NASCEDOURAS DO SIGNO LULA

Antes de entender como Luiz Inácio Lula da Silva se transformou em uma das principais faces sîgnicas a estampar as capas de revistas do Brasil, convém discorrer, mesmo que de maneira breve, a sua biografia, desde sua infância humilde, perpassando por sua vida sindicalista, sua luta política até à Presidência da República². Visando a uma melhor compreensão a respeito do signo e a não separação entre a teoria e a prática, na oportunidade, faremos uma análise de uma capa da *Veja*, publicada em 1978, com uma fotografia de Lula, quando era sindicalista.

Luiz Inácio Lula da Silva, vulgo Lula, nasceu em 27 de outubro de 1945, em Caetés, situado na cidade de Garanhuns, Pernambuco. Ele é o sétimo dos oito filhos de Aristides Inácio da Silva e Eurídice Ferreira de Mello.

² As informações aqui elencadas sobre a vida do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva foram retiradas da Site da Presidência da República (Endereço eletrônico). Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/biografia-periodo-presidencial>. Acesso em: 10/10/2017.

Em dezembro de 1952, aos sete anos de idade, junto com sua mãe e seus irmãos, migrou da sua cidade natal para o litoral paulista, viagem que durou 13 dias num “pau de arara”. Em São Paulo, passou a residir em Vicente de Carvalho, bairro pobre do Guarujá. Foi alfabetizado no Grupo Escolar Marcílio Dias.

Em 1956, após a separação dos seus pais, muda-se com sua mãe e seus irmãos para São Paulo, indo morar num único cômodo, nos fundos de um bar, no bairro de Ipiranga. Aos 12 anos de idade, Lula consegue seu primeiro emprego numa tinturaria. Também trabalhou como engraxate e office-boy.

Aos 14 anos, conclui o ginásio e começa a trabalhar nos Armazéns Columbia, sendo seu primeiro emprego de carteira assinada. Depois de ter se transferido para a Fábrica de Parafusos Marte, consegue ser admitido no curso de torneiro mecânico oferecido pelo Senai - Serviço Nacional da Indústria. O curso teve duração de três anos e Lula se tornou metalúrgico. Com apenas 17 anos de idade, trabalhando em uma metalúrgica, no período noturno, Lula perde o dedo mínimo da mão esquerda em uma máquina.

A crise provocada pelo golpe militar de 1964 levou Lula a mudar de emprego, passando por diversas fábricas, até que no ano de 1966 começou a trabalhar nas Indústrias Villares, uma das metalúrgicas mais renomadas no País, localizada em São Bernardo do Campo, no ABC Paulista. Trabalhando ali, Lula começa a ter contato com o movimento sindical, por intermédio do seu irmão José Ferreira da Silva (“Frei Chico”), militante do então clandestino Partido Comunista Brasileiro.

Em 1969, é eleito suplente da nova Diretoria do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema, dando início à sua trajetória de líder sindical. Na eleição seguinte, em 1972, se tornou primeiro-secretário.

No ano de 1975, Lula foi eleito presidente do sindicato com 92 por cento dos votos, e passa a representar mais de 100 mil trabalhadores.

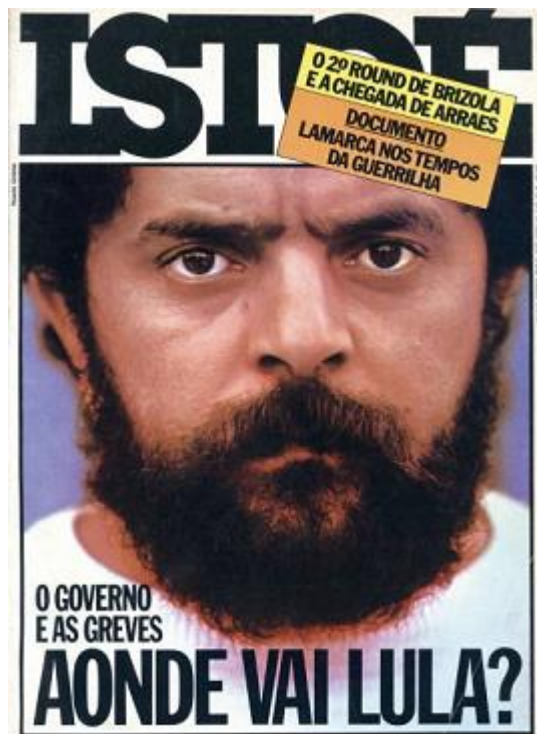
Em 1978, foi reeleito presidente do sindicato. Naquele mesmo período, o Brasil volta a enfrentar as paralisações, após dez anos sem greve.

Essas mobilizações tiveram várias fases, com início em maio de 1978. As paralisações tiveram início em São Bernardo do Campo, onde mais de 3 mil metalúrgicos da montadora de caminhões Scania se recusaram a trabalhar. As greves naquela época eram proibidas, mas as paralisações, não. Por isso, a greve do ABC paulista foi organizada dentro do banheiro da fábrica. Sete meses depois, o governo contabilizava 429 paralisações em todo o País.

Lula destaca-se como o líder grevista, firmando-se como maior nome da oposição no cenário político brasileiro. E, naquela época, ele passa a ter seu rosto estampado nas principais revistas do Brasil, por defender a classe proletária dos desmandos da ditadura.

Após conhecermos um pouco sobre a vida de Lula, citamos a revista *IstoÉ* de 18 de setembro de 1978, quando Lula ainda era líder sindicalista.

Figura 1



Fonte: *IstoÉ On-line* (1978). Disponível em: <https://istoe.com.br/as-greves-que-mudaram-o-brasil/>. Extraído em: 06/03/2017.

O discurso de Pêcheux inscreve a linguagem, tanto na Filosofia como na Linguística, enquanto ferramenta de análise social, não mais de cunho descritivo ou tampouco abstrato: é muito mais que isso, tendo em vista que os signos se inscrevem e são produzidos em condições históricas e ideológicas. Esta foi a primeira capa que Lula teve a sua face estampada em uma revista nacional. Isso se deve ao fato de seu destaque como líder sindicalista nos movimentos grevistas do ABC Paulista. Ele organizou inúmeras paralisações em todo o país e exigia, junto aos trabalhadores, melhores salários e qualidade de vida.

Nesta capa (figura 1), as materialidades são produzidas em meio a conflitos, tensões antagônicas que evidenciam o nascimento de signo que se instaura como combativo, guerreiro – todavia, longe dos padrões preestabelecidos pela sociedade vigente. A ideologia inscrita nesse discurso midiático produz efeitos de sentidos de um

sujeito Lula desleixado com sua aparência, ao pensar num líder para o país: um Lula que carrega traços preconceituosos – barba, cabelo desalinhado – bem distante do que convinha à elite dominante. Pela materialidade discursiva há um signo que destoa da roupagem da sociedade, em relação à política ideológica vigente do sujeito engomado.

O sujeito é interpelado por uma representatividade sígnica focada pelo olhar de alguém revoltado contra as injustiças político-sociais. O olhar que conota uma imagem de uma pessoa destemida, inegociável. Surge aí o signo Lula, um sujeito tão destemido quanto suas atitudes. No entanto, esse sujeito provoca rupturas com greves, paralisações, o causador de transtornos sociais. Por isso, o discurso desta capa leva o leitor interpelado pela ideologia do medo. Lula: um provocador de guerras entre patrão e empregado, um causador de desordem nacional.

Com a manchete: “O governo e as greves: Aonde vai Lula?” A revista *IstoÉ* almeja evidenciar o surgimento de um signo que está provocando a desestabilização dos empresários, patrões, empresas etc. A ideologia inscrita no discurso midiático leva o sujeito leitor a uma representatividade sígnica que precisa ser evitada – aquele que luta por melhores condições trabalhistas – e o torna o causador do caos brasileiro. O “Aonde vai Lula?” produz um efeito de sentido de que o sujeito sindicalista Lula quer ir a algum lugar ou, possivelmente, tem interesse na política brasileira. Desperta, também, a ideologia de prosseguir adiante – que, por outro lado, também evoca o “vamos pará-lo enquanto é tempo”, pois não cabe nos moldes do político brasileiro. Instaura-se um signo ideológico que precisa ser banido, nocauteado, enquanto é tempo. E a mídia torna-se um dos principais mecanismos ideológicos, cumpridora desse papel.

Retornando à trajetória histórica de Lula, em março de 1979, 170 mil metalúrgicos deixam suas atividades no ABC Paulista.

No dia 10 de fevereiro de 1980, ele fundou o Partido dos Trabalhadores (PT), contando com o apoio de sindicalistas, intelectuais, políticos e alguns representantes dos movimentos sociais. Devido à nova greve dos metalúrgicos e à intervenção do Governo Federal no sindicato, no dia 19 de abril de 1980 Lula foi preso juntamente a outros chefes sindicais, ficando 31 dias detido no Dops paulista.

Em 1982, Lula foi candidato a governador de São Paulo, mas não foi eleito. Em agosto de 1983, participou da fundação da CUT – Central Única dos Trabalhadores. Em 1984, foi um dos líderes da campanha das Diretas-Já para Presidência da

República. Em 1986, conseguiu se eleger como o deputado federal mais votado do Brasil, para a Assembleia Constituinte.

