



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
COMUNICAÇÃO**



**CARLOS AUGUSTO DE FRANÇA ROCHA JÚNIOR**

**AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS NA EDITORIA "POLÍTICA NACIONAL" DA  
REVISTA ROLLING STONE BRASIL: A cobertura das eleições presidenciais de 2010 no  
Brasil**

Teresina  
2014

**CARLOS AUGUSTO DE FRANÇA ROCHA JÚNIOR**

**AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS NA EDITORIA "POLÍTICA NACIONAL" DA  
REVISTA ROLLING STONE BRASIL: A cobertura das eleições presidenciais de 2010 no  
Brasil**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI) como requisito para obtenção do grau de Mestre em Comunicação.  
Orientador: Prof. Dr. Francisco Laerte Juvêncio Magalhães.

Teresina

2014

**FICHA CATALOGRÁFICA**  
**Universidade Federal do Piauí**  
**Biblioteca Comunitária Jornalista Carlos Castello Branco**  
**Serviço de Processamento Técnico**

R672e Rocha Júnior, Carlos Augusto de França Rocha.  
As Estratégias Discursivas na Editoria “Política Nacional”  
da revista Rolling Stone Brasil: a cobertura das eleições  
presidenciais de 2010 no Brasil. / Carlos Augusto de França  
Rocha Júnior. – Teresina: 2014.  
175 f.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade  
Federal do Piauí, Teresina, 2013.  
Orientação: Prof. Dr. Francisco Laerte Juvêncio Magalhães.

1. Análise de Discurso Crítica. 2. Cultura *Pop*. 3. Discurso  
Político. I. Título.

CDD 808.0460 9

CARLOS AUGUSTO DE FRANÇA ROCHA JÚNIOR

**AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS NA EDITORIA "POLÍTICA NACIONAL" DA  
REVISTA ROLLING STONE BRASIL: A cobertura das eleições presidenciais de 2010 no  
Brasil**

Dissertação apresentada ao curso de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI) como requisito para obtenção do grau de Mestre.

Aprovado em: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2014

COMISSÃO EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Francisco Laerte Juvêncio Magalhães (UFPI)  
(Orientador)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Janete de Páscoa Rodrigues (UFPI)

---

Prof. Dr. Feliciano José Bezerra Filho (UESPI)

Teresina

2014

*A minha avó, Francisca das Chagas Rocha,  
pelas perguntas que me fez, assim como  
pelo exemplo de determinação  
e de carinho (in memoriam)*

## AGRADECIMENTOS

A Maria do Socorro Oliveira Rocha e Carlos Augusto de França Rocha, minha mãe e meu pai, pelo apoio, ajuda e impulso que nunca faltaram ao longo desta caminhada.

Aos meus irmãos, Kássia Roberta Oliveira Rocha e José Ivo Oliveira Rocha, pelos exemplos de quem sempre busca aquilo que deseja com vontade.

Aos meus familiares pelos incentivos a passar por mais esta etapa.

Ao amigo Emanuel Alcântara, pelo incentivo, pela paciência e pela amizade.

Aos amigos Rômulo Verçosa e Elói Freire pelo companheirismo.

À amiga Edienari dos Anjos pela parceria e amizade sincera.

À amiga Tania Samara Lemos pela paciência, apoio e confiança.

A Flalrreta Alves, pela amizade e pelas reflexões em nossas conversas.

A Fernanda Dino, Tamires Coelho e Thiago Meneses pelas amizades sinceras e pelas contribuições fundamentais na busca por ser um pesquisador flexível.

A Tchesca Mendes Pereira, Mariana Gonçalves e Laís Lustosa pelos estímulos a seguir sempre em frente.

A Muna Kalil pelo carinho expressos sempre com sorrisos e palavras amigas.

A Leila Sousa, Lourdes Pereira, Cássia Sousa e Vanessa Soromo pela cumplicidade.

A Eline Reis, pelas contribuições para que este trabalho ganhasse corpo.

A Juarez Fernandes e Ribamar Albuquerque pela parceria.

Aos amigos que fiz na UFPI, como aluno e ex-aluno, que demonstraram que a experiência de vida em uma universidade vai além das salas de aula.

Aos alunos da disciplina Tópicos Especiais em Comunicação I, da Universidade Federal do Piauí, por estimularem a busca pelo amadurecimento como professor e por valiosas trocas de ideias.

Aos colegas de turma, parceiros que desenvolveram com afinco pesquisas importantes para o desenvolvimento científico do Piauí.

Ao professor Doutor Laerte Magalhães por aceitar o desafio de me orientar em minhas reticências e particularidades.

Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (PPGCom-UFPI) pela abertura para pesquisas em diversas searas.

A Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí (Fapepi) pelo suporte para a realização desta pesquisa.

*O homem é o homem e a sua circunstância*  
(José Ortega Y Gasset (1883-1955),  
filósofo espanhol).

## RESUMO

Esta pesquisa analisa os discursos na editoria "Política Nacional" da revista Rolling Stone Brasil a respeito das eleições presidenciais brasileiras de 2010. O *corpus* é composto por seis edições da revista, veiculadas no segundo semestre do referido ano. Tenta-se compreender como os discursos da revista abordam as eleições daquele ano em relação aos candidatos, as tendências políticas e o processo eleitoral em si. Adota-se o referencial teórico da Análise de Discurso Crítica como modo de observar criticamente os sentidos produzidos pela revista ao tratar da cena política brasileira. Para isso, recorre-se a categorias analíticas como avaliação, ideologia e luta hegemônica. Adotam-se também aos conceitos de campo e cultura *pop* a fim de esclarecer como a revista constrói a realidade no contexto daquelas eleições presidenciais brasileiras. Discute-se ainda, a organização da narrativa jornalística como parte fundamental para concepção da reportagem e como está estruturado o jornalismo de revista no Brasil. A revista é analisada principalmente pela exposição das relações que trava com os candidatos nas avaliações que realiza sobre eles e também na apresentação das lutas hegemônicas e das ideologias. A publicação também é considerada como parte importante da cobertura de eleições, pelos posicionamentos que adota ao detalhar o transcorrer das eleições 2010. Para a realização da pesquisa são absorvidas as contribuições de diversos autores como Žižek (1995), Thompson (1996), Jameson (1995), Sousa (2011), Fairclough (2008), Bourdieu (2004), Maingueneau (2008), Silva (2009), Borelli (2010), Vizeu (2003), Neveu (2006), Veron (2004), Ramalho e Resende (2011) dentre outros.

**PALAVRAS-CHAVE:** Análise de Discurso Crítica. Comunicação. Cultura *Pop*. Discurso Político.

## ABSTRACT

This research analyzes the discourses published at " Política Nacional" of Rolling Stone Brasil magazine, concerning about the brazilian presidential elections in 2010. The corpus consists in six issues of the magazine, circulated in the second half of that year. We try to understand how the discourses of the magazine discuss the elections that year about the candidates, political trends and the electoral process itself . Theoretical framework of Critical Discourse Analysis was adopted as a way to critically observe the meanings produced by the magazine to address the Brazilian political scene. For this, was resort to analytical categories such as evaluation, ideology and hegemonic struggle. Also adopt - categories field and pop culture in order to clarify how the magazine constructs reality in the context of those Brazilian presidential elections. It discusses also the organization of the journalistic narrative about design as a fundamental part for the conception and how the magazine's structured journalism in Brazil . The magazine is analyzed mainly by exposure of the relationships that lock with the candidate that conducts the reviews on them and also the presentation of hegemonic struggles and ideologies. The publication is also considered as an important part of the election coverage, by adopting positions in detailing the course of the 2010 elections. For the research are absorbed the contributions of several authors as Žižek (1995) , Thompson (1996), Jameson (1995) , Sousa (2011) , Fairclough (2008) , Bourdieu (2004) , Maingueneau (2008) , Silva (2009) , Borelli (2010) , Viseu (2003) , Neveu (2006) , Veron (2004) , Ramalho and Resende (2011) among others .

**KEYWORDS:** Critical Discourse Analysis. Communication. Pop Culture. Political Discourse.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1</b>	Ilustração da reportagem “O Monstro da Derrota”	82
<b>Figura 2</b>	Ilustração da reportagem “À Sombra de Gigantes”	91
<b>Figura 3</b>	Capas de <i>Rolling Stone</i> Brasil com ilustrações dos candidatos entrevistados	93
<b>Figura 4</b>	Ilustração da reportagem “Na Governança Global”	108
<b>Figura 5</b>	Ilustração da reportagem “Sim, Ela Pode”	114
<b>Figura 6</b>	Ilustração da reportagem “Pecado Original”	120

## LISTA DE ABREVIATURAS

AD- *Análise de Discurso*

ADC- *Análise de Discurso Crítica*

CCCS- *Centre of Contemporary Cultural Studies*

PCB- *Partido Comunista Brasileiro*

PCO- *Partido da Causa Operária*

PMDB- *Partido do Movimento Democrático Brasileiro*

PRTB- *Partido Renovador Trabalhista Brasileiro*

PSDB- *Partido da Social Democracia Brasileira*

PSDC- *Partido Social Democrata Cristão*

PSL- *Partido Social Liberal*

PSOL- *Partido Socialismo e Liberdade*

PSTU- *Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado*

PT- *Partido dos Trabalhadores*

PV- *Partido Verde*

RS- *Rolling Stone*

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
<b>1. DISCURSO, CAMPO E IDEOLOGIA: UNIDOS PELA PRÁTICA SOCIAL</b>	<b>18</b>
1.1. A metodologia da Análise de Discurso na compreensão das estratégias enunciativas	18
1.1.1 Discurso como prática de significação do mundo	22
1.1.2 Análise de Discurso Crítica e a relação dialética entre discurso e estrutura social	29
1.2. Campo como microcosmos relativamente autônomos	33
1.2.1 Campo discursivo e a articulação do interdiscurso	37
1.2.2 Campo midiático como resultado da influência dos campos entre si	38
1.3 Ideologia: De ciência das ideias a atividade marcada pela crítica	41
1.3.1 Ideologia, hegemonia e comunicação de massa	45
<b>2. CULTURA E CULTURA POP: REFLEXÕES SOBRE CONSUMO NA CONTEMPORANEIDADE</b>	<b>50</b>
2.1 Compreensão sobre o que é cultura	50
2.1.1 Cultura popular em contraponto a cultura erudita	53
2.1.2 Cultura e contemporaneidade, mudanças nas tecnologias e nas relações	57
2.2 Cultura <i>pop</i> : corruptela que liga popular e massificação	60
<b>3. ROLLING STONE BRASIL E POLÍTICA NACIONAL: UMA REVISTA DE CULTURA POP QUE ABORDA POLÍTICA</b>	<b>68</b>
3.1 Narrativa midiática como ponto de partida para a organização do jornalismo de revista	68
3.2 <i>Rolling Stone</i> Brasil como revista especializada e a editoria Política Nacional	73
<b>4. AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NAS PÁGINAS DE ROLLING STONE BRASIL</b>	<b>80</b>
4.1 “O Monstro da Derrota”: A polarização entre PT e PSDB	81
4.2 “À Sombra de Gigantes” e “O Próximo Presidente do Brasil”: Distinção entre os candidatos e a distância deles em relação ao poder	90
4.3 “Na Governança Global”, “Sim, Ela Pode” e “Pecado Original”: Vitoriosos, derrotados e consequências das eleições 2010	107
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>126</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>135</b>
<b>ANEXO A - REPORTAGEM “O MONSTRO DA DERROTA”, PUBLICADA EM JULHO DE 2010</b>	<b>140</b>
<b>ANEXO B - REPORTAGEM “À SOMBRA DE GIGANTES”, PUBLICADA EM AGOSTO DE 2010</b>	<b>143</b>

**ANEXO C - REPORTAGEM “O PRÓXIMO PRESIDENTE DO BRASIL”, PUBLICADA EM SETEMBRO DE 2010 147**

**ANEXO D - REPORTAGEM “NA GOVERNANÇA GLOBAL”, PUBLICADA EM OUTUBRO DE 2010 163**

**ANEXO E - REPORTAGEM “SIM, ELA PODE”, PUBLICADA EM NOVEMBRO DE 2010 167**

**ANEXO F - REPORTAGEM “PECADO ORIGINAL”, PUBLICADA EM DEZEMBRO DE 2010 170**

## INTRODUÇÃO

Este trabalho analisa as reportagens da editoria “Política Nacional” da revista Rolling Stone Brasil a respeito das eleições presidenciais brasileiras de 2010. As estratégias discursivas da publicação ao longo dos meses da campanha - durante a eleição e logo após o processo eleitoral - são o foco da pesquisa que tem como *corpus* as seis edições de Rolling Stone Brasil publicadas mensalmente no segundo semestre de 2010.

O referencial teórico metodológico utilizado diz respeito à Análise de Discurso Crítica que se interessa por analisar as relações de poder. Tendo em vista que os campos midiático e político tem o poder como lugar de trabalho, entende-se que essas lentes são perfeitamente ajustáveis ao olhar crítico da pesquisa em questão. A partir deste aspecto destacam-se alguns autores como Ramalho e Resende (2011), Thompson (1996) e Fairclough (2001) que abordam respectivamente as categorias de avaliação, ideologia e poder como hegemonia.

Rolling Stone Brasil é uma revista de cultura *pop* que conta com uma editoria especializada em política nacional. Essa editoria apresenta as disputas e as relações entre as diversas tendências políticas que estão envolvidas em lutas por hegemonia no cenário político brasileiro. Contar com uma editoria voltada para política nacional não é uma exclusividade da versão brasileira da revista Rolling Stone. A matriz norte-americana também conta com uma editoria especializada em política que, assim como na edição brasileira, ocupa um espaço fixo na revista. Estudar como a revista se posiciona para tratar o campo político e as ideologias que constituem seus discursos articulados são importantes para pensar a própria existência da editoria.