No ano de 1989, após 29 anos sem eleições diretas, Lula se candidatou ao cargo de presidente da República. Contudo, perdeu a disputa para Fernando Collor de Mello, então governador de Alagoas, no segundo turno, por uma pequena diferença de votos. Dois anos mais tarde, Lula liderou uma mobilização nacional contra a corrupção que culminou no *impeachment* do então presidente Fernando Collor, que se autointitulava “Caçador de Marajás”. Nos anos de 1994 e 1998, Lula voltou a se candidatar a presidente da República, sendo derrotado por Fernando Henrique Cardoso em ambas as vezes.

Em 2002, especificamente, na última semana do mês de junho, a Convenção Nacional do PT aprovou uma aliança política com os partidos PL, PCdoB, PCB e PMN. Naquele ano, Lula candidatou-se pela quarta vez ao cargo de presidente da República, tendo como vice-presidente na chapa o senador José Alencar, do PL de Minas Gerais. No dia 27 de outubro de 2002, com quase 53 milhões de votos, Luiz Inácio Lula da Silva, aos 57 anos de idade, foi eleito presidente do Brasil, derrotando José Serra, então ministro da Saúde.

Em 29 de outubro de 2006, Luiz Inácio Lula da Silva foi reeleito presidente da República com mais de 58 milhões de votos, vencendo o candidato Geraldo Alckmin, do PSDB.

3- IDEOLOGIA

Talvez, a Filosofia moderna nunca tivesse provocado agitação tanto no meio acadêmico quanto no uso popular ao estudar o conceito de ideologia, pois sua infinidade de sentidos, a complexidade de entendimento à sua concepção, suas diversas formas de interpretações nem sempre coerentes com os usos tornam a sua abordagem temida pelas pessoas. Contudo, o estudo da ideologia se faz importante para a compreensão das pesquisas no âmbito das Ciências Sociais, especificamente, no âmbito político.

Dessa forma, para que possamos compreender o fenômeno ideológico, abordamos considerações relevantes sobre o seu conceito, mesmo sabendo que esta não é uma tarefa fácil, já que o seu estudo requer uma análise minuciosa de interpretação de seus inúmeros significados. Assim, destacamos sua construção histórica e estreita ligação com o marxismo até sua inserção na Análise de Discurso.

Mas, diante da complexidade do tema, surge a pergunta: o que é ideologia? Já que existem muitos estudos e conceitos sobre o assunto, será que existe um conceito definido? Bem, por ora nossa atenção está centrada na concepção de Slavoj Žižek, que assim a define:

[...]. Ideologia pode designar qualquer coisa, desde uma atitude contemplativa que desconhece sua dependência em relação a realidade social, até um conjunto de crenças voltado para a ação; desde o meio essencial em que os indivíduos vivenciam suas relações com uma estrutura social até as ideias falsas que legitimam um poder político dominante. [...]. (ŽIŽEK, 1996, p.9).

Por essa ótica, é cabível dizer que ideologia é o conjunto de pensamento que legitima formas falsas de pensamentos, tornando-os gerais, enquanto são meramente restritos. Seguindo essa mesma linha de raciocínio, Chauí relata que:

[...]. Além de procurar fixar seu modo de sociabilidade através de instituições determinadas, os homens produzem ideias ou representações pelas quais procuram explicar e compreender sua própria vida individual, social, suas relações com a natureza e com o sobrenatural. Essas ideias ou representações, no entanto, tenderão a esconder dos homens o modo real como suas relações sociais foram produzidas e a origem das formas sociais de exploração econômica e de dominação política. Esse ocultamento da realidade social chama-se ideologia. Por seu intermédio, os homens legitimam as condições sociais de exploração e de dominação, fazendo com que pareçam verdadeiras e justas. Enfim, também é um aspecto fundamental da existência histórica dos homens a ação pela qual podem ou reproduzir as relações sociais existentes ou transformá-las, seja de maneira radical (quando fazem uma revolução), seja de maneira parcial (quando fazem reformas). (CHAUÍ, 2004, p. 8-9).

Considerando as afirmações de Chauí (2004), a ideologia serve para ocultar a realidade social, tal como: a exploração econômica e a dominação política. Por meio do uso os homens legitimam condições de dominação e exploração, fazendo com que estas pareçam justas e acessíveis a todas as classes sociais, quando na verdade não são.

Diante da complexidade em compreender os diversos usos e significados do termo ideologia, faz-se necessário discorrer sobre sua origem, enfatizando a influência de Marx sobre o assunto. O termo ideologia teve sua origem na França, em 1801, e foi criado por Destutt de Tracy, no livro *Elementos da Ideologia*, publicado após a Revolução Industrial. Neste livro, De Tracy, juntamente com o médico Cabanis, De Gérando e Volney, pretendiam elaborar uma ciência da formação das ideias, considerando natural a relação do corpo humano, enquanto organismo vivo, com o meio ambiente. Para isso, eles elaboram uma teoria sobre as faculdades sensíveis, que são responsáveis pela formação de todas as nossas ideias (CHAUÍ, 2004).

A autora ainda enfatiza que, durante essa época, os ideólogos franceses acreditavam que o progresso das ciências experimentais do Século XVIII baseava-se exclusivamente na observação, na análise e súmula daquilo que foi observado, e, assim, criariam uma nova pedagogia e uma nova moral. Eles foram adeptos da política de Napoleão e apoiaram o golpe do 18 Brumário, pois acreditavam que ele era um liberal continuador dos ideais da Revolução Francesa. Entretanto, estes pensadores logo se decepcionaram com Bonaparte ao verem restaurar o Antigo Regime.

Ideólogos e ideologias tiveram grande aceitação na França até romperem com o pensamento napoleônico. O sentido pejorativo de ambos os termos surgiu em 1812,

num discurso de Napoleão ao Conselho de Estado, em que ele atribui todas as desgraças francesas à ideologia – invertendo, assim, o papel dos ideólogos, que passaram a ser malvistas pela sociedade da época (CHAUÍ, 2004).

O termo “ideologia” passou por muitas mudanças ao longo do tempo, mas foi Karl Marx quem mais o aproximou da realidade das pessoas. Após cinquenta anos do seu surgimento, Marx conseguiu atribuir à ideologia um significado de mais fácil entendimento, pois sua concepção se baseava nas relações de classes, baseando-se em situações reais para entender como a ideologia está presente na sociedade (BOTTOMORE, 1983). Ressaltando que a sua teoria foi evoluindo ao longo do tempo; para melhor compreender o seu significado, faremos uma pequena abordagem das três fases do seu trabalho.

A primeira fase é caracterizada por seus primeiros escritos e dura até meados de 1844. Nesse período, a expressão “ideologia” não aparece explícita em seus textos, mas é interessante o debate filosófico tendo como principais referências Hegel e Feuerbach. Marx criticava a inversão hegeliana, que acreditava que a ideia se manifesta no mundo empírico; para Hegel, o Estado político se constitui na abstração das ideias. Daí, a crítica marxista, pois ele postulava que essa inversão ideológica só servia para mascarar a própria realidade dos fatos.

Muito embora ele aceite o princípio de Feuerbach de que o homem faz a religião e a ideia de que Deus fez o homem é uma inversão, Marx argumenta que essa contraversão não passa de uma alienação filosófica, que contradiz os sofrimentos da vida real (BOTTOMORE, 1983).

A segunda fase começa com o rompimento definitivo da teoria de Feuerbach em 1845 e vai até 1857. Marx e Engels criam o materialismo histórico, que, em linhas gerais, faz uma abordagem sobre a sociedade e a história. Mantém-se a crítica à inversão hegeliana, sendo ampliada por Marx tanto para a religião como para a filosofia de Hegel, desenvolvida pelos “jovens hegelianos”, ou seja, os seguidores do pensamento hegeliano (BOTTOMORE, 1983).

É nesse contexto que Marx introduz o conceito de “ideologia” pela primeira vez, partindo de uma realidade material, que são os problemas da humanidade, e sendo tratada como consequência desses enigmas.

Enquanto os homens, por força de seu limitado modo material de atividade, são incapazes de resolver essas contradições na prática, tendem a projetá-las nas formas ideológicas de consciência, isto é, em soluções puramente espirituais ou discursivas que ocultam efetivamente, ou disfarçam, a existência e o caráter dessas contradições. Ocultando-as, a distorção ideológica contribui para a sua reprodução e, portanto, serve aos interesses da classe dominante. Portanto, a ideologia surge como um conceito negativo e restrito. É negativo porque compreende uma distorção, uma representação errônea das contradições. É restrito porque não abrange todos os tipos de erros e distorções (BOTTOMORE, 1983, p.184).

Marx é o primeiro autor a atribuir ao termo ideologia como forma de legitimação dos interesses da classe dominante, dando a ela um caráter negativo e restrito por não conseguir romper com todos os erros, contradições e distorções na sua estrutura.

A terceira fase, segundo Bottomore (1983), começa em 1858, com a redação dos *Grundrisse*, e se caracteriza pelas relações capitalistas do estado que dá origem ao livro *O Capital*. Neste viés, a palavra “ideologia” quase desaparece dos textos de Marx, mas permanece nos mesmos a pertinência da análise econômica para o conceito, na reelaboração da noção de inversão.

Analisando as relações sociais de forma específica, Marx conclui que a conexão entre “consciência invertida” e “realidade invertida” é formada por aparências constituídas da própria realidade. Isso se concretiza pelo funcionamento de mercado e sua concorrência dentro das relações capitalistas, gerando uma manifestação invertida nas esferas de produção, representando de forma clara as “relações reais”. Deste modo, “a ideologia oculta o caráter contraditório do padrão essencial oculto, concentrando o foco na maneira pela qual as relações econômicas aparecem superficialmente” (BOTTOMORE 1983, p.184-185).

Após a morte de Marx, novos significados foram atribuídos ao termo “ideologia”, algo que não tirou o seu princípio crítico, mas o deixou em um segundo plano, pois:

Os novos significados tomaram principalmente duas formas, ou seja, uma concepção da ideologia como a totalidade das formas de consciência social – que passou a ser expressa pelo conceito de “superestrutura ideológica” – e a concepção da ideologia como as ideias políticas relacionadas com os interesses de uma classe. Embora esses novos significados não fossem resultado de uma reelaboração sistemática do conceito dentro do marxismo, acabaram por substituir a conotação negativa original (BOTTOMORE, 1983, p.185).

Os novos significados atribuídos à ideologia fazem parte de um complexo esquema de superestrutura, que se mantinha presente dentro da concepção marxista e que, após sua morte, ganhou visibilidade, uma vez que o termo perdeu esse caráter negativo. Essa evolução do conceito de ideologia é vista de forma positiva porque se faz presente nas lutas políticas do século XIX, particularmente na Europa Oriental. Neste sentido, “o marxismo centraliza sua atenção na necessidade de criar uma teoria da prática política e, portanto, sua evolução passa a relacionar-se cada vez mais com as lutas de classe e as organizações partidárias” (BOTTOMORE, 1983, p.185).

Tendo em vista o materialismo histórico presente na concepção marxista, que estuda a sociedade, a economia e a história das relações sociais, ou seja, mostra o lado negativo das mesmas, por mostrar a ocultação das relações de poder Michel Pêcheux absorve essa compreensão e a leva para a Análise do Discurso:

[...] Enquanto ‘as ideologias têm uma história própria’, uma vez que elas têm uma existência histórica e concreta, a “ideologia em geral não tem história”, na medida em que ela se caracteriza por uma estrutura e um funcionamento tais que fazem dela uma realidade não-histórica, isto é, *omni-histórica*, no sentido em que esta estrutura e este funcionamento se apresentam na mesma forma imutável em toda história, no sentido em que o *Manifesto* define a história como ‘história da luta de classes, ou seja história das sociedades de classes’. O conceito de *ideologia* em geral aparece, assim, muito especificamente como meio de designar, no interior do marxismo-leninismo, o fato de que as relações de produção são relações entre ‘homens’, *no sentido de que não são relações entre coisas, máquinas, animais não-humanos ou anjos; nesse sentido e unicamente nele*: isto é, sem introduzir simultânea, e sub-repticiamente, uma certa ideia de ‘o homem’; como antinatureza, transcendência, sujeito da história, negação da negação etc. (PÊCHEUX, 2014, p.137-138, *grifos do autor*).

Assim, a ideologia em Pêcheux é fundada no princípio marxista-leninista, em que as relações de produção se fazem unicamente entre os homens. Estes são responsáveis pela luta de classe e formações das classes sociais, de breve modo, o homem por meio da ideologia se torna o sujeito da história. Assim, é sob o efeito ideológico que se constitui o sujeito, de modo que:

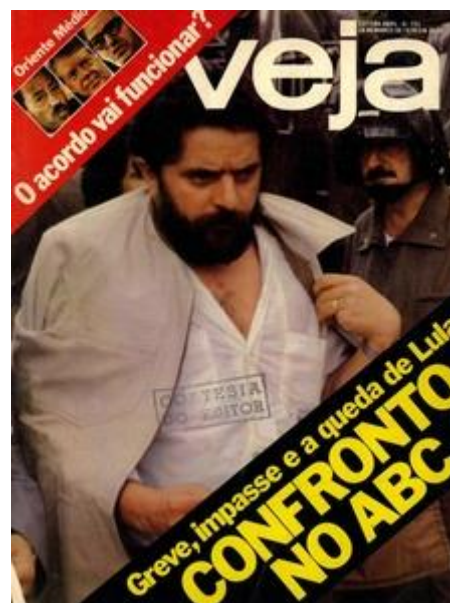
Pela interpelação ideológica do indivíduo em sujeito inaugura-se a discursividade. Por seu lado, *a interpelação do indivíduo em sujeito pela ideologia* traz necessariamente o apagamento da língua na história para que ela signifique produzindo o efeito de evidência do sentido (o sentido-lá) e *a impressão do sujeito ser a origem do que diz* (ORLANDI, 2010, p.48, grifo nosso).

A autora defende que a ideologia passa a ressignificar a consideração da linguagem, pois envolve a interpretação – gerando, assim, uma ambiguidade. Ao mesmo tempo que interpreta, nega-se essa interpretação, neutralizando aquilo que é produzido na relação do histórico e do simbólico. Uma vez que:

Por esse mecanismo – ideológico – de apagamento da interpretação, há uma transposição de formas materiais em outras, construindo-se transparências – como a linguagem e a história não tivessem sua espessura, sua opacidade – para serem interpretadas por determinações históricas que se apresentam como imutáveis, neutralizadas. Este é o trabalho da ideologia: produzir evidências, colocando o homem na relação imaginária com suas condições de existência (ORLANDI, 2010, p.46).

A ideologia produz um efeito ambíguo em misturar o real e o imaginário, colocando o homem em uma relação imaginária com sua existência. Ela é a responsável pela interpelação dos indivíduos em sujeitos (PÊCHEUX, 2014). Essa interpelação dos sujeitos, em sujeitos do discurso, cria a subjetivação do mesmo, visto que cada um interpreta o discurso à sua maneira.

Figura 2



Fonte: *Veja On-line* (1979). Disponível em <https://acervo.veja.abril.com.br/index.html#/edition/34001?page=1§ion=1>. Extraído em: 06/03/2017.

Sabemos que os discursos também escondem os seus verdadeiros significados, por meio dos aparatos ideológicos que neutralizam esses sentidos. Neste momento, analisamos a capa, publicada em 28 de março de 1979, da revista *Veja*, em que a fotografia de Lula representa sua fase sindicalista, para identificar como a ideologia está presente neste enunciado.

Em meio aos confrontos entre sindicalistas e policiais que serviam ao governo ditatorial, Lula destaca-se como o líder grevista, firmando-se como o maior nome da oposição no cenário político brasileiro. O texto traz a notícia das greves dos trabalhadores que aconteceram no ABC Paulista e a intervenção do governo nas negociações das paralisações que perduraram por mais de 15 dias, que terminou por afastar o presidente do Sindicato dos Metalúrgicos – Lula. As materialidades discursivas são formadas por elementos verbais e não-verbais, que têm como finalidade chamar a atenção dos leitores para a possível queda de Lula do seu cargo.

A ideologia contida nesta capa (figura 2) é perceptível pelo jogo de cores: na parte superior é usado o vermelho com alguns escritos brancos, representando a bandeira dos trabalhadores e a sua luta por melhorias. Neste ponto, ganha destaque a pergunta: “O acordo vai funcionar?”, referindo-se ao possível acordo com os governantes do Ocidente. Na parte inferior, ganha destaque o fundo preto com letras garrafais amarelas narrando o embate no ABC e a queda de Lula do seu cargo. O amarelo, que, em muitos casos, simboliza o ouro, o glamour, é aplicado em sentido diferente, de perda de poder do presidente do sindicato.

Centralizado na capa, em destaque aparece a foto de Lula, representada de maneira estereotipada: com a barba e cabelo grandes, cabeça baixa, um olhar um tanto “furioso”. Os efeitos de sentido provocados pela face de Lula demonstram inconformidade com toda aquela situação. Ele veste camisa branca com um paletó cinza jogado por cima. Sua camisa tem a mesma cor do slogan da revista, que aparece na parte superior direita: *Veja*, chamando a atenção para a figura de Lula. A revista *Veja* conota um sujeito desleixado com sua aparência, traduzindo-se em descuido de uma pessoa que cuida dos interesses de classe minoritária, mas que não é capaz de cuidar da sua própria aparência física.

No fundo da imagem, há a figura de um policial fardado e de pessoas, mostrando o confronto entre os grevistas e os policiais, sendo que Lula ganha

destaque pela desestabilização da ordem social ao mobilizar a classe trabalhadora contra os desmandos da classe dominante.

Os discursos são constituídos de diferentes universos culturais e se desenvolvem de maneira heterogênea entre as sociedades e as regiões, e é por meio dessa heterogeneidade que se reproduzem os enunciados e os sujeitos constituem suas formações ideológicas. Pois a ideologia neutraliza os efeitos dos discursos, fazendo parecer que aquele sentido sempre esteve lá. No enunciado, o sujeito mídia vem de um lugar que pretende envolver o outro e engendra-o nas teias do discurso, numa busca constante de construir no sujeito-leitor perspectivas parciais, ou seja, uma visão reducionista de ver os fatos sociais. Aqui, é perceptível uma movência de sentidos provocada pelo discurso midiático. Como é evidenciado por Douglas Kellner (2001) que o advento das novas tecnologias de massa está formando novas formas de vida social e política, pois tal cultura encontra-se desempenhando um papel cada vez mais importante na sociedade contemporânea, abrangendo diversos campos que vão do social ao econômico. Assim, essa influência midiática gera a venda não só de produtos, como imagens, pessoas etc., ao produzir nos seus interlocutores novos modos de experiências e subjetividade.