Cabe destacar que a marca "Rolling Stone" está representada em vários países e a versão brasileira é dividida em duas fases. A primeira fase situa-se na década de 1970, quando após 36 edições foi encerrada por divergências entre os responsáveis brasileiros e a matriz norte-americana. Foi um período em que a publicação contou com os principais ícones da época, como Gal Costa e Luiz Gonzaga estampando suas páginas. Em 2006 começa a segunda fase de Rolling Stone Brasil, quando a revista é relançada em outubro daquele ano e segue sendo publicada mensalmente, sem interrupções até hoje. A editoria “Política Nacional” está presente desde o primeiro número da revista, sendo que em algumas edições houve reportagens para uma seção especial chamada “Política Internacional”.

Rolling Stone Brasil é uma publicação estruturada com seções que tratam de cultura pop, cultura voltada para espíritos jovens e intensamente midiaticizada; com uma seção voltada para grandes reportagens sobre o Brasil, chamada “Conexão Brasilis” e uma editoria especializada para abordar política nacional, denominada de "Política Nacional".

A editoria habitualmente aparece próxima ao centro da revista entre as edições selecionadas para o estudo. A editoria de “Política Nacional” destaca-se pela relação entre os elementos que compõem a reportagem. Cada matéria da editoria conta com uma ilustração acima do título que ajuda a traçar uma síntese do texto a ser apresentado nas páginas seguintes.

Caracterizada também por uma linguagem mais despojada em relação a outras publicações que abordam o tema política, a publicação apresenta descrições minuciosas sobre a personalidade dos personagens da cena, abordando até mesmo aspectos pitorescos da vida dos políticos. Rolling Stone Brasil trata a política nacional de um modo relacionado ao estilo da revista, que busca falar a um público jovem com reportagens longas, compreendendo o relato em uma narrativa que flui em determinados momentos de maneira informal. A revista estabelece o diálogo entre a política e a cultura *pop*.

Através dos discursos presentes na revista é possível compreender como são construídas as avaliações em torno dos candidatos à presidência do Brasil e como Rolling Stone Brasil narra a luta hegemônica entre eles. São reportagens que destacam como está estruturada a visão da revista sobre Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB), Marina Silva (PV) e as candidaturas menores. Estão em foco as estratégias da revista em abordar estes candidatos e como ela apresenta-os para o público leitor.

O estudo aborda o discurso como moldado e restringido pela estrutura social, pelas relações entre as instituições particulares e que, através disso, ele promove não somente uma representação do mundo, mas um processo de significação do mundo. Tomando o discurso a partir de um viés crítico, o estudo aborda o tema como a contribuição para a estruturação das dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem.

Observa-se como a revista propõe sua discursividade em torno da cena política brasileira, especificamente para abordar o tema eleições. A fim de desenvolver o presente trabalho, utiliza-se a metodologia da Análise de Discurso Crítica sobre a qual se realiza uma revisão bibliográfica para explicar mais de sua aplicação. A Análise do Discurso Crítica notabiliza-se na busca por analisar o texto a partir dos conceitos de discurso, poder e ideologia

voltada para uma visão científica da crítica social contemplando os avanços da pesquisa social sobre a contemporaneidade na análise linguística e semiótica.

A escolha da Análise de Discurso Crítica acontece por ser o método para tratar dos dados partir da perspectiva de que o discurso é opaco, não-transparente e pleno de possibilidades de interpretação. O estudo não analisa o que o texto diz especificamente, e sim o como e porque são realizadas determinadas escolhas a respeito de uma estrutura textual. Para tanto, as marcas textuais nas matérias da editoria “Política Nacional” são estudadas como representações a respeito das eleições de 2010 e seus candidatos. É uma oportunidade de olhar criticamente como Rolling Stone Brasil trata das eleições de 2010 e as peculiaridades da cena política brasileira, como a existência de candidaturas que mesmo sem chances de vitória lançam-se na disputa.

A revisão bibliográfica abrange ainda os conceitos de campos sociais, ideologia e cultura *pop* para delimitar mais a respeito da relação entre cultura *pop* - tema chave de Rolling Stone Brasil - e política nacional na cobertura jornalística. É um levantamento bibliográfico amparado em compreender as estratégias discursivas que a publicação utiliza para abordar o tema política nacional, assim como que preferências ideológicas são expressas através da editoria “Política Nacional” e encampadas pela revista ao lidar com os personagens da cena política brasileira e com o leitor.

Para realizar este estudo é preciso compreender o texto como parte de um universo intermediário, chamado campo, situado entre dois polos muito distanciados em conjunto com agentes e instituições que produzem conteúdo naquele universo. Campo é um dos conceitos chave para a pesquisa pela multiplicidade de temas que são abordados. O jornalismo, a cultura, a política são temas que através de seus campos interagem e manifestam-se nas páginas de Rolling Stone Brasil. Com as delimitações a respeito do jornalismo, a cultura e a política, o objeto é construído a partir de seus campos já que se trata de uma revista de cultura *pop* com uma editoria voltada especialmente para a cobertura de política nacional brasileira. Os campos, neste caso, funcionam à semelhança de contextos em que os eventos acontecem representados nos produtos analisados.

Busca-se compreender como as marcas textuais enquanto pistas relacionadas a determinadas formações ideológicas, a partir da proposta de que sujeitos são posicionados ideologicamente tanto quanto estão livres para agir criativamente em novas conexões. O trabalho analisa os confrontos ideológicos entre as correntes políticas brasileiras e como a

revista apresenta estas disputas, com a investigação concentrada em perceber estas estratégias do texto a partir das marcas textuais dos discursos da revista Rolling Stone Brasil.

Além disso, o trabalho aborda como a revista posiciona-se em relação aos personagens e sua influência na cena política brasileira. Para isso, compreende-se a ideologia como detentora de existência material nas práticas das instituições e que interpela os sujeitos, influenciando em sua própria constituição. A revista neste caso além de palco para estas disputas ideológicas estabelece-se como um participante desta disputa, quando apresenta identificações em relação aos candidatos, a outros políticos e até mesmo particularidades do sistema político brasileiro.

Destaca-se um aspecto especial a respeito do veículo de comunicação selecionado para este trabalho. Rolling Stone Brasil é uma revista marcada pela segmentação no tocante à cultura *pop* e conta com uma editoria sobre política nacional. A partir disso, cabe também buscar a compreensão do que é cultura *pop* para realizar a compreensão de como a amplitude do termo permite a convivência com diversos assuntos possíveis em uma mesma publicação do gênero, inclusive política. A partir da seção "Política Nacional", Rolling Stone Brasil apresenta a seu público, temas relacionados ao dia a dia da política nacional envolvida na cultura pop que a revista apresenta em suas outras reportagens.

A cultura *pop* é tratada em sua fragmentação e como expressão nova relacionada a organização contemporânea do consumo em diversas áreas. Compreender esta natureza fragmentada da cultura *pop* é fundamental para poder observar melhor a sua ampla abrangência com a criação de famosos, de arte e também sua relação com veículos de comunicação, sejam eles mais generalistas ou mais segmentados. É uma cultura voltada principalmente para uma concepção sobre juventude e o que é atual, por isso, absolutamente midiaticizada.

A revista como meio de comunicação é outro foco de atenção neste trabalho, afinal, Rolling Stone Brasil é uma revista voltada para o jornalismo cultural que possui uma editoria voltada para política nacional. Para melhor entendimento desta característica peculiar, a pesquisa destaca o gênero reportagem, uma vez que a cobertura midiática promovida por Rolling Stone Brasil é organizada a partir de reportagens que exploram em detalhes a narrativa midiática com um modo diferente de contar uma realidade particular. Além disso, a narrativa midiática representa uma oportunidade de mudanças nas coberturas jornalísticas,

como a fuga do modelo consagrado da pirâmide invertida que é inadequado para veículos de periodicidade mais longa como a revista.

A compreensão da história do jornalismo de revista é de que nela a narrativa jornalística ganha seu espaço mais fértil, pela maior aproximação com o leitor e periodicidade. São vários tipos de revista que começam com publicações mais amplas e resultam em produtos mais especializados, como o jornalismo cultural, onde se insere a Rolling Stone Brasil. A partir dos aspectos particulares das épocas em que estão situadas as duas fases de Rolling Stone Brasil, década de 1970 e a partir de 2006, explica-se como a revista está presente na história do jornalismo brasileiro.

Na história de Rolling Stone Brasil está presente a sua relação com a política nacional, seja na primeira fase da revista quando houve a necessidade de lidar com os problemas causados pela censura prévia dos governos militares, como também na segunda fase, na organização de uma editoria especializada em política nacional. A existência da editoria “Política Nacional” realiza a cobertura de temas ligados à cena política brasileira como as eleições 2010. Estas eleições em particular são as primeiras com a cobertura da revista, assim como o primeiro processo eleitoral em que o nome de Luiz Inácio Lula da Silva não aparecerá como opção de voto ao eleitor brasileiro no cargo de presidente da República desde a redemocratização.

Para o estudo em particular são consideradas seis edições de Rolling Stone Brasil, correspondentes ao segundo semestre de 2010. São reportagens da editoria “Política Nacional” que levam em consideração a situação das principais candidaturas, assim como os que pensam os candidatos a respeito do pleito. Neste caso, os candidatos são agrupados pela publicação em duas edições: os menores; chamados pela revista de “nanicos”, e os maiores; Marina Silva (PV), Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB). Há ainda edições voltadas para realizar análises sobre o resultado do pleito, seja para as relações internacionais brasileiras, assim como para vencedores e perdedores.

Compreendendo os três momentos em que o *corpus* está envolvido; pré-eleitoral, eleitoral e pós-eleitoral, a análise acontece a partir das categorias destacadas para o trabalho. A aplicação da avaliação, ideologia e luta hegemônica abordam o material selecionado para destacar como os candidatos são tratados pela revista e como ela posiciona-se em relação a eles. Caracterizar a cobertura eleitoral empreendida por Rolling Stone Brasil é o foco do

trabalho principalmente no modo como a revista estabelece diferenciações entre os candidatos, entre as tendências políticas e os posicionamentos no sistema eleitoral brasileiro.

Observar como uma revista de cultura *pop* trata o campo político é uma oportunidade de compreender que há abordagens diferentes para os temas da política nacional. Trata-se de uma chance de realizar contato com reportagens em que texto e imagem complementam-se na caracterização daqueles que ocupam espaço de destaque na cena política. Além disso, é um momento de estudar uma cobertura que é realizada de maneira ampla e qualificada através de reportagens que enfatizam a narrativa midiática como o modo de contar como foi a realização das eleições 2010.

## **1 DISCURSO, CAMPO E IDEOLOGIA: UNIDOS PELA PRÁTICA SOCIAL**

O universo político é complexo e marcado por tensões envolvendo as constituições de grupos de poder que instiga a busca por compreender este universo a partir de uma reflexão aprofundada sobre política e as disputas político eleitorais. Quando se trata de uma cobertura política de eleições presidenciais é preciso conhecer mais para observar como se dão as batalhas entre os postulantes ao poder e como os veículos de comunicação fazem determinadas escolhas no sentido de se posicionarem como aptos a abordar o tema.

A editoria de política nacional de Rolling Stone Brasil é palco de intensas disputas ideológicas, marcadas pelo entrecruzamento de diversos campos, assim como pela presença de vários discursos. São candidatos, assessores, coligados e a própria publicação que fazem parte da cena enunciativa e buscam estabelecer uma posição diante do público a fim de conquistar sua adesão. Para compreender melhor como a publicação e seus personagens atuam a proposta é detalhar mais como os conceitos de Discurso, Campo e Ideologia estão presentes nas práticas sociais.

### **1.1 A metodologia da Análise de Discurso na compreensão das estratégias enunciativas**

As estratégias enunciativas que revista Rolling Stone Brasil utiliza para abordar as eleições presidenciais de 2010 se constituem do uso da linguagem como prática social por parte do jornalismo a partir da organização discursiva do testemunho de muitos acontecimentos registrados por diversos suportes. Observando estas estratégias enunciativas e como elas se traduzem em uma ideia, recorre-se a uma metodologia a fim de estabelecer uma explicação. Para desenvolver este estudo a respeito das reportagens da editoria de Política Nacional da revista Rolling Stone Brasil é utilizado o instrumental metodológico apresentado pela Análise do Discurso (AD).

A AD desenvolveu-se até agora em 3 gerações para chegar a este momento. A primeira geração com Saussure nos anos 40 e 50 do século XX, a partir da obra Curso de Linguística Geral a partir de uma inspiração muito estruturalista; a segunda geração é contextualizada a partir de Barthes e Greimas nos anos 60 e 70, do mesmo século, com uma abordagem imanentista de inspiração marxista. A terceira geração está ligada a uma disciplina que estuda os fenômenos culturais como fenômeno de comunicação. De acordo com

Magalhães (2003) a terceira geração está marcada pelo estudo da produção de sentido em que a significação é fruto de práticas e estratégias discursivas. Araújo (2000) propõe 3 postulados a partir da proposta de Pinto: heterogeneidade enunciativa, semiose infinita e economia política do significante.

Os trabalhos da terceira geração contam, principalmente, com pesquisas voltadas para a união entre linguística e história, apontando os discursos como práticas sociais determinadas pelo contexto sócio-histórico tanto quanto o contexto determina estas práticas sociais. Esta ferramenta metodológica é selecionada na perspectiva de uma pesquisa qualitativa baseada na constituição de relações entre crenças e ideias que considerem o enfoque da linguagem e considerando que a Análise de Discurso está voltada para o mapeamento de vozes e identificação de sentidos.

Gil (2002) explica que a pesquisa qualitativa depende de muitos fatores como a natureza dos dados coletados, os instrumentos da pesquisa e os pressupostos teóricos que organizam a investigação em uma sequência que envolve a seleção dos dados, a categorização deles, a interpretação e a preparação do relatório com os resultados. Courtine (2006) apresenta a AD como modo de intervenção política que tem como efeito um modo de leitura dos discursos através de um conjunto de dispositivos encarregados da canalização da observação dos textos que operam. A proposta do autor é fazer AD com a descrição do fio do discurso e analisando a linearidade da cadeia em busca da heterogeneidade e alteridade. Neste aspecto o analista é um articulador que vai além do trabalho de linguística.

Segundo Charaudeau (2006), a Análise de Discurso procura esmiuçar os discursos produzidos em determinado contexto sócio-histórico em uma análise voltada para elaborar um parecer a respeito de um discurso em determinadas condições de interpretação. A análise é voltada ainda para verificar os efeitos de sentido identificáveis no receptor através de estratégias do emissor para alcançar o público de seu ato discursivo.

Pinto (2002) relaciona a AD à conceituação dos produtos culturais a fim de interpretar de modo crítico a produção, circulação e consumo destes produtos. Especificamente, são textos, formas aplicadas da linguagem, seja ela oral ou escrita, ou outros sistemas semióticos contextualizadas histórica e socialmente em práticas sociais.

A partir de corpora de produtos culturais empíricos criados por eventos comunicacionais [...], a análise de discursos procura descrever, explicar e avaliar criticamente os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos vinculados àqueles produtos na sociedade. (PINTO, 2002, p. 11)

Para Brandão (2004), a partir da ideia de que o processo discursivo está intimamente ligado à produção de sentidos, o discurso é onde aparecem as significações tornando-o lugar específico da formação discursiva. A autora destaca que a formação discursiva, a formação ideológica e as condições de produção constituem as formulações teóricas da AD. O ideológico constitui o discursivo, ou seja, em uma formação ideológica dada há várias formações discursivas interligadas. Então, o ideológico governa o discursivo determinando aquilo que pode ser dito em determinadas conjunturas, seja pelo momento histórico em questão ou pelas relações de classes envolvidas.

A Análise de Discurso é instrumento para compreender os mecanismos de disputa por hegemonia na linguagem, o que torna o trabalho de análise em si, uma busca pelos choques entre as diversas ideologias que disputam o lugar da hegemonia. Para Pinto (1999), o ideológico é visto no discurso como uma parte da formação ideológica, assim como está relacionado à noção de poder, representada na disputa por “dar a última palavra” e os efeitos de discurso nas relações sociais. Segundo o autor, a percepção do ideológico no texto se dá pelas marcas e traços que a geração de sentidos deixa na superfície textual. Caberá ao analista buscar demarcar estas “pistas” e interpretar o material.

A função das ideologias como constitutivas da produção / reprodução dos sentidos sociais, por força dos aparelhos ideológicos, desenvolvida por Louis Althusser, tem papel fundamental na AD. Define os discursos como práticas sociais determinadas pelo contexto sócio-histórico, mas que também são parte constitutivas daquele contexto - de modo semelhante à definição defendida neste livro - e tem privilegiado em suas análises principalmente textos impressos ou transcrições de textos orais, quase sempre tratados isoladamente, de modo independente de outros sistemas semióticos presentes, e cujas implicações político-ideológicas procuravam desvelar, de um ponto de vista crítico. (PINTO, 1999, p. 21)

O ideológico como estratégia de manutenção de poder está diluído nas diversas esferas do ato comunicativo trocando de posições. Magalhães comenta que “O trabalho de leitura, como trabalho também de produção do sentido, é um ato de poder tanto quanto ideológico.” (MAGALHÃES, 2003, p. 58) Na leitura toma-se o reconhecimento do ideológico pelas marcas que aparecem na superfície textual, e principalmente o poder que o suporte detém ante o seu leitor. Brandão (2004) interliga ainda os conceitos de ideologia e sujeito com base na aceção de que o Outro é instaurado ato de enunciar. Para a autora, a enunciação é um ato

intersubjetivo já que na fala se convocam a participação dos outros. Esta preocupação com o Outro descentra o conceito de sujeito, marcando também o discurso pela dispersão e a ocorrência de diversas vozes sociais.

A respeito da presença de outras vozes no discurso, Brandão (2004) pontua que uma formação discursiva é organizada não apenas em uma única linguagem para todos como um bloco compacto e coeso que se estabelece em oposição com outras formações discursivas. A falta de limites que demarquem o “interior” e o “exterior” da formação discursiva representa o quanto ela é instável e aberta à presença de várias formações discursivas, o que para a autora representa que cada formação discursiva é definida a partir de seu interdiscurso.

É possível, em uma abordagem inicial, conceber o interdiscurso como um espaço discursivo, ou um conjunto de discursos, mesmo que tome em consideração campos discursivos distintos que se limitam mutuamente. O interdiscurso também pode ser considerado um conjunto de unidades discursivas em que um discurso particular trava relações explícitas ou implícitas.

Maingueneau (2008) defende que o interdiscurso consiste no caráter dialógico de todo enunciado em que há sempre um pré-construído que funciona como um “Outro” no discurso. Ele opta por apresentar o outro pela heterogeneidade mostrada, apreendida pelos aparelhos linguísticos e constitutiva, que junta o discurso do Mesmo e do Outro.

Disso decorre o caráter essencialmente dialógico de todo enunciado do discurso, a impossibilidade de dissociar a interação dos discursos do funcionamento intradiscursivo. Essa implicação do Mesmo e do Outro retira a coerência semântica das formações discursivas todo caráter de “essência”, cuja inscrição na história seria acessória; não é dela que a formação discursiva retira o princípio de sua unidade, mas de um conflito regulado. (MAINGUENEAU, 2008, p. 37)

A interação entre um discurso primeiro e um discurso segundo acontece principalmente para destacar que o Outro continua presente no discurso segundo, mesmo que ele não tenha mais nada a ver com o discurso primeiro. Isso acontece pela rede semântica que foi construída por meio de uma interação conflituosa entre os dois discursos. O interdiscurso se configura como um contínuo reenvio de discursos entre si, cuja configuração não se tem memória, mas se faz presente através das marcas textuais.

O interdiscurso como memória é abordado também por Courtine (2006), que na tentativa de identificar a existência material da ideologia afirma que todo discurso produzido

por um sujeito em uma formação discursiva está envolvido pelo interdiscurso representado pelos elementos pré-construídos. Como lugar de memória o interdiscurso está ligado tanto à lembrança como ao esquecimento e por isso fazer AD é abordar, a partir do objeto e suas marcas históricas, como aconteceu a construção de sentido sob a profundidade de aspectos anteriores.

Se o discurso é um lugar de memória, é porque ele traz o vestígio – inscrito nas suas formas – das flutuações e das contingências de uma estratégia; a impressão sedimentada de uma história, de suas continuidades e de suas rupturas. Fazer análise do discurso é aprender a deslinearizar o texto para restituir sob a superfície lisa das palavras a profundidade complexa dos índices de um passado. (COURTINE, 2006, p. 89-90)

Brandão (2004) explica que os discursos têm a sua identidade estruturada com as relações interdiscursivas e que a análise da especificidade de um discurso se faz ao se colocar este discurso em relação com outros. Então, um discurso nunca seria autônomo, já que ele remete continuamente a outros discursos. Maingueneau (2008) propõe também limites em torno da coexistência de textos que pertencem a domínios semióticos diferentes em uma mesma formação discursiva. Tais limites do enunciado estão ligados por sua prática discursiva a condições que definem a sua própria legitimidade.

O interdiscurso também é abordado por Fairclough (2001), que o visualiza como uma representação da intertextualidade, de uma forma constitutiva. Para o autor a ação da interdiscursividade está relacionada à luta hegemônica, assim como os limites entre os elementos, são apresentados, organizados e desarticulados de acordo com esta luta. O autor toma o discurso tanto pelo aspecto abstrato, voltado para o modo particular para a constituição de um tema, quanto pelo aspecto concreto, como manifestação particular deste discurso limitado a partir do interdiscurso.

### **1.1.1 Discurso como prática de significação do mundo**

Segundo Fairclough (2001), o discurso é um modo de ação das pessoas sobre o mundo. Para o autor o discurso, seja tomado em um aspecto mais abstrato ou em um aspecto mais concreto, é moldado pela estrutura social a partir das relações entre as instituições particulares e, através disso, ele promove não somente uma representação do mundo, mas um processo de significação do mundo. "O discurso contribui para a constituição de todas as

dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes" (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91).

O teórico aponta que o termo discurso é utilizado de maneira abstrata para representar o domínio de determinadas declarações compostas no que é chamado de mundo mental. *"Different discourses are different perspectives on the world, and they are associated with different relations people have the world, which in turn depends on their positions in the world, their social and personal identities, and the social relationships in which they stand to other people."*<sup>1</sup> (FAIRCLOUGH, 2003, p. 124) Na mesma obra o autor destaca o discurso em seu aspecto concreto representado pelos grupos de declarações e a partir disso é preciso que seja considerada a relação entre os diferentes discursos tanto no aspecto abstrato, quanto no aspecto concreto.

Para o autor o discurso é uma forma de prática social por meio da linguagem e não somente uma atividade individual ou parte de variáveis situacionais. Tal concepção está ligada às diferentes perspectivas de estudos sobre a língua; formalista e funcionalista. Fairclough (2003) opta por uma visão funcionalista que, em síntese, compreende o discurso como modo de ação cuja construção se dá por meio de uma relação dialógica entre discurso e estrutura social.

Discurso também pode ser definido enquanto prática. "Prática discursiva, ou seja, o sistema que, no interior de determinada formação discursiva, regula a dispersão dos lugares institucionais passíveis de serem ocupados por um sujeito da enunciação." (MAGALHÃES, 2003, p. 50). Uma palavra apenas ou uma imagem pode ser considerada um discurso. O discurso é tomado principalmente como um modo de conceber a linguagem que mobiliza estruturas de ordem diferente da frase.

O discurso é concebido em elementos não ligados por um princípio de unidade. Para Brandão (2004), a partir destes elementos os objetos surgem no discurso e estabelecem uma coexistência transformando-se situado em um espaço comum discursivo. Segundo a autora é um sistema de relações composto por estratégias que dizem respeito a uma formação discursiva com a permissão de escolher alguns temas e teorias. O discurso consiste em um

---

<sup>1</sup> "Diferentes discursos são diferentes perspectivas sobre o mundo, e são associados a diferentes relações que as pessoas têm do mundo, que por sua vez depende de suas posições no mundo, suas identidades sociais e pessoais, e as relações sociais em que estão para outras pessoas." Tradução do autor.

conjunto de enunciados que remete a uma mesma formação discursiva, sendo que o enunciado é tomado em quatro características: referencial, sujeito, domínio e condição material.

Araújo (2000) destaca que o discurso é situado em uma dinâmica em que o sistema produtivo está ligado a constituição dos efeitos que produz. O discurso não age para intervir em um contexto, mas contribui na definição de seu contexto. “Isto é, os contextos dependem da construção do sentido entre os interlocutores, do mesmo modo que os sentidos sofrem as coerções dos contextos.” (ARAÚJO, 2000, p. 140) Para a autora, os contextos ao mesmo tempo em que moldam a fala são moldados por ela, subsidiando a compreensão de que o discurso contribui para a definição de seu contexto assim como o modifica durante a enunciação.

Para Benetti (2007) o discurso é resultado da interação entre sujeitos e caracteriza-se essencialmente como dialógico e intersubjetivo, características que marcam os processos de dizer e de interpretar. “O discurso é constitutivamente dialógico, mas não necessariamente polifônico. Para identificar o seu caráter polifônico é preciso mapear as vozes que o conformam e, nesse movimento refletir sobre as posições de sujeito ocupadas por indivíduos distintos.” (BENETTI, 2007, p. 116) O sujeito do discurso é a noção que situa as relações entre a atividade linguageira e o sujeito falante, ou locutor, precisando o estatuto e o lugar deste. Entretanto, este sujeito é disperso e descentrado.

Ao propor este sujeito disperso e descentrado Benetti (2007) considera as diversas posições de sujeito, desse modo, ao falar, o indivíduo ocupa uma posição relacionada ao contexto de produção de sua fala, fragmentando-se em diversos sujeitos e ocupando diferentes posições de sujeito. A autora aplica o mesmo raciocínio ao leitor, para mostrar que estas posições são metafóricas e construídas fora do discurso em questão por aspectos culturais. O processo enunciativo é considerado a partir do universo discursivo e da situação de comunicação. O sentido é produzido por uma ação intersubjetiva de caráter ideológico e com singularidade enunciativa. Nesse sentido, a enunciação é considerada irreproduzível, como uma locução determinada (eu-tu), com um tempo marcado (agora) e o lugar definido (aqui).

Sobre a enunciação, Benveniste (1989) explica que trata-se do mecanismo de colocar a língua em funcionamento através de um ato individual. Esta distinção acontece para diferenciar a produção de enunciados dos textos do enunciado. “Na enunciação consideraremos, sucessivamente, o próprio ato, as situações em que ele se realiza, os

instrumentos de sua realização.” (BENVENISTE, 1989, p. 83) O autor pontua que a partir da realização vocal da língua, há a conversão individual da língua em discurso e a definição no quadro formal de sua realização.

A enunciação e o seu produto, o enunciado são analisados pelo estudo sobre a superfície do enunciado. Na observação das marcas o analista busca a constituição delas, o que conduz a descobertas sobre a enunciação. Magalhães (2003) estabelece a diferenciação entre sentido e significação paralelamente a diferenciação entre enunciado e frase, para pontuar que o sentido é negociado e está ligado à interpretação de um enunciado, que é do domínio da fala, enquanto a frase está voltada para a estrutura da língua.