Portanto, percebemos que os discursos são carregados de ideologias, que fazem os indivíduos se transformarem em sujeitos ao serem interpelados por elas. E, nesse processo de interpelação-identificação, “na medida em que ‘objetos’ que nele se manifestam se desdobram, se dividem, para atuar sobre si enquanto outro de si” (PÊCHEUX, 2014, p.143). Ou seja, os sujeitos disseminam discursos como únicos e verdadeiros, quando na verdade são meros formuladores de discursos já existentes.

Com a manchete: “Greve, impasse e a queda de Lula: confronto no ABC”, a revista *Veja* evidencia o sujeito Lula como pivô da desestabilização dos empresários; o seu discurso reducionista dos fatos busca prender a atenção do leitor a identificar-se com ele. A ideologia presente nesse enunciado distorce o verdadeiro sentido da imagem de Lula – aquele que é instituidor do caos social – ideologicamente, um paradoxo, já que luta pela melhoria da classe trabalhadora, mas provoca rupturas com greves e paralisações, entendidas como causadoras de transtornos sociais. O que remete às concepções de Orlandi (2010) ao postular que as evidências de sentido, ou seja, aquilo que faz com que uma palavra designe alguma coisa, é formada pelo apagamento do seu caráter material; em outras palavras, é mostrado como transparente algo que se constitui pela reunião de teias discursivas que funcionam

como dominante. Deste modo, as palavras ganham sentido de formações discursivas em suas relações, sendo um efeito do interdiscurso (da memória). Já a evidência do sujeito, aquela de que é prontamente sujeito, apaga o fato de que o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia, constituindo, assim, um paradoxo, ou seja, no caso da revista em análise, os leitores dessas capas são interpelados pela ideologia sem percebem a influência que elas exercem no seu cotidiano. Eles simplesmente reproduzem tais discursos de maneira natural, como se fossem criações próprias.

3.1 CULTURA DA MÍDIA E IDEOLOGIA

Sabemos que, na atualidade, a mídia exerce forte influência sobre a vida dos expectadores. Enquanto sujeitos, são interpelados pela ideologia e, assim, “assujeitados” a formas discursivas dominantes. Por isso, cabe entendermos esta relação entre a cultura midiática e a ideologia para compreender melhor essa inter-relação, principalmente nos discursos políticos. Para melhor compreensão do assunto, expomos duas capas de revistas no período que Lula era presidente, em dois momentos distintos.

Segundo Muniz Sodré (2010), a comunicação e seus vieses industriais configuram-se na segunda metade do Século XX e ocupa o centro das discussões acerca dos acontecimentos e mudanças que abarcam a mutação da língua, que, nesse contexto, representa de forma tardia uma expressão culturalista da modernidade. Assim, a linguagem passou a exercer a dinâmica mediadora entre os homens. Atualmente, a concepção sobre a comunicação está atrelada aos meios de comunicação de massa ou mídia, que servem para problematizar os novos meios discursivos produzidos pelas tecnologias avançadas da informação. Em uma sociedade industrializada, a cultura passa a servir de maneira direta à reprodução ampliada das relações capitalistas.

Pierre Lévi (1997) também discorre sobre o tema da comunicação, informação e diálogo como maneira de trocar ideias e, assim, promover novos conhecimentos e nova maneira de viver. Para ele, as implicações culturais de desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação estão entrelaçadas às questões econômicas e industriais. Em consequência dessa relação, as culturas sofrem modificações devido ao avanço tecnológico que aproxima e interfere na sociedade, através de um mecanismo denominado de “cibercultura”. A “cibercultura” “expressa o surgimento de

um novo universal, diferente das formas que vieram antes dele no sentido de que ele se constrói sobre a indeterminação de um sentido global qualquer” (LÉVY, 1999, p. 15).

O autor ainda afirma que meios de comunicação de massa, no geral, têm um objetivo além de provocar interação no público-alvo; dominá-los através de informações que reduzem o seu conhecimento àqueles noticiados pela mídia. Uma vez que:

As mídias de massa: imprensa, rádio, cinema, televisão, ao menos em sua configuração clássica, dão continuidade à linhagem cultural do universal totalizante iniciado pela escrita. Uma vez que a mensagem midiática será lida, ouvida, vista por milhares ou milhões de pessoas dispersas, ela é composta de forma a encontrar o ‘denominador comum’ mental de seus destinatários. Ela visa os receptores no mínimo de sua capacidade interpretativa. Este não é o lugar adequado para desenvolver todas as distinções entre os efeitos culturais das mídias eletrônicas e os da imprensa. Quero apenas destacar uma semelhança. Circulando em um espaço privado de interação, a mensagem midiática não pode explorar o contexto particular no qual o destinatário evolui, e negligencia sua singularidade, seus links sociais, sua microcultura, sua situação específica em um momento dado. É este dispositivo ao mesmo tempo muito redutor e conquistador que fabrica o ‘público’ indiferenciado das mídias de ‘massa’. Por vocação, as mídias contemporâneas, ao se reduzirem à atração emocional e cognitiva mais ‘universal’, ‘totalizam’ (LÉVI, 1997, p.116).

Fica claro que indústria cultural, em sua origem e pertinência, serve como base para a ascensão do capitalismo. Nas quais as relações de mercado aparecem de maneira clara e preponderante, até nas produções culturais. Deste modo, as produções artísticas e culturais são determinadas pelo sistema. E é, por meio da indústria cultural, implantada pelo capitalismo, que se cria o suporte para a sustentação e reprodução dos ideais ideológicos da dominação vigente. Sendo a ideologia a responsável por explicar aos indivíduos o porquê de tal situação e, aos poucos, vai tornando natural aquilo que é uma relação de dominação. Visto que:

[...] A cultura da mídia é industrial; organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa de acordo com tipos (gêneros), segundo fórmulas, códigos e normas convencionais. É, portanto, uma forma de cultura comercial, e seus produtos são mercadorias que tentam atrair o lucro privado produzido por empresas gigantescas que estão interessadas na acumulação de capital. A cultura da mídia almeja grande audiência; por isso, deve ser eco de assuntos e preocupações atuais, sendo extremamente tópica e apresentando dados hieróglifos da vida social contemporânea. (KELLNER, 2001, p.9).

A cultura da mídia é um modelo de comunicação de massa, produzido para a massa, e possui fins unicamente lucrativos na vida social contemporânea. Dessa forma, a mídia nos concede uma ampla possibilidade para o estudo da análise discursiva, pois os seus discursos estão sempre atrelados a aparatos ideológicos e relações capitalistas de poder.

A cultura da mídia é também o lugar onde se travam batalhas pelo controle da sociedade. [...]. A mídia intimamente vinculada ao poder abre o estudo da cultura às vicissitudes da política e para o matadouro da história. Ajuda a conformar nossa visão de mundo, a opinião pública, valores e comportamentos, sendo, portanto, um importante fórum do poder e da luta social (KELLNER, 2001, p.50).

É por meio das mídias que as relações de poder e luta social ganham espaço, principalmente, no âmbito político, em que os partidos lançam mão de discursos ideológicos para se manterem em posse de seus cargos.

Segundo Kellner (2001), algumas teorias pós-modernas absorvem do conteúdo e do efeito ideológicos trazendo em si estruturas formais de construção de imagens. Por conseguinte, as propagandas ou imagens vinculadas à cultura da mídia são multidimensionais, ou seja, abertas a várias leituras, que sejam capazes de atender à mercadorização da cultura e as tentativas do capital de propagar-se na totalidade da vida, indo desde o desejo até a sua satisfação.

As tecnologias midiáticas, ao atrelarem os seus discursos ao poder, buscam a hegemonia de um determinado grupo e não poupam esforços para conseguirem os seus objetivos.

[...] Iluminando apenas aspectos secundários de uma luta complexa, a mídia acaba servindo aos interesses de grupos internos resistentes a mudanças socioeconômicas e potencializando, junto às massas, miragens. Desta maneira, pode-se bem visualizar a natureza do poder. (SODRÉ, 2010, p.81).

O discurso midiático serve aos interesses de grupos hegemônicos, dominantes e, culmina em materialidades linguísticas e é disseminado entre os povos, formando um paradoxo, pois a resistência a essas falas é representada pelas lutas de classe e é também uma forma de prática discursiva na sociedade. Portanto:

A cultura da mídia põe à disposição imagens e figuras com as quais seu público possa identificar-se, imitando-as. Portanto, ela exerce importantes efeitos socializantes e culturais por meio de seus modelos de papéis, sexo e por meio das várias 'posições de sujeito' que valorizam certas formas de comportamento e modo de ser enquanto desvalorizam e denigrem outros tipos [...]. (KELLNER, 2001, p.307).

Os interesses midiáticos estão atrelados aos valores capitalistas, ou seja, a mídia possui um discurso elitista e excludente, ao mesmo tempo em que faz os telespectadores acreditarem que ela dissemina um discurso igualitário das classes sociais, fazendo com que esse público se identifique com ela.

Percebemos isso na capa da revista *Veja*, publicada em 22 de junho de 2005, quando Lula vivenciava o seu primeiro mandato como presidente do Brasil.

Figura 3



Fonte: *Veja On-line*, 2005. Disponível em:

<https://acervo.veja.abril.com.br/index.html#/edition/32579?page=1§ion=1>. Extraído em: 06/03/2017.

Tendo em vista que as relações de poder estão ligadas a todos os campos da mídia, seja ela virtual ou impressa etc., sabendo ainda que a cultura midiática se atrela aos interesses do capitalismo vigente da sociedade pós-moderna, como é o caso das

revistas em análise, que, através dos efeitos de sentido, exercem influência sobre o público leitor – para isso, fazem uso de estratégias discursivas para convencê-los a crer nos seus discursos. A revista *Veja*, por exemplo, usa da demissão do então ministro da Casa Civil, José Dirceu, para proclamar um efeito de crise no governo petista.