O sentido não é imanente aos objetos nem às palavras, é produzido nas práticas sociais de linguagem, na inter-relação dialógica entre sujeitos, em que cada interlocutor localiza-se e assume posições que lhe possibilitam pôr, interpor e sobrepor a sua fala, disputando os melhores lugares, através de estratégias discursivas. (MAGALHÃES, 2003, p. 48)

O autor tece considerações a respeito do sentido para destacar que ele é constituído pelo contato entre discursos. É no diálogo entre diversos discursos de uma mesma formação discursiva onde ficam marcadas as diferenças entre eles e que se compõe o sentido. Nessa perspectiva o discurso é um espaço para observações onde os efeitos de sentido são tomados em relação à língua em constante transformação. O sentido está então ligado a cada contexto e situação de comunicação, assim como a cada um dos participantes do ato comunicativo.

Interessa observar como o sentido está representado na análise das reportagens publicadas na editoria “Política Nacional” da revista Rolling Stone Brasil. Com a compreensão de que a produção de subjetividades é um processo que envolve vários atores visíveis através das marcas textuais presentes na superfície do enunciado, a revista está voltada para cumprir o papel de enunciador na relação de troca junto ao público.

Como pontua Benveniste (1989) considera-se na enunciação o ato de enunciar, as situações em que ele acontece e os instrumentos para que ele se faça realizar. O autor destaca ainda que a enunciação representa a conversão individual da língua em discurso. As escolhas para a enunciação, traduzidas no enunciado, refletem-se na relação entre enunciador e enunciatário. O contato entre eles é estabelecido no momento em que há interesse do enunciador em conquistar a adesão do enunciatário. O contato entre eles é estabelecido no

momento em que há duas modalidades de interesse: do enunciador em conquistar a adesão do enunciatário e do enunciatário em saber o que é proposto pelo enunciador.

Considerados metaforicamente, o enunciador trata-se da imagem daquele que fala, assim como o enunciatário é considerado na imagem daquele a quem o discurso é dirigido. Ambos partilham o fato de serem instâncias discursivas, sem uma existência “real”.

Ao tratar de enunciação, referimo-nos à substância de caráter referencial que submetida a certas regras de linguagem, cristaliza-se nas situações de comunicação, nas práticas discursivas do cotidiano. Realiza-se como ato social de fala, considerando sempre a sua singularidade, porque jamais se repete. Não se confunde, no entanto, com o ato individual e intencional, uma vez que ocorre no contexto e por determinação dos atos sociais. (MAGALHÃES, 2003, p. 33-34)

Vale destacar em primeiro lugar a enunciação, em que determinadas escolhas são feitas em relação aquilo que é enunciado já que o processo enunciativo é constituído através da organização do universo discursivo e da situação de comunicação. A partir de um horizonte amplo, determinadas escolhas são realizadas, a fim de estabelecer particularmente aquele objeto. Seja ele um texto ou uma imagem, utiliza-se o mesmo mecanismo que envolve os modos de dizer, mostrar e seduzir delineando também determinadas posições como enunciador e enunciatário.

Estas diversas vozes estão representadas pelo que Bakhtin chama de polifonia. Cabe destacar que há dois níveis de definição para os níveis de vozes: “No primeiro (BRANDÃO, 1998), que é um nível de definição simples ou elementar, temos três instâncias de sujeitos inscritos em um discurso: o locutor, o alocutário e o delocutário” (MACHADO, 2006, p. 7). Um segundo nível de vozes é apontado, em que a ideia de locutor é diferente de enunciador. “O locutor é quem fala, o enunciador é aquele “a partir de quem se vê” (MACHADO, 2006, p. 8).

A polifonia está representada principalmente em discursos específicos, como o discurso jornalístico e o discurso político. Machado (2006) caracteriza o discurso jornalístico como polifônico ao dizer que o jornalismo está imerso em várias interações que envolvem as vozes das fontes, do jornalista indivíduo, do jornalista instituição, do leitor, dos diagramadores, dos revisores entre outros participantes. Machado (2006) pontua o discurso político como polifônico utilizando como exemplo a interação da voz das fontes, do jornalista indivíduo, o jornalista instituição, o leitor, diagramadores, revisores entre outros participantes.

Ao tratar do aparelho formal da enunciação Vizeu (2003) evoca Benveniste e afirma que o discurso funciona pela subjetividade representada pelos dois planos da enunciação: discurso e história. Em um estágio anterior do aparelho formal de enunciação, o autor define a língua como resultado da interação social realizada por enunciações. “A enunciação constitui a âncora da relação entre a língua e o mundo: ela permite representar os fatos no enunciado, constituindo, ela própria, um fato, um acontecimento único definido no tempo e no espaço.” (VIZEU, 2003, p. 110)

De diversos modos, ou com uma abordagem mais próxima da literatura, ou tentando ao máximo estabelecer um distanciamento desta abordagem, o jornalismo busca intensamente a inclusão do outro no texto, representada principalmente através do dialogismo. Machado (2006) apresenta o discurso jornalístico como polifônico e dialógico na perspectiva da atividade jornalística como produtora de sentidos ao destacar que notícia e representação social são construídas institucionalmente. Para ela os sentidos não estão presos ao texto e muito menos advêm de quem lê. Os sentidos emanam de um processo de interação entre os textos e seus leitores.

A abordagem proposta por Vizeu (2003) está conectada com o pensamento de Borelli (2010) sobre a produção de sentido, em que na enunciação jornalística as palavras e ações relativas ao acontecimento passam a estar disponíveis para novos investimentos simbólicos. Borelli pontua, assim como Bourdieu (1996), que a produção de sentido é organizada pela linguagem. Nesse ponto, a atividade jornalística vincula-se à língua por códigos. “A língua oficial está enredada com o Estado, tanto em sua gênese como em seus usos sociais.” (BOURDIEU, 1996, p.32). Com base nisto, o papel do jornalismo não é reproduzir a realidade, mas de construí-la, como defende Borelli.

Os fatos apropriados pelo jornalismo, segundo Gomes (2000), compõem o desenho do espaço social e sua ordem de importância mapeando a ordem de importância, relacionados com as temáticas, ou a partir de uma mesma temática com determinados desdobramentos, considerando que tal desenho é apoiado na noção de realidade. Gomes apresenta a realidade como evocadora da discursividade, propiciando a interação entre real, simbólico e imaginário. Por sua vez, Ponte (2005) destaca a importância da prática jornalística e a necessidade de reflexão crítica a respeito da mesma.

Consideramos o jornalismo e a produção de notícias como atividades sociais demasiado importantes para que a sua reflexão e crítica se restringem aos

profissionais que com elas lidam e que o seu trabalho seja apreciado por uma lógica estritamente econômica. (PONTE, 2005, p. 228)

A informação é vista também como gênero discursivo, em oposição a outros com características próprias como a finalidade intencional de repassar dados, a identidade dos que fazem o papel de dar a informação, e um propósito de fornecer conhecimento. Esta ação de fazer tomar conhecimento é considerada como um simulacro interesseiro, em que o suporte de comunicação busca “dar a última palavra” a partir do fato de que as narrativas do discurso midiático podem ser caracterizadas como organizações dos acontecimentos com a finalidade de convencer o leitor de que aquela versão é a que está correta.

Para Neveu (2006), o trabalho do jornalista, nessas condições, está voltado para dotar-se de rotinas, através de automatismos em busca de classificar os acontecimentos. Tal trabalho está interligado com um senso prático para hierarquizar o material informacional. Isso significa três tendências da escrita jornalística: uma voltada à reivindicação para a submissão aos fatos, outra para uma dimensão pedagógica a respeito dos temas tratados e uma abordagem para uma função fática.

O autor apresenta os jornalistas em uma posição de poder para problematizar e consagrar uma rede de protagonistas, a partir da proposta de que uma rede de interdependências envolvendo diversos atores sociais e coloca em destaque o poder jornalístico no estabelecimento de uma dinâmica relacional. Como são muitos protagonistas, coloca-se então, a presença do jornalista nos mais diversos campos, mesmo com o risco de uma debilitação conceitual.

O relato jornalístico é o principal resultado de como a linguagem jornalística situa objetos do mundo. Como aponta Silva (2006, p. 15), “o jornalismo deve ser visto como uma forma epistemológica de organizar o mundo”. Na organização do mundo é que os jornalistas constroem seus objetos de discurso e na estruturação de diversos objetos de discurso, vários artifícios têm sido empregados ao longo da história do jornalismo e seus modos de representações na forma de relatos.

A polifonia é destaque também no tocante ao discurso político, vinculado à atividade política, que gera uma linguagem própria em função de disputas ideológicas entre diversas tendências políticas que visam a hegemonia. Ao tratar do discurso político, principalmente na concepção do sujeito, Courtine (2006) destaca este sujeito político como um todo, resultado

das condições de produção e enunciação do enunciado. O autor também adota a metáfora do teatro para explicar as relações entre as tendências políticas.

Ele é o ponto de condensação entre linguagem e ideologia, o lugar onde os sistemas de conhecimento político se articulam na competência linguística, diferenciando-se um do outro, mesclando-se um ao outro, combinando com um outro ou afrontando-o em uma determinada conjuntura política. (COURTINE, 2006, p.64)

Para Courtine, o *corpus* do discurso político precisa primeiro ser delimitado em um campo discursivo de referência, a exemplo do discurso de uma fonte particular do campo do discurso político ou a fala de um participante de uma determinada formação política. O autor enfatiza que “(...) todo discurso político deve ser pensado como uma unidade dividida, dentro de uma heterogeneidade em relação a si mesmo, que a análise do discurso político pode ser capaz de traçar.” (COURTINE, 2006, p. 68) O discurso político é marcadamente um lugar de memória, o que para Courtine representa poder porque a memória abre o direito à fala e a uma proposição eficaz.

### **1.1.2 Análise de Discurso Crítica e a relação dialética entre discurso e estrutura social**

A Teoria Social do Discurso proposta por Fairclough (2001) visa reunir a análise de discurso orientada linguisticamente e o pensamento social e político relevante para o discurso e a linguagem. Sobre o termo discurso destaca-se a polêmica entre fala e língua, assim como o embate entre teorias linguísticas formalistas e funcionalistas que defendem, respectivamente, o estudo da língua em si mesma e o estudo levando em consideração o contexto social.

Tal noção traz algumas implicações: o discurso é um modo de ação, há uma relação dialética entre discurso e estrutura social. “Ao usar o termo 'discurso', proponho considerar o uso de linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais.” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 90) Sobre os efeitos constitutivos do discurso destaca-se que ele contribui para a construção de identidades sociais; é um construtor das relações sociais entre as pessoas e contribui para a construção do conhecimento e da crença que corresponde às funções da linguagem: identitária, relacional e ideacional.

O discurso é tomado como prática discursiva e social. Quanto ao discurso como texto pontua-se que há uma sobreposição no texto entre a produção e a interpretação. Depois de traçar distinções entre significado potencial do texto e sua interpretação, o autor explica como é a análise textual baseada em vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual. Já a prática discursiva é baseada nos processos de produção e interpretação.

Os processos de produção e interpretação são socialmente restringidos num sentido duplo. Primeiro, pelos recursos disponíveis dos membros, que são estruturas sociais efetivamente interiorizadas [...] Segundo, pela natureza específica da prática social da qual fazem parte, que determina os elementos dos recursos dos membros a que se recorre e como (de maneira normativa, criativa, aquiescente ou opositiva) a eles se recorre. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 109)

Com base na Teoria Social do Discurso destaca-se a abordagem da Análise do Discurso Crítica (ADC), que considera a linguagem como parte da vida social. Izabel Magalhães (2010) explica que a ADC “pode ser definida como um programa de estudos que toma o texto como unidade de análise centrada nos conceitos de discurso, poder e ideologia.” (p. 10) Para isso são tomados instrumentos analíticos em conjunto com uma perspectiva crítica a fim de problematizar questões sociais. Para a autora o discurso como prática social está voltado para a imposição de uma visão a respeito do mundo a partir de determinadas escolhas linguísticas sobre o leitor.

Ramalho e Resende (2006) organizam as contribuições de Fairclough sobre a ADC considerando a relação entre linguagem e poder, também abordada por Bakhtin na primeira teoria semiótica da ideologia e na crítica ao objetivismo abstrato de Saussure. As autoras recorrem a Bakhtin para destacar que a linguagem constitui-se no processo social e não somente no interior da língua. A ADC volta-se especialmente para uma visão científica da crítica social, do avanço da pesquisa social sobre a modernidade tardia e da análise linguística e semiótica.

A definição de discurso segundo Fairclough (2001) está baseada na relação tríade entre: texto, prática discursiva e prática social. Ramalho e Resende (2006) observam que esta concepção tridimensional está presente na possibilidade de os sujeitos constituírem suas auto-identidades na vida social, por meio de classificações sociais mantidas pelo discurso. Atualmente as três dimensões organizadas por Fairclough continuam mantidas, mas de modo

mais pulverizado na análise e prestigiando a análise da prática social. Nesse caso o discurso é tomado como um momento das práticas sociais.

A Análise do Discurso Crítica organiza-se como um método marcadamente multidisciplinar, absorvendo aspectos da Linguística, assim como da Linguística Sistêmica Funcional, da Educação, das Ciências Sociais e da Comunicação. Para as autoras a Análise de Discurso Crítica é constituída a partir da seguinte sequência: problema, obstáculos para superar (análise do conflito, análise da prática particular, análise do discurso), função do problema na prática, modos de superar os obstáculos, reflexão sobre análise. As práticas sociais são apresentadas em rede como parte de uma luta hegemônica.

Nessa perspectiva, o discurso é visto como um momento da prática social ao lado de outros momentos igualmente importantes - e que, portanto, também devem ser privilegiados na análise, pois o discurso é tanto um elemento da prática social que constitui outros elementos sociais como também é influenciado por eles, em uma relação dialética de articulação e internalização. (RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 38)

A ADC envolve então análises discursivas que por um lado abordam o texto em uma perspectiva linguística e por outro enquanto fato social. “A Análise de Discurso Crítica, em um sentido amplo, refere-se a um conjunto de abordagens científicas interdisciplinares para estudos críticos da linguagem como prática social.” (RESENDE; RAMALHO, 2011, p. 12). Elas destacam que a Análise do Discurso Crítica conta ainda com uma abordagem relacional de orientação dialética voltada para tratar da prática social no tocante aos efeitos das lutas hegemônicas, travadas principalmente por meio da ideologia e do poder.

Ideologia e poder são dois temas que também ganham espaço especial na ADC. Fairclough (2001) toma como base para interligar os dois conceitos, a noção de hegemonia. Para o autor a ideologia tem existência material a partir das instituições, quando estas agem para interpelar os sujeitos fazendo com que os aparelhos ideológicos funcionem como marcos delimitadores para a luta de classe também no discurso, o que leva a uma análise do discurso que seja orientada ideologicamente. A ideologia é então concebida a partir da transformação criativa e da reprodução.

A ideologia materializa-se em algo concreto a partir do momento que objetiva e molda as ações. Ramalho e Resende evocam o conceito de reflexividade para sugerir que toda prática tem um elemento discursivo. “Uma vez que o poder depende da conquista do consenso e não apenas de recursos para o uso da força, a ideologia tem importância na sustentação de

relações de poder.” (RAMALHO E RESENDE, 2006, p. 46) As relações de poder estão intimamente ligadas à hegemonia, vista por Fairclough como articulação, desarticulação e rearticulação de elementos. O autor apresenta outras formas organizacionais de poder bem como estabelece a relação entre hegemonia, ideologia e análise da prática social.

A relação que se estabelece entre esses três elementos acontece principalmente através das ordens de discurso. Para Ramalho e Resende (2011) ordens de discurso consistem em um sistema em rede que estrutura as ações discursivas regulando as ações sociais. Esta regulação acontece a partir dos extratos das ordens de discurso; os gêneros, discursos e estilos, que formam redes de práticas sociais dinâmicas.

Assim como o sistema semiótico, o sistema social da linguagem formado por ordens do discurso também constitui redes potenciais de opções, e, portanto, de significados. Entretanto, a rede de opções de ordens de discurso não é formada por palavras e orações (ainda que seja possibilitada por elas), mas, sim, por gêneros (tipos de linguagem ligados a uma atividade social particular", discursos, "tipo de linguagem usado para construir algum aspecto da realidade de uma perspectiva particular", e estilos, "tipo de linguagem usado por uma categoria particular de pessoas e relacionado com sua identidade".” (RESENDE; RAMALHO, 2011, p. 47)

Individual e social são ainda abordados por Ramalho e Resende (2011) em outras oportunidades ao destacar que ação individual e estrutura social constituem-se de modo recíproco. “Atores sociais, nesse sentido, não são completamente livres nem completamente constringidos pela estrutura social.” (RESENDE; RAMALHO, 2011, p. 68) Não há como colocar um com ascendência sobre o outro, mas apenas destacar que as pessoas participam de eventos sociais e transformam textos, do mesmo modo que ambos produzem mudanças nas pessoas.

A Análise de Discurso Crítica atua em eventos semióticos e não semióticos para evitar análises restritas somente ao texto. Ramalho e Resende propõem para a análise um caminho que aborda o corpus selecionado de modo linguístico e social. “Em ADC, é fundamental ter em mente a relevância tanto do potencial estrutural das ordens de discurso quanto das possibilidades criativas dos eventos discursivos concreto. Isso garante um foco simultâneo nos recursos estruturais e nas características da interação.” (RESENDE; RAMALHO, 2011, p. 109) Desse modo, as autoras destacam que levando em conta a conjuntura e a prática particular, a análise empreendida garante a contextualização da prática discursiva.

Os momentos das ordens de discursos, como os discursos, gêneros e estilos, são identificados através de traços semânticos presentes nos textos. Ramalho e Resende (2011) propõem uma série de categorias analíticas para tratar dos textos em suas maneiras de representar as práticas sociais. Entre as categorias analíticas a serem tomadas para o estudo estão em destaque a avaliação, a ideologia e a luta hegemônica.

Para Ramalho e Resende (2011) a avaliação refere-se ao modo como os atores sociais identificam-se nas relações pessoais. Esta avaliação se manifesta nas marcas textuais e mantém estreita relação com as posições ocupadas pelos atores sociais. As ideologias, conceito chave para a ADC são tomadas enquanto representações por parte da revista e também dos personagens políticos que participam das eleições 2010, a partir das marcas expostas no corpus. A respeito da luta hegemônica há a busca por compreender como à maneira como os diversos discursos se articulam e sobretudo põem-se em disputa.

A análise consiste, portanto, em um trabalho que envolve a teoria e o material empírico a fim de que o texto e os seus efeitos possam ser melhor compreendidos levando em consideração também a multimodalidade. A respeito da multimodalidade, Rocha (2007) explica que o enfoque multimodal está relacionado ao fato de que as formas simbólicas estão sempre inseridas em contextos e processos socialmente estruturados.

Com isso a análise discursiva toma como ponto de partida as marcas e pistas presentes nos textos relacionados à cobertura da editoria política nacional de Rolling Stone Brasil, em seis edições veiculadas no segundo semestre de 2010, diretamente ligadas à cobertura jornalística do período das eleições presidenciais brasileiras. A escolha da ADC é justificada pela perspectiva de que os sentidos são elaborados a partir de determinados contextos sócio-históricos e condições de interpretação, advindos dos sujeitos que entram em contato com os discursos presentes na mídia.

## **1.2 Campo como microcosmos relativamente autônomos**

Nas obras “A Economia das Trocas Simbólicas” e “Economia das trocas linguísticas”, Pierre Bourdieu aborda o tema campo a partir da estruturação de campos específicos, o que não significa que o conceito de campo seja apresentado diretamente nestas obras. O conceito nessas obras é observado a partir das considerações que o autor tece a respeito de vários campos separadamente, como o campo religioso, o campo educacional, o campo político ou o

campo artístico.

Campo é um lugar social em que o pesquisador se interessa por pesquisar. O emprego do conceito em diversas disciplinas mostra o quanto a noção de campo não é restrita. Cabe destacar que não há um campo estruturado como um local objetivo e com o qual o pesquisador está situado externamente a ele, O pesquisador constrói seu campo tornando-se parte dele a partir das decisões que adota para o seu *corpus*.

Em “Os usos sociais da ciência”, Bourdieu (2004) destaca que campo é “[...] o universo no qual estão inseridos os agentes e as instituições que produzem, reproduzem ou difundem a arte, a literatura ou a ciência. Esse universo é um mundo social como os outros, mas obedece a leis sociais mais ou menos específicas.” (BOURDIEU, 2004 p. 20) Os campos são vistos como microcosmos relativamente autônomos. O autor se baseia em interpretações internalistas e externalistas, texto e contexto, advindas de Habermas e Marx.

Para explicar o conceito, ele opõe os defensores do texto autonomizado e os do texto relacionado ao contexto, apontando que o campo é o universo em que estão inseridos os agentes e os fatos em questão. Na proposta de Bourdieu, o campo consiste em um universo intermediário entre dois polos muito distanciados. Neste universo estão inseridos agentes e instituições que produzem conteúdo relativo àquele universo. O campo é visto como mundo social relativamente independente do mundo social global.

Em "As regras da arte", Bourdieu (1996) apresenta o campo no exercício dos conflitos entre o campo literário e o campo social. “Essa análise das relações entre o campo literário e o campo do poder, que acentua as formas, abertas ou larvadas, e os efeitos, diretos ou invertidos, da dependência, não deve fazer esquecer o que constitui um dos efeitos maiores do funcionamento do mundo literário como campo.” (BOURDIEU, 1996, p. 77) Para o autor, no momento fundamental de constituição de um campo autônomo há contribuições de diversas posições até que aconteça a consolidação do campo.

Conforme o teórico, um campo mais autônomo significa maior refração das pressões e em campo com maior heteronomia há a presença de maior politização. “Uma das manifestações mais visíveis da autonomia do campo é sua capacidade de refratar, retraduzindo sob uma forma específica as pressões ou as demandas externas.” (BOURDIEU, 2004, p. 22) A partir da ideia de que um campo é um microcosmo autônomo com leis próprias é possível compreender melhor a leitura que o autor faz a respeito do campo religioso em “A Economia das Trocas Simbólicas”.

A relativa autonomia também existe na relação entre os diversos campos sociais como, por exemplo, o campo literário e os campos político e econômico. “O campo "econômico" só pode assegurar os lucros específicos oferecidos pelo campo - e ao mesmo tempo os lucros "econômicos" que eles trarão muitas vezes a prazo - se se reconverter em capital simbólico.” (BOURDIEU, 1996, p. 170) Para o autor, há uma correspondência estrutural entre os campos que fazem com que interesses específicos de um campo sejam atendidos também a partir da interação com o outro campo.

A cada momento do tempo, em um campo de lutas qualquer que seja (campo social em seu conjunto, campo do poder, campo de produção cultural, campo literário etc), os agentes e as instituições empenhados no jogo são a uma só vez contemporâneos e temporalmente discordantes. (BOURDIEU, 1996, p. 182)

Estas discordâncias acontecem, por exemplo, no campo político. Com base no conceito de campo proposto por Bourdieu, Thompson (2002) caracteriza o escândalo político. Para ele, o campo caracteriza-se por ser um espaço estruturado de posições sociais em permanente relação, o que define as propriedades de cada uma destas posições sociais no próprio campo. O campo político é apresentado através das diferentes esperas de interação, representada pelas trocas entre os campos, em busca do poder político.

O conceito de campo, em Bourdieu, está relacionado a outros conceitos abrangidos pelo mercado das trocas simbólicas. Entre estes conceitos destacam-se o *habitus*, ligado a maneiras e ser permanentes, duráveis que podem opor-se às forças do campo e capital simbólico, espécie de capital fundado sobre atos de conhecimento e reconhecimento. Todos estes aspectos estão relacionados ao fato de que o campo tem por função específica, satisfazer um tipo particular de interesse ligado a ele. Um exemplo é o campo religioso, onde o interesse religioso conduz a realização de determinadas ações a fim de fundamentar este campo.

Sobre o campo científico, Bourdieu aborda a estrutura das relações objetivas entre os agentes do campo para, em seguida, observar o capital científico que envolve esta estrutura e, dessa forma cada campo constitui o seu capital. O capital científico é composto por valores acumulados por meio de relações de troca entre os participantes do campo. O campo envolve o que Bourdieu chama de “economia antieconômica”, baseada em uma concorrência regulada. Estas relações acontecem na estrutura relacionada ao campo, conforme ele apresenta o campo científico em “Os usos sociais da ciência”, o campo científico.

Essa estrutura é grosso modo, determinada pela distribuição do capital científico num dado momento. Em outras palavras, os agentes (indivíduos ou instituições) caracterizados pelo volume de seu capital determinam a estrutura do campo em proporção ao seu peso, que depende do peso de todos os outros agentes, isto é, de todo o espaço. (BOURDIEU, 2004, p. 24)

Cada campo possui propriedades específicas. No campo científico, Bourdieu destaca a economia antieconômica baseada em uma concorrência regulada sobre o interesse científico, uma forma particular de interesses a partir da existência cotidiana. Este interesse é explicitado de forma desinteressada ou gratuita, com a ilusão da busca pelo “avanço científico”. Nas abordagens sobre religião, Bourdieu mostra as apropriações da língua em prol da constituição de representações coletivas e formas de classificação religiosas que agem como leis sociais, cimentando a união dos indivíduos em torno daquela denominação religiosa.

Os campos estruturam-se em funções sociais que transformam-se em funções políticas pela lógica de ordenação do mundo. Bourdieu (1974) trata da pressão dos campos e as disputas para impor princípios na luta social. Para isso, ele aponta outros campos e a pressão fora dele. Para o autor, o futuro do campo está na estrutura deste e a partir das escolhas de cada agente de realizar determinadas potencialidades presentes no campo.

O processo conducente à constituição de instâncias especificamente organizadas com vistas à produção, à reprodução e à difusão dos bens religiosos, bem como a evolução (relativamente autônoma) no que respeita às condições econômicas) do sistema destas instâncias no sentido de uma estrutura mais diferenciada e mais complexa, ou seja, em direção a um campo religioso relativamente autônomo, se fazem acompanhar por um processo de sistematização e de moralização das práticas e das representações religiosas que vai do mito como (quase) sistema objetivamente sistemático à ideologia religiosa como (quase) sistema expressamente sistematizado e, paralelamente, do tabu e da contaminação mágica ao pecado ou do maná, do “numinoso” e do Deus primitivo, arbitrário e imprevisível, ao Deus justo e bom, guardião e protetor da ordem da natureza e da sociedade. (BOURDIEU, 1974, p. 37)

O teórico também oferece contribuições voltadas à compreensão de outros campos, considerando que eles são lugares de relações de forças a respeito de possibilidades objetivas e também de manutenção da ordem simbólica contribuindo para a conservação da ordem política. “O uso do poder simbólico não é acidental ou secundário à luta pelo poder político, mas é essencial a ele.” (THOMPSON, 2002, p. 132) Estas relações de forças se dão na

construção da verdade do campo e de uma verdade a partir das diferentes posições referentes ao campo em particular. Para Bourdieu, entre o simbólico e o poder é possível destacar que toda transformação simbólica implica uma mudança política, mas uma revolução política em si não é o bastante para produzir uma transformação simbólica.

### **1.2.1 Campo discursivo e a articulação do interdiscurso**

Maingueneau (2008) destaca que é no interior do campo discursivo que se constitui um discurso. Neste aspecto o autor recontextualiza o conceito de campo em uma perspectiva relacionada ao estudo de discursos, principalmente com o primado do interdiscurso. O campo discursivo é apresentado como um agrupamento de formações discursivas em concorrência delimitadas em uma região do universo discursivo. Ainda como parte da articulação do interdiscurso, o autor lembra também do espaço discursivo apresentável como subconjuntos de relações discursivas postas em relação a partir do propósito do analista.