Esta edição foi publicada dias após a demissão de Dirceu, e em meio ao escândalo do mensalão, eles associaram ao caso a imagem do então presidente Lula, que tinha grande aceitação popular, por ser de origem pobre e ter enfrentado muitos desafios pessoais até se tornar presidente da República.

As materialidades discursivas desta capa destoam o busto de Lula, estereotipado, carregado de ideologias – todo acinzentado –, um olhar fixo, ao mesmo tempo preocupado, seu cabelo e barba aparentemente estão desabando aos poucos, assim como a imagem do então presidente Lula. O busto, que, em muitos casos, significa idolatrar e imortalizar determinadas pessoas, aqui, ganha um sentido pejorativo. Por meio de metáfora, o busto de Lula desaba de forma natural, como em um terremoto, aludindo à crise enfrentada pelo PT.

Ao lado da fotografia de Lula, lemos o seguinte enunciado verbal: “Com a demissão de José Dirceu, Lula tenta salvar o governo e sua biografia”. Criando efeitos de sentido negativo do governo Lula, por meio da imagem de um sujeito que está desabando aos poucos, por ter integrantes do seu partido envolvidos no escândalo do mensalão. A ideologia presente nesse discurso mostra o sujeito Lula preocupado em salvar o governo e sua biografia que foi atingida pelo escândalo. Isso fica claro ao lançar a pergunta: “Tem conserto?”, induzindo os leitores a acreditarem que não; nem o governo, nem a imagem do presidente, que, supostamente, está envolvido no escândalo.

As materialidades linguísticas atrelam o escândalo do mensalão ao desabamento do presidente, como uma forma de “diminuir” sua imagem perante os seus eleitores, como se todos concebessem a imagem do presidente da mesma maneira que aparece na capa.

A cultura da mídia vem, por meio dessas discursividades, mostrar que está à disposição de uma classe dominante, estabelecendo, conseqüentemente, relações de poder. Deste modo, os discursos midiáticos defendem o interesse de um determinado grupo no poder – no caso, na política. Por exemplo: usam de discursos que tentam

“diminuir” a imagem de determinado político, para colaborar com a ascensão de outro. Como é afirmado por Kellner:

A cultura da mídia, assim como os discursos políticos, ajuda a estabelecer a hegemonia de determinados projetos políticos. Produz representações que tentam induzir anuência a certas posições políticas, levando os membros da sociedade a ver em certas ideologias ‘o modo como as coisas são’ [...]. (KELLNER, 2001, p.81).

A cultura da mídia e os discursos políticos, além de contribuírem para a hegemonia de um grupo, também estão carregados de ideologias que fazem os indivíduos adquirirem posições de sujeitos de identificação com esses enunciados. Dessa forma:

Em se tratando de cores e imagens, esses enunciados funcionam como operadores, mas, em sua repetição tornam-se outros, pois a sua história não é a mesma, e não sendo os sujeitos enunciadore exercem diferentes posições-sujeito ideologicamente marcados (FERNANDES, 2007, p. 62).

Os discursos midiáticos, especialmente no que diz respeito à política, estão atrelados aos atravessamentos discursivos, formando novos discursos. Estes podem ser formados por enunciados imagéticos, com ou sem adesão do verbal. Apenas as cores e imagens que ali aparecem já formam discursos que merecem ser analisados.

Pensando nisso, analisamos agora a capa da revista *IstoÉ*, publicada em 18 de março de 2009, correspondente ao segundo mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Figura 4



Fonte: *IstoÉ On-line* (2009). Disponível em: <https://istoe.com.br/edicoes/page/16/>. Extraído em: 06/03/2017.

As materialidades discursivas que compõem o enunciado produzem efeitos de sentido de que Lula está preocupado com a crise econômica sobre a imagem do seu governo e, ao mesmo tempo, planejando o seu futuro político. Por meio de imagens, cores e elementos verbais aponta-se um sujeito que, apesar de angustiado, é também um visionário que enxerga além das eleições de 2010.

O discurso presente na capa mostra a figura de um sujeito Lula ideologicamente distante da realidade, um sujeito ambicioso e temeroso de perder o poder que tem nas mãos. Os enunciados verbais confirmam esse seu plano de retornar ao cargo de presidente: “Em conversas reservadas, o presidente Lula começa a desenhar seu projeto de voltar ao Planalto dentro de cinco anos... Ele inclui a criação de um instituto e o exílio voluntário em São Bernardo do Campo”. Aqui, circunscreve-se um discurso que propaga a possível candidatura do presidente Luiz Inácio Lula da Silva em 2014, tiveram acesso às tais conversas, foram apenas pessoas mais próximas dele e, para pôr a ideia em prática, ele propõe construir um instituto e um exílio em São Bernardo do Campo, em São Paulo, local onde residia antes de se tornar presidente e para onde voltaria a morar após deixar o cargo.

A revista *IstoÉ* associa a imagem do presidente a um discurso dominante e às relações de poder, pois a imagem do presidente é sempre apresentada de maneira negativa, bem como o seu governo e o seu partido. Segundo Kellner (2001), a cultura da mídia cria formas de dominação ideológica que permitem reiterar as relações

vigentes de poder. É por meio dessa cultura que grupos sociais importantes e ideologias rivais lutam pelo domínio, e os indivíduos vivenciam essas lutas por meio de imagens, discursos, mitos e espetáculos veiculados pela mídia. Os espectadores ou sujeitos ideológicos conhecem apenas aquilo que a mídia lhes fornece; deste modo, os discursos são entrecortados e mostrados à sua maneira, beneficiando a imagem de alguns e desprivilegiando a de outros.

Lula, por exemplo, na revista em questão, é mais uma vez desprivilegiado pelo discurso, que aponta para um sujeito destemido e que não esconde de seus aliados a vontade de retornar ao cargo de presidente. Com uma imagem em preto e branco, Lula apresenta um olhar fixo, como se tivesse olhando para o futuro e, ao mesmo tempo, a sua face carrega um tom de preocupação com um futuro ainda distante. Então, aparecem em destaque os seguintes elementos verbais: “Lula: o plano 2014”. O enunciado mostra que a única preocupação de Lula é concorrer a um terceiro mandato, em 2014; para isso, se mostraria contrário à aprovação do fim da reeleição. As relações de poder ficam claras pelo modo como o presidente Lula é representado no enunciado da capa, pois, sendo integrante de um partido de esquerda – PT – e tendo grande popularidade nas intenções de voto, notamos que a elite dominante, representada aqui pela revista *IstoÉ*, tenta desmoralizar a sua imagem para evitar sua volta ao poder. Por isto, para Foucault (1995) citado por Fernandes (2007, p.59), as relações de poder se enraízam profundamente no nexos social. Estas se fazem presentes também na produção e circulação dos enunciados dentro desse mesmo nexos social. O enunciado, ao revelar posições do sujeito, mostra-o em relações de poder. Assim, o discurso é a parte fundamental de um jogo de lutas, de antagonismos próprios à vida dos sujeitos em sociedade.

3.1.2 IDENTIDADE E IDEOLOGIA

A concepção de identidade, enquanto categoria de análise, é marcada por uma construção social. Ela apresenta nuances que só podem ser entendidas no contexto que lhe confere o sentido. Neste estudo, buscamos associar a relação entre identidade/ideologia, lembrando que a primeira é sempre influenciada pela última. É importante ressaltar a sua relação com a identidade do sujeito pós-moderno no meio político, uma vez que os indivíduos não possuem uma identidade fixa. Estes são constantemente interpelados pelos aparatos ideológicos existentes na sociedade.

Então, para melhor compreensão dessa relação, nos reportamos a duas capas de revistas, uma da *Veja* e outra da *IstoÉ* estampadas com imagens de Lula durante o período pós-Presidência e seus inúmeros efeitos de sentidos nos leitores.

Na atualidade, a identidade passa a ser composta pela relação entre o eu e a cultura social. Não existe mais a noção de um ser essencial, unificado e fixo – este é recriado constantemente através dos diálogos com os diversos mundos culturais e, conseqüentemente, as identidades se formam nas exterioridades que esses mundos oferecem. Logo, constatamos que a identidade não “torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 1987 apud HALL, 2006, p.13). O autor ainda afirma que:

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um "eu" coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas (*Idem*, p.13).

De acordo com Stuart Hall (2006), o sujeito pós-moderno não tem uma identidade coerente, unificada, ela está sempre em construção, empurrando em várias direções e as suas identificações estão sempre sendo deslocadas, se identificam sempre com coisas novas, criando, assim, novas identidades. Ao abordar a questão da identidade, podemos abarcar também o conceito de identificação e diferença:

Pois, um processo de articulação, uma saturação, uma sobredeterminação, e não uma subsunção. Há sempre “demasiado” ou “muito pouco” – uma sobredeterminação ou uma falta, mas nunca um ajuste completo, uma totalidade. Como todas as práticas de significação, ela está sujeita ao “jogo” da *différance*. Ela obedece a lógica do mais-que-um. E uma vez, como num processo, a identificação opera por meio da *différance*, ela envolve um trabalho discursivo, o fechamento e a marcação de fronteiras simbólicas, a produção de “efeitos de fronteiras”. Para consolidar o processo, ela requer aquilo que é deixado de fora – o exterior que a constitui. (HALL, 20014, p.106, grifos do autor).