O destaque para Maingueneau é que o campo discursivo tem papel constitutivo para o discurso e tal processo é possível de ser descrito como operações regulares em formações discursivas já existentes. Apesar de ter este papel constitutivo por meio de operações regulares, é preciso dizer que determinado discurso não se constitui da mesma forma que todos os discursos de um mesmo campo discursivo. “[...] uma hierarquia instável opõe discursos dominantes e dominados e todos eles não se situam necessariamente no mesmo plano.” (MAINGUENEAU, 2008, p. 35) Há a liberdade para que diferentes elementos de um campo discursivo possam ser apropriados para a constituição de um discurso e, mesmo assim, este discurso esteja diretamente associado ao campo discursivo em questão.

Nesta relação, Maingueneau propõe o estudo de um sistema de restrições semânticas globais. Na proposta do autor a noção de campo é acionada principalmente na intertextualidade, tomando como ponto de partida, os discursos devotos baseados em uma intertextualidade interna, a memória discursiva interior e a intertextualidade externa, a relação com outros campos, assim como distribuição dos temas. “Por definição, os temas que não são impostos pelo campo discursivo podem estar ausentes de um discurso, mas aqueles que são impostos podem estar presentes de maneiras muito variadas...” (MAINGUENEAU, 2008, p. 83).

O autor aborda o sistema de restrições globais para demonstrar que o campo discursivo não é homogêneo. Entre as divisões adotadas que mais estão ligadas ao campo, destaca-se, além da intertextualidade, o vocabulário, caracterizado pelas várias aplicações de um mesmo léxico por vários discursos em um campo e os temas, que costumam marcar um determinado campo discursivo, mesmo que de diversos modos. O campo discursivo também é retratado por posicionamentos dominantes e dominados, assim como centrais e periféricos.

O teórico pontua que o discurso constitui-se no interior do campo discursivo, através de operações sobre formações discursivas existentes, mas sem que haja uma constituição estritamente igual entre os discursos de um mesmo campo. Assim como Bourdieu fez em “A Economia das Trocas Simbólicas”, Maingueneau (2008) abordou em “Gênese dos Discursos” o discurso religioso. Entretanto, a obra traz a relação entre os discursos humanista devoto e jansenista.

Como era de se esperar, a delimitação de tais campos não tem nada de evidente, não basta percorrer a história das ideias para vê-los oferecer-se por si mesmos à apreensão do analista. Nesse nível, é forçoso fazer escolhas, enunciar hipóteses: por exemplo, para nosso corpus de referência isolamos um campo “devoto”, em vez de nos contentar em visar diretamente um campo “religioso”. (MAINGUENAU, 2008, p. 34)

O conceito de campo discursivo, assim como as dificuldades em compreendê-lo, é perceptível principalmente em uma explanação feita por Maingueneau. Em busca de estabelecer o campo separando o interior do exterior não há condições de conceber isto de maneira absoluta, porque pelo sistema de restrições há sempre a reversão de um campo em outro. O campo discursivo não é uma estrutura estática, mas um jogo de equilíbrio instável que reconfigura-se na medida em que há transformações locais.

### **1.2.2 Campo midiático como resultado da influência dos campos entre si**

Um campo em especial também é mencionado por Bourdieu (1997), o campo midiático ou jornalístico. Ao abordá-lo o autor não se prende a ideia de poder dos jornalistas ou algo semelhante, mas às relações estruturais deste campo com as exigências de mercado e as ações em outros campos. Bourdieu situa o campo midiático com uma restrição estrutural em relação a estes dois aspectos, já que cada vez mais índices de tiragem, para impressos, ou de audiência, para emissoras de televisão e rádio pressionam os meios de comunicação do

mesmo modo que eles influem no desenrolar de outros campos através da transmissão de informações.

O campo midiático é constituído a partir do século XIX com a oposição entre sensacionalismo e objetividade nas notícias apresentadas nos jornais. Há uma disputa que se traduz principalmente no campo econômico, afinal, as notícias sensacionalistas traduzem-se em vendas massivas dos jornais da época enquanto os jornais baseados na objetividade amparam-se em parâmetros éticos para a consolidação do campo midiático.

A economia interfere fortemente no campo jornalístico, do mesmo modo que ele está presente em outros campos a partir da estruturação de temas a serem colocados em discussão através de uma lógica específica, mais voltada para o aspecto cultural. Do mesmo modo o noticiário interfere no campo econômico, num processo dialético de trocas e negociações.

A influência dos campos entre si é relativa. Augusti (2010) analisa que esta influência esta ligada à estrutura de cada participante do campo midiático. Um exemplo é a manutenção financeira das emissoras de TV, em que há relações com empresas privadas, os anunciantes, e os governos que também injetam recursos através da publicidade. Entretanto, destaca-se o poder simbólico empreendido através do campo midiático em outros campos, ao propor uma ordem do dia em relação aos acontecimentos expostos nos meios de comunicação.

Para compreender como o campo jornalístico contribui para reforçar, no seio de todos os campos, o “comercial” em detrimento do “puro”, os produtores mais sensíveis às seduções dos poderes econômicos e políticos à custa dos produtores mais aplicados em defender os princípios e os valores da “profissão”, é preciso a uma só vez perceber que ele se organiza segundo uma estrutura homóloga à dos outros campos e que nele o peso do “comercial” é muito maior. (BOURDIEU, 1997, p. 104)

A dependência do campo jornalístico em relação ao campo econômico é política, como situa Silva (2009). Para a autora, a autonomia do campo jornalístico é ambígua devido a essa dependência em relação aos campos político e econômico e isso se traduz na influência sobre os cidadãos comuns, devido a da pressão da lógica comercial. Silva concebe o campo jornalístico como um como microcosmo com posição marcada, mas em transformação constante por parte das relações de aproximação e distanciamento de outros campos.

O principal exemplo destas aproximações e distanciamentos acontece na relação do campo midiático com o campo político. Thompson (2002) utiliza as contribuições de Bourdieu para relacionar o campo político com o campo midiático e considera que ambos têm

atividades particulares, mas cada vez mais a mídia é um local em que as relações entre os atores do campo político acontecem de modo mais profundo.

Embora a maior parte da atividade diária dos políticos se dirija a outros políticos dentro do subcampo político, eles estão também conscientes que suas ações e falas serão examinadas por jornalistas e ocasionalmente divulgadas na mídia, e que eles podem se tornar assim visíveis a não-profissionais dentro do campo político mais amplo. Por conseguinte, os políticos tendem a monitorar de perto da cobertura da mídia sobre suas ações e falas, e cada vez mais tentam estruturá-las tendo cuidado com a informação e as imagens que se tornam disponíveis e fornecendo referências para a interpretação dos acontecimentos. (THOMPSON, 2002, p. 135)

Em relação ao campo jornalístico, Ferreira (2002) tece duas distinções; o campo jornalístico como campo social e como campo de significação. O campo social é visto a partir da práxis voltado para ações concretas, representado por recortes de posições dos agentes envolvidos em objetos sociais compartilhados conforme os capitais culturais, econômicos e políticos. O campo da significação é tomado a partir dos dispositivos discursivos sob os quais é fundada a especificidade da produção, troca e circulação de bens simbólicos, sendo representado com base em focos semânticos, modalidades discursivas e sentidos recorrentes.

A compreensão do campo jornalístico suscita ainda dificuldades, como aponta Silva (2009) a respeito da necessidade de mais pesquisa epistemológica e mais aprofundamento metodológico nas pesquisas particulares. Segundo a autora, é preciso que o campo jornalístico seja ainda consolidado por teorias e conceitos advindos de várias contribuições científicas, como artigos dissertações e teses, assim como da metateoria. O avanço para a consolidação do campo jornalístico passa ainda pelo aprofundamento em estudos relacionados a outros conceitos também desenvolvidos por Bourdieu.

Talvez seja necessário trazer, juntamente com os conceitos de campo e campo jornalístico, os outros conceitos de Bourdieu vinculados à produção simbólica (capital, trocas, bens, violência, poder) que se dá dentro e entre os diversos campos, para assim entendermos melhor como a imprensa transita entre os campos sociais, a partir de seu poder de "fazer crer" e de "dar sentido ao mundo", e, com destaque, identificar qual a modalidade de saber que está em jogo nas investigações que fazemos sobre o conhecimento em jornalismo. (SILVA, 2009, p. 209)

O campo jornalístico destaca-se também pela consolidação de sua influência em relação a outros campos. Bourdieu enfatiza que a influência é passível de ser reforçada em

qualquer campo. Para Augusti (2010) a difusão dos meios de comunicação orienta a produção de outros campos. Esta influência consolida-se porque o campo jornalístico conta, de modo privilegiado, com o capital simbólico, já que o jornalismo está ligado principalmente ao fazer crer. "Em relação ao campo jornalístico, nota-se que a relevância da existência social de outros campos é diretamente proporcional à presença que eles efetivam nos meios de comunicação." (AUGUSTI, 2010, p. 12)

Augusti (2010) pontua também que a influência do campo jornalístico está sujeito às exigências do mercado, exercitada pelos leitores e também pelos anunciantes. O autor destaca ainda as instâncias governamentais como fontes de influência a partir das pressões econômicas e também pela detenção das fontes oficiais. Nesse aspecto o campo jornalístico caracteriza-se por ser, principalmente, um campo que pauta outros campos, mas que tem a forte a influência destes campos em sua organização.

### **1.3 Ideologia: De ciência das ideias a atividade marcada pela crítica**

O mapeamento do conceito de ideologia foi feito principalmente por Thompson (1996) e a compreensão de como a noção é alterada a partir das transformações sociais. Segundo este autor a primeira concepção a respeito de ideologia vem de 1796 pelo ideólogo francês Destutt de Tracy, para quem o conceito está associado diretamente à análise sistemática de ideias e sensações. Nessa perspectiva ideologia consiste em uma "ciência das ideias", concepção apoiada por Napoleão Bonaparte quando ascende ao poder, mas depois rejeitada e classificada como a defesa do regime monárquico anterior.

Outra tentativa de sistematizar a concepção inicial é empreendida por Chauí (2004), apresentando a ideologia à semelhança de algo associado às faculdades sensíveis representadas pela vontade, pela razão, pela percepção e pela memória. Ao mencionar os ideólogos franceses, a autora demonstra o quanto o conceito de ideologia era voltado para a observação, a decomposição e para a recomposição por meio a partir das ciências.

O sentido negativo de ideologia, igualmente, é originário das divergências com Napoleão e as disputas políticas pelo poder na França. Chauí (2004) destaca que a partir das disputas entre Napoleão Bonaparte e os ideólogos, a noção de ideologia não deixou mais de fazer parte do campo do poder, já que enquanto os ideólogos se esforçavam para manter a

ideologia como ciência digna de respeito e em um caráter positivo ela era rechaçada como um conjunto de ideias abstratas e ilusórias.

Ao tratar de ideologia, Chauí (2004) faz um retrospecto da sociedade feudal até o início da sociedade burguesa. A autora organiza estas contribuições lembrando Comte e suas contribuições a respeito do funcionamento da ideologia como atividade filosófica científica voltada para o estudo da formação das ideias e também como o conjunto das ideias que traduzem o pensamento de uma época.

O termo, agora, possui dois significados por um lado, a ideologia continua sendo aquela atividade filosófico-científica que estuda a formação das ideias a partir da observação das relações entre o corpo humano e o meio ambiente, tomando como ponto de partida as sensações; por outro lado, ideologia passa a significar também o conjunto de ideias de uma época, tanto como “opinião geral” quanto no sentido de elaboração teórica dos pensadores dessa época. (CHAUÍ, 2004, p. 29)

Outro autor lembrado por Chauí (2004) é Durkheim, devido ao fato de que ele situa a ideologia como todo o conhecimento da sociedade que não respeite critérios de objetividade. Em seguida a autora apresenta os conceitos marxistas que destacam a ideologia principalmente como sinônimo de teoria a semelhança de uma organização sistemática de conhecimentos científicos.

Em “A Ideologia Alemã”, Marx e Engels dedicam-se a contraposição das ideias defendidas pelos jovens hegelianos. Os ideólogos da escola jovem hegeliana são considerados como os maiores conservadores apesar de suas frases pomposas. A crítica dos autores é especialmente à falta de uma base voltada para a relação entre a realidade e o pensamento.

Os pressupostos dos quais partimos não constituem bases arbitrárias, nem dogmas. São antes bases reais de que só é possível abstrair no âmbito da imaginação. Esses pressupostos são os indivíduos reais, a sua ação e as suas condições materiais de existência, quer se trate daquelas que encontrou já elaboradas aquando do seu aparecimento quer das que ele próprio criou. Esses pressupostos são, pois, verificáveis empiricamente. (MARX; ENGELS, 2005, p. 44)

Os autores não ficam situados apenas na vida real, ao tratar da produção de ideias, há o intuito de ligá-las à vida real. A busca empreendida pelos autores é por estabelecer um diálogo entre o mundo das ideias e o mundo real. Ao reforçar as bases reais destaca-se a necessidade de ações práticas a partir da produção intelectual.

Para os autores, a produção de representações está intimamente ligada à atividade material como linguagem da vida real. A produção intelectual está ligada a uma realidade a partir da atuação humana no desenvolvimento de forças produtivas e relações correspondentes. Baseados na noção de que as ideias dominantes são as ideias da classe dominante, Marx e Engels concebem que só é possível pensar na libertação do homem no mundo real e pelos meios reais. A revolução propagada pelos autores em “A Ideologia Alemã” só pode ser considerada a partir da transformação do estado de coisas em que se encontram.

Apoiados na noção de consciência, Marx e Engels comentam sobre a divisão do trabalho e a contradição entre o interesse particular e o interesse coletivo, além disso, ele apresenta o comunismo enquanto uma ruptura do estado de coisas. Thompson (1996) a partir da visada marxista destaca que o conceito de ideologia ganha uma aplicação ambígua em concepções sobrepostas. As concepções, de acordo com Thompson são divididas em polêmicas, epifenômenica e latente.