A identificação se consolida por meio da diferença, que permite que o sujeito se identifique com mais de uma coisa ao mesmo tempo. Essa diferença envolve o trabalho discursivo, o fechamento e a marcação entre as fronteiras simbólicas e seus efeitos de sentido. Tudo isso só é possível graças ao estudo da exterioridade do objeto que a constitui:

Neste sentido, as identificações pertencem ao imaginário; elas são esforços fantasmáticos de alinhamento, de lealdade, de coabitações ambíguas e intercorporais. Elas desestabilizam o eu; elas são a sedimentação do “nós” na constituição de qualquer eu; elas constituem a estruturação presente da alteridade, contida na formulação do eu. As identificações não são, nunca, plenamente e finalmente feitas; elas incessantemente reconstituídas e, como tal, estão sujeitas à lógica volátil da interabilidade. Elas são aquilo que é constantemente arregimentado, consolidado, reduzido, contestado e, ocasionalmente, obrigado a capitular. (BUTLER, 1993, p.105 *apud* HALL, 2014, p.130).

As identificações não negam a política representacional, mas as tornam mais fluidas e fragmentadas diante das relações com o exterior. Deste modo, “a construção da identidade é *tanto* simbólica *quanto* social” (WOODWARD, 2014, p.10), uma vez que existe uma competição para afirmar as diferentes identidades, bem como suas causas e consequências materiais. Hall (2014) afirma que a teorização da identidade é de suma importância política, que se poderá avançar tanto quanto a impossibilidade da identidade, bem como a fragmentação do psíquico e do discurso na sua constituição. Assim:

Na disputa pela identidade está envolvida uma disputa mais ampla por outros recursos simbólicos e materiais da sociedade. A afirmação da identidade e a enunciação da diferença traduzem o desejo dos diferentes grupos sociais, assimetricamente situados, de garantir o acesso privilegiado aos bens sociais. A identidade e a diferença estão, pois, em estreita conexão com as relações de poder. O poder de definir a identidade e marcar a diferença não pode ser separado das relações mais amplas de poder. (SILVA, 2014, p.81).

A identidade e diferença são os meios pelos quais determinados grupos sociais utilizam para se manterem no poder – logo, ambas as relações estão interligadas às amplas relações de domínio e não podem ser separadas na contemporaneidade.

Conhecendo que o cenário político brasileiro vive momentos de grandes escândalos e o nome de Lula está quase sempre ligado a eles, os enunciados, as condições de produção desses enunciados e a ideologia trazidos pelas capas das revistas *Veja* e *IstoÉ*, em diálogo com as Ciências Humanas e Sociais, acabam por influenciar na formação da identidade do sujeito pós-moderno, pois as faces de Lula, mesmo em momentos históricos diferentes, em muitas representações ganham traços negativos e atribuídos estereótipos que desprivilegiam a sua imagem. Isso acontece

devido aos “processos históricos que, aparentemente, sustentavam a fixação de certas identidades que estão entrando em colapso e estão sendo forjadas, muitas vezes, por meio da luta e da contestação política” (WOORDWARD, 2014, p. 39). Sendo, também, o resultado de uma crise de identidade, global, local, pessoal e política (HALL, 2006).

E a mídia (em seus inúmeros discursos) cria a ilusão de unidade. Ela, ao desempenhar o papel de mediação entre seus leitores e a realidade, permite aos leitores produzir maneiras simbólicas de representação com a verdadeira realidade, deslocando a memória e o esquecimento dos fatos sócio-históricos. E essa historicidade presente nesses discursos acaba por moldar as identidades do sujeito pós-moderno.

Assim, a ideologia presente nas discursividades das capas das revistas *Veja* e *IstoÉ* neutraliza a lacuna que existe entre a sua linguagem e a história. E é por meio desses esquecimentos provocados pelo interdiscurso que a identidade dos sujeitos pós-modernos é (des) construída, uma vez que estes indivíduos não possuem identidade fixa e ela está sempre suscetível à mudança. Os modelos identitários estão presentes na memória discursiva dos discursos midiáticos, uma vez que eles sempre resgatam fatos sócio-históricos da nossa sociedade. Uma vez que:

A memória, por sua vez, tem características quando pensada em relação ao discurso. E, nessa perspectiva, ela é tratada como interdiscurso. Este é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar independentemente [...]. O interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada [...]. (ORLANDI, 2010, p.31).

Os enunciados midiáticos atualizam uma memória, ou seja, eles surgem de um enunciado já existente, mas o discurso produzido e os efeitos de sentidos são diferentes do anterior. Portanto, os efeitos identitários surgem da movimentação entre a rememoração e o esquecimento, pois o passado se mantém presente nas relações contemporâneas, por intermédio do interdiscurso que retoma os seus sentidos e os seus deslocamentos, numa dada situação discursiva. Por isso, Kellner (2001, p.317) diz que: “[...] A identidade na sociedade contemporânea é cada vez mais mediada pela mídia, que, com suas imagens, fornece moldes e ideais para a modelagem da identidade pessoal”.

A mídia molda a identidade do sujeito pós-moderno de maneira ideológica, pois, enquanto telespectadores, são interpelados pelos discursos que se reproduzem no

cotidiano. Deste modo, os enunciados se tornam eficazes quando os recrutam como sujeitos. Como afirma Woodward (2014):

[...]. Quaisquer que sejam os conjuntos de significados construídos pelos discursos, eles só podem ser eficazes se eles nos recrutam como sujeitos. Os sujeitos são, assim, sujeitados ao discurso e devem, eles próprios, assumi-lo como indivíduos que, dessa forma, se posicionam a si próprios. As posições que assumimos e com as quais nos identificamos constituem nossas identidades [...]. (WOODWARD, 2014, p.56).

A eficiência dos discursos está na interpelação dos indivíduos em sujeitos e as posições que assumem com aquilo que se identificam são o que compõem as suas identidades. Tal como afirma Kellner:

Há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo o material com que as pessoas forjam sua identidade (KELLNER, 2001, p.9).

Os modelos comportamentais cotidianos passam a ser moldados pela mídia. A identidade dos sujeitos deixa de ser fixa e passa a ser instável, obedecendo ao regimento dessa cultura midiática. Tendo em vista essa reprodução ideológica projetada pela mídia, temos o caso da seguinte capa da revista *Veja*, que provoca inúmeros efeitos de sentidos nos leitores.

Figura 5



Fonte: *Veja On-line* (2016). Disponível em: <https://acervo.veja.abril.com.br/index.html#/edition/39415?page=1§ion=1>. Extraído em: 06/03/2017.

Esta capa circunscreve-se em 21 de setembro de 2016, período em que Lula foi alvo de denúncias da Operação Lava Jato e o impacto sobre a imagem do petista. O Ministério Público atribui a Lula os crimes de corrupção passiva e lavagem de dinheiro e ele é tido como o “comandante” da organização criminosa que roubou os cofres da Petrobras.

As materialidades discursivas mostram uma estranha referência visual, com um fundo estourado de vermelho e sua face cheia de tinta preta escorrendo, similar à capa da revista norte-americana *Newsweek*, de 2011, sobre o linchamento de Muammar Kadafi, então presidente deposto da Líbia durante uma rebelião apoiada por forças armadas do Pacto Militar do Atlântico Norte (Otan). Nesse sentido, a memória discursiva presente nos remete a um Lula ideologicamente representado, distante da realidade.

O discurso retorna mediante o atravessamento histórico-discursivo, agora, numa nova situação, sob novas condições de produção que pretende suscitar uma historicidade diferenciadora, pois se trata de um novo acontecimento – todavia, presa a efeitos de sentidos regulados pela memória. São os actantes nós do discurso, do implícito do discurso, no dizer de Achard (2007), que fazem a memória funcionar. Lembrando que o vermelho que aparece na referida discursividade também representa as cores do comunismo/socialismo, que são ideologias atribuídas aos partidos considerados de esquerda. Logo, a revista *Veja* quer proliferar o efeito de sentido que a dita esquerda no Brasil ruiu junto com o signo Lula. Há, aqui, uma tentativa de redirecionamento político, tendo em vista que se algo decair, outro deve se levantar. Prolifera-se, também, a ideologia da ruína do PT. Associa-se o vermelho do PT à queda da esquerda socialista no Brasil. Novas e velhas expectativas são construídas acerca do signo Lula. É mais uma face do Lula que a revista *Veja* pretende que se torne identitária ao sujeito leitor: Lula, sinônimo de corrupção.

Essa representação ideológica do ex-presidente Lula dá à sua identidade uma manipulação dos traços físicos do seu rosto, que são alterados para dar ao público um efeito de realidade e de identificação com a matéria publicada.

O discurso da capa desloca as identidades levando o sujeito leitor a identificar-se com essa representação, pois, em meio aos escândalos envolvendo o nome do ex-presidente, sugerem o seu linchamento da política nacional, uma vez que ele é considerado o líder mais popular do Brasil.

Os meios culturais midiáticos moldam as identidades dos sujeitos à sua maneira, fazendo-os identificarem-se com os seus discursos e reproduzi-los constantemente.

[...]. Numa cultura contemporânea dominada pela mídia, os meios dominantes de informação e entretenimento são uma fonte profunda e muitas vezes não percebidas de pedagogia social: contribuem para nos ensinar como nos comportar e o que pensar e sentir, em que acreditar, o que temer e desejar – e o que não (KELLNER, 2001, p.10).