A concepção polêmica é destacada em relação a contraposição entre os escritos marxistas e os jovens hegelianos, representada principalmente pela aplicação de Marx e Engels em “A Ideologia Alemã”. A ideologia é tomada pelas ilusões que valorizam demasiadamente as concepções, os pensamentos, a história e a vida social. Por sua vez, a concepção epifenômenica, em uma perspectiva muito dependente da economia, trata da ideologia como o sistema de ideias que expressa os interesses da classe dominante, mas com a deturpação das relações de classe. Já a concepção latente, considera a ideologia como sistema de representações que sustentam relações de dominação, escondendo as relações de classe e desviando da busca coletiva por mudanças sociais.

Outros teóricos citados por Thompson (1996) estão relacionados ao que ele chama de ideologia na sociologia do conhecimento. O autor enfatiza que ao tratar da sociologia do conhecimento e suas implicações ideológicas não busca estabelecer uma crítica a Lenin ou Lukács, e nem mesmo optar por um retorno puro e simples a Marx. Tal abordagem está relacionada à neutralização do conceito que Thompson (1996) associa às contribuições dadas por Lenin, Lukács e Mannhein.

A proposta de Thompson (1996) é por uma análise da ideologia como atividade crítica a respeito da ideologia. Para o autor “[...] estudar a ideologia é estudar as maneiras como o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação.” (THOMPSON, 1996, p.

76) É uma sistematização da ideologia em que os principais modos que caracterizam a sua operação são: legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação. O autor pontua que a ideologia não pode ser considerada como um instrumento funcionalista e que é possível observar a ideologia na prática através de análises sócio-históricas e que a interpretação está aberta à suspeita. Para o autor o destaque na organização histórica do termo ideologia é como ele ganha uma ambiguidade a partir dos embates pelo poder.

Thompson (1996) teoriza a história do conceito de ideologia esboçando relação entre a ideologia e as sociedades modernas. Para o autor, a modernidade é um período em que a partir do capitalismo industrial ocorre um progressivo declínio da religião em prol da ideologia, desembocando na era das ideologias. Este declínio acontece a partir do que o autor chama de grande narrativa de transformação cultural. Através da mediação da cultura moderna onde as formas simbólicas estão ligadas, principalmente, pela comunicação de massa, a análise da ideologia deve considerar a natureza e o desenvolvimento desta interação. Entretanto, esta proposta possui limitações apontadas pelo autor.

Na verdade, os teóricos do fim da ideologia estavam usando o termo "ideologia" num sentido muito especial. As ideologias, em seu modo de entender, não seriam sistemas seculares de crenças de algum tipo específico: ao contrário, elas seriam doutrinas abrangentes, totalizantes, que oferecem uma visão coerente do mundo sócio-histórico e que exigem um alto grau de ligação emocional. (THOMPSON, 1996, p. 111)

Outro aspecto considerado por Thompson está relacionado à ideologia e a reprodução social. A proposta do autor é pela teoria geral da reprodução social, organizada pelo Estado e legitimada pela ideologia. Esta teoria é marcada pela reprodução de condições materiais e crenças, que são partilhadas e facilitam a adesão e a reprodução da ideologia dominante feita pelo Estado. A objeção apresentada consiste nos meios de comunicação como aparelho ideológico do Estado com base nas contribuições de Althusser.

Ao considerar o papel dos meios de comunicação de massa é preciso destacar também a indústria cultural e sua relação com a ideologia nas sociedades modernas, porque as disputas de viés ideológico marcam a organização do conceito de cultura. “O conceito de *Kultur* se associa à ideia de criação de que o espírito humano é capaz – caso da arte, da filosofia, da ciência e da religião.” (POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p. 109) Em uma consideração ampla, *Kultur* refere-se a uma “índole nacional” e ao progresso esclarecido da população, noções possíveis de compreender a partir da estruturação de uma ideologia voltada para propagar

uma cultura elevada, diferente da cultura produzida pela sociedade em geral e pelos meios de comunicação de massa, representados pela indústria cultural.

Adorno e Horkheimer são considerados referenciais por Polistchuk; Trinta (2003) por meio de suas contribuições sobre a indústria cultural e a mercantilização das formas culturais e a racionalização, baseado numa visão pessimista do indivíduo na era moderna. Em uma abordagem da ideologia na sociedade moderna também é preciso destacar a transformação da esfera pública segundo a visão de Habermas. A esfera pública é situada por Habermas entre a autoridade pública e a sociedade civil. Nesse cenário é tratado o desenvolvimento sobre a mídia de forma plural e negativa.

Se as ideias e princípios corporificados na esfera pública burguesa nunca se realizaram completamente nas condições históricas propícias da Europa do século XVIII, elas contudo, não desapareceram devido ao desenvolvimento subsequente do estado e outras organizações sociais. [...] Os salões e casas de café perderam, gradualmente, sua importância, e as instituições da comunicação de massa se transformaram, crescentemente, em organizações sociais de grande porte. A comercialização da comunicação de massa alterou seu caráter de maneira fundamental: o que tinha sido, numa época, um fórum privilegiado de debate racional-crítico se transformou em apenas mais um campo de consumo cultural, e a esfera pública emergente se transformou num mundo fraudulento de pseudoprivacidade que é criado e controlado pela indústria cultural. (THOMPSON, 1996, p. 147-148)

Na atualidade, impulsionada pelas comunicações de massa a ideologia não está nem próxima das ideias de Tracy e muito menos completamente ligada ao ideário marxista. Ligada ao conceito de hegemonia, conforme a visão de Gramsci - como a dominação de um grupo sobre outro em que o grupo dominado aceita isto como norma - a ideologia é uma das ferramentas para conseguir a dominação hegemônica. Os meios de comunicação de massa têm sido um forte aliado na busca pela hegemonia.

### **1.3.1 Ideologia, hegemonia e comunicação de massa**

Entre os estudos recentes a respeito de ideologia vale destacar Žižek (1995), para quem o reconhecimento da ideologia é inevitável. O teórico entende que é preciso compreender a existência da ideologia como matriz geradora que regula as relações entre o visível e o invisível, o imaginável e o inimaginável, bem como todas as alterações e transformações nessas relações.

Em um contexto de transformações no mapa geopolítico mundial e nas relações humanas, o autor analisa em seu trabalho, o novo e o velho na atualidade. O autor apresenta alguns exemplos como o sexo “virtual” ou o “surgimento” de novos Estados na Europa do Leste e insere nestas discussões a atualidade do conceito de ideologia e também a renúncia a este conceito.

"Ideologia" pode designar qualquer coisa, desde uma atitude contemplativa que desconhece sua dependência em relação à 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. Ela parece surgir exatamente quando tentamos evitá-la e deixa de aparecer onde claramente se esperaria que existisse. (ŽIŽEK, 1995, p. 9)

A proposta não é por uma renúncia pura e simples ao conceito de ideologia. Žižek (1995) busca tomá-lo a fundo a fim de referenciá-lo no cenário de mudanças amplas e rápidas como o da atualidade. A proposta é organizar a ideologia em 3 eixos: complexo de ideias (em si), como materialidade (para si) e ideologia na “realidade” social (em si - para si). O aspecto problemático nas considerações de Žižek é o papel que a teoria da ideologia exerce no materialismo histórico. “Estamos lidando, aqui com a topologia paradoxal em que a superfície (a ‘mera ideologia’) está diretamente vinculada com - ocupa o lugar de, representa - aquilo que é “mais profundo que a própria profundeza”, mais real que a própria realidade.” (p. 35)

Thompson (1996) também faz analisar e propor a ideologia, no âmbito da comunicação de massa. São propostas teses que consideram a análise da ideologia a partir da natureza e do impacto da comunicação de massa. “O desenvolvimento da comunicação de massa aumenta, significativamente, o raio de operação da ideologia nas sociedades modernas, pois possibilita que as formas simbólicas sejam transmitidas para audiências extensas e potencialmente amplas que estão dispersas no tempo e no espaço.” (THOMPSON, 1996, p. 343) O autor não deixa de considerar também que a comunicação de massa não é o único lugar onde se traduz a ideologia.

Entretanto, não se pode considerar a ideologia na comunicação de massa levando em conta apenas a organização que as empresas de mídia dispõem ou somente as suas mensagens. Thompson (1996) pontua que o conteúdo midiático precisa levar em conta as mensagens a partir dos contextos em que são produzidas e também considerando o contexto de quem recebe estas mensagens. Não são os meios que constituem as mensagens como ideológicas,

mas os parâmetros que são instituídos pelos meios de comunicação de massa e pelas quase interações que são realizadas por eles.

Jameson (1995) também estudou a relação entre ideologia e meios de comunicação de massa e ao tratar de mídia o autor avança para abordar o processo de consumo. “[...] os conteúdos dos próprios meios de comunicação transformaram-se em mercadorias, que são então jogadas em alguma versão ampliada do mercado à qual se afiliam, até as duas coisas se tornarem indiscerníveis.” (p. 295)

Em sua abordagem sobre ideologia, o autor propõe a distinção entre a linguística e o mercado, reforçando assim o aspecto econômico e cultural da ideologia sem autonomia total, enquanto completo acordo. Para o autor a ideologia do mercado é algo gerado em si, assim como sua imagem, chamada de pós-imagem. Jameson (1995) destaca que tanto a ideologia quanto a sua pós-imagem são registradas juntas, em sua identidade e diferença. Outros modelos de ideologia em Marx são abordados. “O que se requer é um grande projeto coletivo do qual participe uma ativa maioria da população, como algo pertencente a ela e construído com sua própria energia.” (JAMESON, 1995, p. 296). O autor defende que a ideologia de mercado não está somente no mercado em si, mas na natureza humana pela força do mercado e sua estrutura totalizante.

As disputas por hegemonia na sociedade atual também estão além dos meios de comunicação de massa. Vale destacar o viés religioso no ponto em que a religião é tomada como ideologia a partir das disputas entre projetos globais e o fundamentalismo islâmico. *"For the first time in history, people the world over have begun to talk about religion for what it truly is—dominant ideology of a unique kind that is propelled by myth and ritual and backed by enormous institutional force<sup>2</sup>."* (LULL, 2006, p.4) Ao apresentar a ideologia representada pelo governo norte-americano em conflito com a ideologia relacionada ao fundamentalismo islâmico, o autor enfatiza, principalmente, a sociedade permeada pela ideologia no centro de uma disputa hegemônica.

A compreensão da ideologia avança cada vez mais para evitar a noção de indivíduos que apenas estão reproduzindo representações ideológicas para indivíduos que reinterpretem a realidade e sua própria sujeição à ideologia. Em busca de estabelecer uma metodologia para

---

<sup>2</sup> “Pela primeira vez na história, as pessoas de todo o mundo começaram a falar sobre religião para a ideologia que ele realmente é dominante de uma espécie única que é impulsionado pelo mito e ritual e apoiado pela enorme força institucional.” Tradução do autor

os estudos dos meios de comunicação de massa, Thompson (1996) busca constituir uma metodologia da interpretação. “Interpretar a ideologia é explicitar a conexão entre o sentido mobilizado pelas formas simbólicas e as relações de dominação que este sentido ajuda a estabelecer e sustentar. A interpretação da ideologia é um processo de síntese criativa.” (THOMPSON, 1996, p. 379)

Thompson (1996) avança ainda em sua análise a respeito da comunicação de massa considerando a produção e difusão das formas simbólicas, a construção das mensagens dos meios de comunicação e a recepção e apropriação das mensagens dos meios. Ele baseia-se, principalmente, em uma combinação de análise sócio-histórica e pesquisa etnográfica para conceber a produção e difusão das formas simbólicas, assim como para a abordagem acerca dos processos de recepção e apropriação das mensagens.

A ideologia e as ações humanas também são tomadas para análise por Žižek (1995). A proposta do autor é que a ideologia está relacionada ao processo de enunciação através de sua postura subjetiva de garantir o sucesso a partir da ocultação de sua dominação. “[...] o ponto de partida da crítica da ideologia tem que ser o pleno reconhecimento de que é muito fácil mentir sob o disfarce da verdade.” (Žižek, 1995, p. 14) Em sua reflexão, Žižek questiona também se a ideologia não ficou inerente à ordem do discurso quando menciona a armadilha de “sair” da ideologia escorrendo para ela. Para o autor, o lugar de denúncia da ideologia precisa estar livre para evitar que ao denunciar uma ideologia incorra-se diretamente na ideologia.

Essa, provavelmente, é a dimensão fundamental da "ideologia": a ideologia não é simplesmente uma "falsa consciência", uma representação ilusória da realidade; antes, é essa mesma realidade que já deve ser concebida como "ideológica": "ideológica é uma realidade social cuja própria existência implica o não-conhecimento de sua essência por parte dos participantes, ou seja a efetividade social cuja reprodução implica que os indivíduos "não sabem o que fazem". "Ideológica" não é a falsa consciência" de um ser (social), mas esse próprio ser, na medida em que ele é sustentado pela "falsa consciência".” (ŽIŽEK, 1995, p. 305)

Em relação à constituição da ideologia conforme a interpretação de Sousa (2011) a ideologia não se encontra em uma exterioridade das relações de produção, mas agindo sob todas as partes e constituindo sujeitos sociais que resultam em encadeamentos de significantes, relações de significantes e significados. O autor destaca ainda que a ideologia é uma construção da realidade baseada em representações compartilhadas coletivamente, que

detém o poder de constituir, pela enunciação da representação, o dado para construir a própria consciência social ou o senso comum de uma sociedade. Essas representações tornam-se práticas sociais, práticas de poder, de sujeição ou dominação.