Os meios de cultura de massa na contemporaneidade criam padrões sociais para os seus interlocutores. A ideologia presente nesses discursos molda os indivíduos em sujeitos que seguem fielmente os padrões estabelecidos por esses meios, como se eles fossem responsáveis pelo comportamento social desses indivíduos.

Segundo Woodward (2014), a mídia é responsável pelas posições-de-sujeitos particulares que os indivíduos ocupam, através de imagens das quais podem se identificar. É neste sentido que a produção de significados e identidades que são posicionadas pelos sistemas de representação estão estritamente vinculadas. Daí, o deslocamento, aqui, é para a ênfase da identidade – um deslocamento que muda o foco: da representação das identidades.

A mídia pós-moderna fornece imagens, discursos, narrativas e espetáculos que produzem prazer, entidades e posições sujeitos que as pessoas se apropriam (KELLNER, 2001). Ainda de acordo com Kellner:

Aos indivíduos de nossa época fornece imagens daquilo que é apropriado em termos de modelos sociais, comportamentos sexuais, estilo e aparência. Assim, fornece recursos para formação de identidades e apresenta novas formas de identidades nas quais a aparência, o jeito de ser e a imagem substituem coisas como a ação e o compromisso na constituição da identidade, daquilo que alguém é. Houve um tempo em que a identidade era aquilo que se era, aquilo que se fazia, o tipo de gente que se era; constituía-se de compromissos, escolhas morais, políticas e existenciais. Hoje em dia, porém, ela é aquilo que se aparenta, a imagem, o estilo e o jeito como a pessoa se aparenta. E é a cultura da mídia, que, cada vez mais, fornece material para a constituição das identidades (2001, p.333).

Atualmente, a mídia exerce grande influência sobre a vida dos indivíduos, oferecendo-lhes modelos identitários a serem seguidos em vários quesitos da sua

vida, ditando o que devem vestir, seus compromissos, escolhas morais e políticas, constituindo sujeitos ideologicamente alienados socialmente.

Pensando nessa alienação midiática e em suas relações de poder, notamos isso na revista *IstoÉ*, publicada recentemente, com uma fotografia de Lula estampada na capa.

Figura 6



Fonte: *IstoÉ On-line* (2017). Disponível em: <https://istoe.com.br/edicoes/>. Extraído em: 18/08/2017.

Esta capa foi publicada em 14 de julho de 2017, após a decretação da prisão de Lula, acusado de corrupção e lavagem de dinheiro, pelo caso que envolve o tríplex do Guarujá. De acordo com a reportagem, o ex-presidente recebeu o imóvel da OAS como regalia pelos governantes petistas à empreiteira com contratos da Petrobras. Ou seja, de acordo com a reportagem, a Petrobras foi arruinada para beneficiar Lula e seus familiares.

Segundo o noticiário, trata-se do primeiro caso de um ex-presidente condenado à prisão por ter sido corrompido em troca de vantagens por meios ilícitos. Comprovada a participação do ex-presidente no crime de corrupção, o juiz Sergio Moro decretou a pena em nove anos e seis meses.

Em meio a essa série de escândalos envolvendo o nome do ex-presidente Lula, o texto mostra parte da face do ex-presidente escondida por suas mãos, ficando à mostra apenas sobrancelhas levantadas e a testa enrugada, demonstrando preocupação. Um pouco acima da sua cabeça, aparece a frase “Lula quase lá”, com

o slogan da revista *IstoÉ*: “Você votaria em um condenado para presidente?”. Fazendo o leitor refletir sobre a idoneidade de Lula para voltar a governar o País.

A face do ex-presidente fica por trás da pergunta: “Você votaria em um condenado para presidente?”. O sujeito Lula é interpelado pela ideologia dominante de que há uma condenação preestabelecida. O próprio enunciado midiático já o condena *a priori*. Não há subterfúgios: tratam-se de dizeres explícitos: existe um *condenado* pela Justiça que pretende ser *candidato*. Sob esse olhar, a mídia cobra, reivindicando do sujeito leitor, uma posição: “Você votaria?”. É perceptível, além disso, que o discurso interpela o sujeito leitor a um julgamento já realizado por ela mesma: é fato, está condenado! Pelas teias do discurso, o sujeito leitor é manipulado e driblado por verdades preestabelecidas. Por isto, para Pêcheux (1988), sob o olhar de Althusser, não há ideologia sem sujeito ou tampouco sujeito sem ideologia. A mídia pós-moderna é conhecedora desses pilares teóricos e produz discursos que se traduzem em redes ideológicas. Sua identidade é desprivilegiada pela capa, pois o seu rosto é carregado de preocupação exacerbada ao ver sua candidatura ameaçada.

Ao criar esse deslocamento entre a imagem de Lula e sua futura candidatura ameaçada em 2018, por envolvimento em escândalos de corrupção, o enunciado cria efeitos de identificação no leitor com o que está sendo publicado, pois, como eleitores, não querem uma pessoa corrupta no poder.

As materialidades discursivas evidenciam a relação entre a alienação midiática e as relações de poder, fazem com que o sujeito leitor se identifique com a mesma e passe a rejeitar Lula como candidato na próxima eleição, mesmo sem ter provas concretas dos crimes que o imputam.

As capas das revistas criam imagens distantes da realidade; elas fazem os leitores construir identidades e identificações por meio de imagens das quais constroem a sua própria verdade, seja ela real ou não.

Portanto, a cultura da mídia mostra que a identidade é uma questão de escolha e ação individual, e que os indivíduos são livres para produzir identidades próprias e exclusivas. Entretanto, hoje, a questão da identidade é mais contestada do que antes. Indo contra a globalização da cultura, travam lutas para preservar e fortalecer a identidade nacional. Indo contra a produção de todas as identidades coletivas, muitos indivíduos estão tentando construir sua identidade pessoal, que, mesmo sem ter conhecimento, é influenciada por forças coletivas (KELLNER, 2001).

Nesta perspectiva, Hall (2006) afirma que o fenômeno da globalização alterou as noções de tempo e espaço, desestabilizando o sistema social e as suas estruturas fixas; possibilitando uma pluralização das culturas dominantes de poder, essas sociedades são atravessadas por diferentes divisões e antagonismos sociais que produzem uma variedade de diferentes posições de sujeito, ou seja, novas identidades para os indivíduos. Se tais sociedades não desintegram totalmente não é porque elas são unificadas, mas porque em seus diferentes elementos e identidades podem, em algumas circunstâncias, ser conjuntamente articulados. No entanto, essa articulação é sempre parcial para que a estrutura da identidade permaneça aberta.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos, os estudos linguísticos ganharam novas perspectivas por intermédio da AD, análises textuais passaram a ser mais abrangentes, uma vez que esta disciplina busca compreender suas condições de produção, os sentidos envolvidos, o papel da memória, constituindo, assim, a noção de discurso ali existente. A mídia oferece um rico material de análise discursiva, ao produzir outras formas de dizer e formulando sempre diferentes versões textuais.

Analisar, através da pesquisa de cunho qualitativo atrelado ao método teórico-analítico, as representações ideológicas do signo Lula em capas das revistas *Veja* e *IstoÉ* para compreender a relação dos discursos midiáticos e políticos de forma entrelaçada e como essa relação é importante na formação sujeito, foi o objetivo elencado no decorrer desta análise. Visto que as capas de revistas, por meio de textos verbais e não verbais carregados de fatos históricos, produzem nos leitores identificação com um discurso carregado de ideologia, recortamos três fases da vida pública de Lula: sindicalista, presidente e pós-Presidência, para entender como essas vêm representando esse signo ao longo de sua vida pública.

As capas de revistas são um rico material carregado de discurso que pode funcionar significativamente, apesar da complexidade de sua constituição e análise, podendo ser utilizadas como um material instigante e inovador nas aulas de leitura, através de uma linguagem verbo-visual que permite ao seu interlocutor várias possibilidades de análises.

Na atualidade, as relações sociais de comunicação exercem grande influência na vida do sujeito pós-moderno, especialmente no cenário político brasileiro, atrelando seus discursos às relações de poder de uma sociedade capitalista que visa apenas à venda, seja ela de produtos ou pessoas. Assim, a ideologia pretende direcionar politicamente o sujeito pós-moderno, que é influenciado pelo discurso midiático e torna-se, assim, um “alienado” político. Nas revistas analisadas, *Veja* e *IstoÉ*, podemos verificar que a ideologia está presente em todas as formas de discurso. Que os discursos ideológicos se atrelam à cultura da mídia e ambas exercem influências sobre a identidade do sujeito pós-moderno.

Através desta pesquisa observamos como os estudos linguísticos sobre o signo foram, aos poucos, evoluindo para a questão do discurso, e como o sujeito Lula (aos poucos) se tornou símbolo das principais capas de revistas. E é por meio dos aparatos

ideológicos que o homem se torna o sujeito da história, pois eles neutralizam os efeitos dos discursos e fazem transparecer que tal interpretação sempre esteve lá, pronta e acabada, prendendo os leitores em suas teias discursivas e tornando-os defensores do seu pensamento.

Notamos, ainda, que ideologia, cultura da mídia e a identidade do sujeito pós-moderno estão sempre ligadas de forma estreita nas revistas supracitadas, exercendo grande influência sobre a identidade do sujeito pós-moderno, tornando-o passível de mudanças, capaz de identificar-se com vários discursos e adquirir inúmeras identidades. Além disso, percebemos que essas práticas discursivas atrelam os seus enunciados ao poder e à elite dominante, que privilegiam grupos de direita em detrimento de grupos opositores, como é o caso do ex-presidente, que em todas fases analisadas, tiveram suas faces carregadas de traços negativos.

Analisando os discursos presentes nas capas das revistas *Veja* e *IstoÉ*, através das representações das faces de Lula, sejam elas no período sindicalista, presidente ou pós-Presidência sígnicas de Lula, suas imagens foram construídas de maneira deturpada ou empobrecida no que diz respeito à prática política genuína. Assim, verificamos que, além de informar os fatos, as revistas também cumprem o papel de mediadoras de opiniões, pois os leitores são interpelados pelos discursos, reproduzindo-os no seu cotidiano. Percebemos, ainda, que essas revistas atrelam os seus discursos às relações de poder, tentando controlar a composição do discurso a partir da sua propagação, manutenção e tentativas de perpetuar as ideologias, visto que os seus discursos produzem verdades ideológicas e efeitos de sentidos que fazem os leitores identificarem e propagarem esses discursos. Discursos esses que são capazes de levar tanto à reflexão, mas, ao mesmo tempo, à alienação dos indivíduos que são interpelados como sujeitos, por meio da ideologia dominante.

Portanto, este estudo permitiu conhecer e entender as relações sociais contemporâneas de comunicação, bem como os engendramentos do cenário político brasileiro pensados pela mídia. Numa tentativa de direcionar as escolhas políticas do sujeito pós-moderno, as capas analisadas usam de discursos ideológicos atrelados às relações de poder para direcionar quem é o melhor candidato a ser votado. No caso do signo Lula, os efeitos de sentidos produzidos nos leitores são de alguém que não possui condições favoráveis para liderar ou governar o nosso País. Pois, nas capas analisadas durante os três períodos - sindicalista, presidente e pós-presidente -, constrói-se no signo Lula traços negativos à sua imagem. Os discursos formados

pelas revistas *Veja* e *IstoÉ* constroem a imagem de um Lula estereotipado, distante daquilo que a elite dominante considera necessário para ser um bom líder, sua imagem sempre carrega traços negativos atrelados a escândalos sociais e políticos, que o torna um mau exemplo de político ou líder sindical. Deste modo, o imaginário, que compreende uma interpretação particular das capas analisadas, embora busque apagar a opacidade constitutiva da linguagem, é apenas um dos tantos modos possíveis de se recortar o real, atribuindo-lhe significado.

REFERÊNCIAS

ACHARD, P. et al. Papel da memória. Tradução e introdução: José Horta Nunes. 2. ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 2007.

ARAÚJO, Inês Lacerda. **Do signo ao discurso**: introdução à filosofia da linguagem. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

BIBLIOTECA Presidência da República. **Biografia**. Disponível em: <<http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/biografia-periodo-presidencial>>. Acesso em: 16/10/2017.

BOTTOMORE, Tom (Ed.). **Dicionário do pensamento marxista**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1983.

BRASIL, Luciana Leão. Michel Pêcheux e a Teoria da Análise de Discurso: Desdobramentos Importantes para a Compreensão de uma Tipologia Discursiva. In: **Linguagem. Estudos e Pesquisas** (UFG). V. 15, p. 173-184, 2011.

CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2004.

DANTAS, Aloísio. **Sobressaltos do Discurso**: Algumas aproximações da análise do discurso. Campina Grande: EDUFPG, 2007

DEZERTO, Felipe Barbosa. Da linguística formal à Análise do Discurso: um breve percurso teórico. In: **Veredas** (UFJF. Online). V. 2, p. 5, 2010.

FERNANDES, Claudemar Alves. A noção de enunciado em Foucault e sua atualidade na Análise do Discurso. In: **Percursos da Análise do Discurso no Brasil**. São Carlos: Editora Claraluz, p. 47-68, 2007.

FRAZÃO, Dilva. **Luiz Inácio Lula da Silva**. Disponível em: <https://www.ebiografia.com/luiz_inacio_lula_silva/>. Acesso em: 16/10/2017.

GOMES, Leidiane Alves. **A contribuição de Michel Breál para os estudos semânticos**. Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/a-contribuicao-de-michel-breal-para-os-estudos-semanticos/131618>. Acesso em: 20/09/17.

GONÇALVES, Luiz. **Linguagem e Comunicação Social: Linguística para comunicadores**. São Paulo: Parábola, 2002.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Análise do Discurso e mídia: a reprodução de identidades**. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/105/106>. Acesso em: 17/02/2017.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro, 11ª ed. Rio de Janeiro: DPA&A, 2006.

_____.; SILVA, Tomaz Tadeu da; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Tomaz Tadeu da Silva (org.). Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

HENRY, Paul. Os fundamentos teóricos da análise automática do discurso de Michel Pêcheux (1969). In: GADET, Francaise; TONY Hak, [et al.] (Orgs.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. 3ª ed., p.13-38, Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

INSTITUTO LULA. **A origem**. Disponível em: <<http://www.institutolula.org/biografia>>. Acesso em: 16/10/2017.

ISTOÉ. **As greves que mudaram o Brasil**. Disponível em: <https://istoe.com.br/as-greves-que-mudaram-o-brasil/>. Acesso em: 06/03/2017.

ISTOÉ. **A marolinha virou um tsunami**. Disponível em: <https://istoe.com.br/marolinha-virou-um-tsunami/>. Acesso em: 24/11/2017.

ISTOÉ. **Lula o plano para 2014**. Disponível em: https://istoe.com.br/8993_LULA+O+PLANO+2014/. Acesso em: 24/11/2017.

ISTOÉ. São Paulo. nº 2053. Editorial, 18 março 2009. <https://istoe.com.br/edicoes/page/16/>. Acesso em: 06/03/2017.

ISTOÉ. São Paulo. nº 2483. Editorial, 14 julho 2017. <https://istoe.com.br/edicoes/>. Acesso em: 18/08/2017.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: Edusc, 2001.

LÉVI, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1997.

LULA, o filho do Brasil. Direção: Fábio Barreto. Produção: Paula Barreto e Rômulo Marinho. Intérpretes: Glória Pires; Milhem Cortaz; Rui Ricardo Dias e outros. Roteiro: Daniel Tandler, Denise Paraná e Fernando Bonassi. LC Barreto; Filmes do Equador Intervideo Digital; Globo Filmes, 2010. (128 min), colorido. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7vdOHUnPE1Y>>. Acesso em: 16/10/2017.

MALDIDIER, Denise. Elementos para uma Análise do Discurso na França. In: **Gestos de leitura**. Campinas, SP: Unicamp, 1997.

_____. **A inquietude do discurso. Um trajeto na história da Análise do Discurso: O trabalho de Michel Pêcheux**. Campinas: Pontes, 2003.

MEMÓRIA GLOBO. **Escândalo do Mensalão**. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/mensalao/a-demissao-de-jose-dirceu.htm>. Acesso em: 24/11/ 2017.

MEMÓRIA DOS METALÚRGICOS DO ABC. **Contexto / 1978**. Disponível em: http://www.abcdeluta.org.br/contexto.asp?id_ANO=39. Acesso em: 23/11/2017.

OLIVEIRA, Mirian Ribeiro. **Língua**: instrumento de exclusão e inclusão sociais. Travessias (UNIOESTE. On-line), v. 7, p. 127-137, 2010.

_____. **Saussure**: um viés de inclusão pela Psicanálise Lacaniana. Revista Eletrônica Polidisciplinar Vãos, v. 1, p. 47-58, 2009.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 9ª ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2010.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução de Eni Orlandi. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1988.

_____. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 5ª ed. Tradução de Eni Puccinelli Orlandi. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

_____. Análise Automática do Discurso (AAD 69). In: GADET, Francaise; TONY Hak, [et al.] (Orgs.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. p. 61-161. 3ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

RAMOS, Érico Tlajja. **Lula, o herói do monomito: a representação da trajetória de Luiz Inácio Lula da Silva**. Porto Alegre: UFRGS, 2007.

SAUSSURE, Ferdinand de. Natureza do signo linguístico. In: **Curso de Linguística Geral**. 27ª ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

Site da Presidência da República. **Biografia do presidente**. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/biografia-periodo-presidencial>. Acesso em: 10/10/2017.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura**: a comunicação e os seus produtos. 5ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

TERRA. **Crise no governo**. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/brasil/crisenogoverno/interna/0,,OI556066-EI5297,00-Jose+Dirceu+deixa+a+Casa+Civil.html>. Acesso em: 24/11/2017.

VEJA. **Em VEJA desta semana: o derretimento do mito Lula**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/em-veja-desta-semana-o-derretimento-do-mito-de-lula/>. Acesso em: 06/03/2017.

VEJA. São Paulo: Abril, nº 1910. Editorial, 22 junho 2005. Disponível em: <https://acervo.veja.abril.com.br/index.html#/edition/32579?page=1§ion=1>. Acesso em: 06/03/2017.

VEJA. São Paulo: Abril, n° 551. Editorial, 28 março 1979. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/index.html#/edition/34001?page=1§ion=1>>. Acesso em: 06/03/2017.

VEJA. São Paulo: Abril, n° 2496. Editorial, 21 setembro 2016. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/index.html#/edition/39415?page=1§ion=1>>. Acesso em: 06/03/2017.

ŽIŽEK, Slavoj. O espectro da ideologia. In: **Um mapa da ideologia**. Tradução de Vera Ribeiro, p. 7-38. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.