A noção de ideologia para Fairclough (2001) está ligada ao conceito de discurso, uma noção que é baseada em um tripé: texto, prática discursiva e prática social. O discurso como prática discursiva é caracterizado em 3 vertentes: forma linguística, prática social e prática discursiva, sendo que a prática discursiva medeia as duas anteriores. O autor aborda discurso como prática social a partir das noções de ideologia e hegemonia. A respeito das noções de ideologia, Fairclough (2001) recorda os pensamentos de Althusser, Voloshinov e Thompson. O autor destaca três asserções sobre ideologia: existência material das práticas das instituições, interpela os sujeitos, os aparelhos ideológicos do estado são marcos para a luta do discurso.

“Afirmo que a ideologia investe a linguagem de varias maneiras, em vários níveis, e que não temos de escolher entre possíveis 'localizações' diferentes da ideologia que parecem todas parcialmente justificadas e nenhuma das quais parece inteiramente satisfatória.” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 118). O autor destaca que entre a ideologia como propriedades de estruturas ou de eventos prefere as duas noções em prol de uma dialética de estruturas e eventos. Conforme o teórico não há motivo para considerar uma oposição rígida entre 'conteúdo' ou 'sentido' e 'formas', porque eles estão estreitamente interligados e em vários níveis podem ser investidos ideologicamente.

Atrelado ao conceito de ideologia, Fairclough (2001) traz o conceito de hegemonia e principalmente de como o conceito envolve disputas. A hegemonia é tratada pelo teórico como liderança, como dominação seja no domínio econômico, cultural, político e ideológico de uma sociedade. A desigualdade entre níveis de um mesmo domínio ou entre domínios desencadeia uma luta hegemônica. O autor compreende hegemonia com processo de como articulação, desarticulação e rearticulação de elementos em uma forma de poder, mas não a única. Movimentos semelhantes acontecem em diversas áreas, como na cultura e suas diversas manifestações, como na estruturação da cultura *pop* e seus desdobramentos como representações culturais.

## **2 CULTURA E CULTURA *POP*: REFLEXÕES SOBRE CONSUMO NA CONTEMPORANEIDADE**

A cultura *pop* é um aspecto fundamental para a compreensão do objeto em estudo a partir da percepção de que Rolling Stone Brasil é uma revista que tem como tema principal, a cultura *pop*. A definição dessa expressão envolve a compreensão de dois termos: cultura e o *pop*, conceitos amplos construídos a partir de relações sociais.

Uma contribuição anterior a ser tomada para a compreensão de cultura *pop* é justamente uma reflexão sobre o que seja cultura. Tal reflexão mostra-se necessária porque os sentidos a respeito desse termo são bastante antigos, e estão em constante transformação. Mapear o termo envolve buscar as suas origens e, sobretudo, as suas relações com os grupos sociais. Com a observação destas relações é possível delinear a evolução da concepção de cultura e como ela está relacionada a fenômenos que ainda estão em processo de compreensão, relacionados à cultura na atualidade.

Com isso, podemos compreender o que seja cultura *pop*. A compreensão da expressão é um registro fugaz dos desdobramentos de um processo tomando por base as contribuições de diversos setores da economia, da sociedade, da história e da própria cultura. Cultura *pop* é uma expressão relativamente nova, resultante de muitos anseios da contemporaneidade, mas que amplia as contribuições e desafios de compreender melhor o que é o termo cultura. Por isso cultura *pop* envolve múltiplas compreensões, como a corruptela de cultura popular. A cultura *pop* é, sobretudo, um termo atual que contempla a constituição contemporânea do consumo em diversos aspectos como música, dança e moda em suas diversas representações.

Salienta-se ainda que a compreensão sobre cultura *pop* vai além do entendimento de cultura popular, tomando de modo particular as contribuições da cultura *pop* para a sociedade contemporânea, a partir da íntima relação entre cultura *pop* e o público que a revista Rolling Stone Brasil considera como jovens, um grupo de pessoas que possui espírito jovem sobre a vida e o mundo.

### **2.1 Compreensão sobre o que é cultura**

Há vários interesses cognitivos em torno do conceito de cultura e cada um, localizado em um campo semântico que se manifesta através de diversos contextos. A cultura

caracteriza-se então como algo diverso, marcada principalmente pela multiculturalidade. Bauman (2002) ao empreender uma busca pelo conceito de cultura destaca pelo menos três conceitos envolvendo o termo. O primeiro é chamado de conceito hierárquico, voltado para a estruturação em níveis de cultura entre as sociedades ou membros de uma mesma sociedade. O conceito diferencial é voltado para enfatizar as diferenças entre comunidades e o conceito genérico trata da cultura como aquilo que estrutura as fronteiras entre o homem e o mundo.

Não há entre os estudiosos uma uniformidade sobre os conceitos de cultura e de sociedade. Os conceitos estruturaram-se lado a lado; nesse sentido, a cultura refere-se à conduta humana e atividade produtiva enquanto a sociedade configura-se como o sistema de relações entre indivíduos e coletivos. Marcarian (1980) pontua que o conceito de cultura busca refletir a vida social das pessoas tomando por base o modo de vida específico que lhes é próprio. Então, cultura está relacionada ao sistema de meios e mecanismos pelos quais os indivíduos solucionam problemas instaurados ao longo de suas existências. Um exemplo é a apropriação e transformação intimamente ligada ao conceito moderno de cultura popular, originária do século XVIII, um período histórico onde acontece a busca por consolidar identidades nacionais e, por consequência, uma cultura nacional.

O conceito de cultura no século XIX é tomado principalmente como ponto de partida para a evolução social em diversas etapas pelas quais a humanidade passaria. A noção está ligada aos movimentos neocolonialistas europeus em diversos territórios pelo mundo, em que os colonizadores eram vistos como "civilizados" e os colonizados em estágio de barbárie. É uma visão europeia de evolução a partir de uma escala europeia que serve principalmente para legitimar um expansionismo ultramarítimo europeu.

Estudos posteriores sistemáticos permitiram tornar ultrapassada esta visão de cultura até então empreendida, a fim de demonstrar que há diversidade e, compreender que a diversidade de culturas está intimamente ligada à variedade de grupos humanos. Variedade é uma característica importante para a compreensão da cultura, seja a variedade de culturas que estão em contato e influem-se mutuamente, seja a variedade de práticas culturais dentro de um grupo específico.

Ao realizar uma reflexão a respeito do tema, Chauí (1994) destaca que o termo cultura tem origem no verbo latino *colere*, relacionado à atividades que são voltadas a agricultura. Uma extensão do termo fez com que ele passasse a ser usado para tratar do cuidado com a educação. A autora, em parceria com outros, situa os termos sociedade e civilização para

salientar que mesmo caracterizada como uma prática social, a cultura está relacionada à aspectos do indivíduo como subjetividade e imaginação.

Cultura é o campo simbólico e material das atividades humanas, estudadas pela etnografia, etnologia e antropologia, além da filosofia. Em sentido restrito, isto é, articulada à divisão social do trabalho, tende a identificar-se com a posse de conhecimentos, habilidades e gostos específicos, com privilégios de classe, e leva à distinção entre cultos e incultos de onde partirá a diferença entre cultura letrada-erudita e a cultura popular. (CHAUI, 1994, p.14)

Santos (1987) destaca que é preciso evitar tanto o absolutismo quanto o relativismo em relação ao termo cultura, pois se por um lado pretende-se justificar plenamente a dominação a partir de mecanismos culturais, do outro são ignoradas as relações entre os povos e as marcas concretas entre elas. O autor destaca que as culturas e sociedade travam relações baseadas em desigualdades de poder e que os estudos sobre cultura precisam levar em conta estas realidades para tentar superar estas desigualdades.

Na compreensão da cultura destaca-se a lógica interna de cada realidade para relacionar a variedade de procedimentos culturais com esta realidade. A discussão sobre cultura volta-se, principalmente, para pensar a realidade social abordada e como a sociedade estrutura-se de modo amplo, diferente e contraditório. Estudar a cultura é também tratar de grupos específicos e o contato entre eles, assim como este contato reflete-se na organização própria dos grupos sociais.

Para Santos (1987) duas concepções de cultura destacam-se: uma voltada para a caracterização de uma realidade social e a outra para os conhecimentos, ideias e crenças de um povo. Na primeira noção, a cultura está ligada com o que organiza a existência social de um povo, assim como um grupo em uma sociedade. A segunda noção trata de instituições associadas de perto ao arcabouço de um grupo específico.

A fim de alcançar uma concepção de cultura abrangente se faz necessária uma abordagem interdisciplinar do termo. São teorias políticas, sociais, abordagens relacionadas à comunicação e a história, que influem diretamente na constituição de uma interpretação da cultura. O termo como construção interdisciplinar implica então a superação de vários limites como as limitações de cada uma das disciplinas para observar a interligação entre a cultura e a sociedade.

Definir cultura passa por apontar ao que ela não está restrita. A cultura não está somente restrita às práticas, às concepções ou a uma parte da vida social. A cultura organiza-se como construção histórica coletiva que diz respeito a todos os aspectos da vida social para além de algo natural sujeito a leis físicas ou biológicas. Santos (1987) apresenta ainda outras particularidades da cultura. Não é possível concebê-la como algo estático, e para demonstrar isto cabe tomar, por exemplo, manifestações culturais locais tradicionais, como o bumba-meu-boi e outras tradições que apesar de se repetirem estão em mudança a partir de uma dinâmica própria.

### **2.1.1 Cultura popular em contraponto a cultura erudita**

A noção de cultura como algo estático foi responsável pela produção de alguns conflitos como a ideia de cultura popular oposta a cultura erudita. Parte disso deve-se ao conceito de popular estar envolvido em uma série de imprecisões, com isso também envolvendo o *pop* já que no senso comum *pop* e popular são idênticos. Este conflito também é alimentado pela visão de que é possível taxar a qualidade dos produtos culturais da cultura popular e da cultura erudita em baixa cultura e alta cultura, respectivamente.

A ideia moderna a respeito de cultura popular data do século XVIII, com a consolidação da burguesia e dos Estados Nacionais, o que gera a necessidade da consolidação de uma cultura nacional que efetive uma identidade nacional. Martín-Barbero (1997) confere grande destaque à noção de cultura ao promover entrecruzamento com a noção de hegemonia já que a instituição de uma identidade nacional envolve, principalmente, a organização de uma visão de sociedade que se sobreponha às demais.

Há também transformações conceituais como a mudança do conceito de povo por *classe* ou para *massa*. Vale menção ao que é chamado de resgate positivo da cultura popular mencionado por Martín-Barbero (1997) ao destacar que nem toda assimilação do hegemônico pelo subalterno corresponde exatamente a uma submissão, assim como nem toda resistência como recusa. Para enriquecer um pouco mais a discussão, o autor menciona a noção de cultura de massa e o maniqueísmo que envolve a indústria cultural por suas relações de dominação.

A burguesia do século XIX cunha o termo massa pelo receio de mudanças na ordem social a partir da urbanização resultante do processo de industrialização. É uma diferenciação

a fim de diminuir a cultura relacionada anteriormente ao povo. Para Velasco (2010) a diluição da noção de popular em massa acontece no século XIX, mesmo que o termo massa só seja mais utilizado no século XIX com os avanços dos *mass media*.

Os apologistas da cultura de massa viam nesta nova relação das massas com os bens culturais uma supressão das diferenças de classe. Como se os bens simbólicos veiculados pelos meios massivos fossem produzidos e consumidos pelas classes populares, em vez de algo produzido pelos detentores dos meios de produção para a massa com a finalidade de garantir lucro – isto é: a incorporação da maioria da sociedade por meio do consumo cultural, via *mass media*. Não que as massas não tenham assumido uma relevância na sociedade nunca vista até então, mas a circulação de bens culturais com linguagem própria das classes populares é questionável na medida em que circulam, nos meios de comunicação de massa, segundo códigos da classe hegemônica. (VELASCO, 2010, p. 18)

A cultura de massa atrai para si uma série de críticas, de modo especial, críticas relacionadas à associação desse termo à conteúdo de baixa qualidade contra a qual vigoraria uma cultura de elite com qualidade superior. É nessa perspectiva que o conhecimento dominante concebe a cultura de massa e reafirma essa posição por meio da exclusão de algumas manifestações culturais e pela designação do que é cultura popular.

A partir do conceito de massa é organizada a descrição da noção de indústria cultural sobre o qual diversos autores, como Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Theodor W. Adorno, Erich Fromm e Walter Benjamin tecem considerações. O texto sobre indústria cultural de Adorno e Horkheimer acaba por produzir uma dicotomia entre cultura superior e inferior. Entretanto não cabe associar o movimento crítico a uma cultura superior e o que é produzido pela mídia a uma cultura inferior. Apesar disso, as contribuições voltadas para uma abordagem crítica da cultura, baseadas em observar como a cultura ganha contornos mercadológicos e de dominação ajudam a identificar com mais facilidade o quanto a cultura de massa caracteriza-se como acrítica e populista.

Com a expansão da cultura de massa, preconizada pelos autores há importante impulso para a relação entre público e ídolos baseada principalmente na adoração. Relembrando Morin, Velasco (2010) chama estes ídolos de olímpicos por serem vistos como seres que possuem características extraordinárias. "O caráter mitológico dessas vedetes nasce do imaginário dos papéis encarnados em filmes, publicidades, performances em shows, vitórias desportivas heroicas ou até mesmo do apelo erótico." (VELASCO, 2010, p. 29) Estes ídolos

passam a ocupar espaços anteriormente destinados a pais, educadores no sentido da formação do indivíduo pela aura mágica que estes indivíduos ocupam na cultura de massa.

Outras contribuições para a compreensão da cultura são dadas pelos Estudos Culturais Ingleses, que representam uma visão menos radical a respeito da cultura do que a estruturada por autores como Adorno e Horkheimer. As pesquisas desenvolvidas no *Centre of Contemporary Cultural Studies* (CCCS) na Universidade de Birmingham são voltadas para a análise textual, pesquisa do sentido marcadamente em oposição à metodologia de pesquisadores funcionalistas. O centro foi fundado em 1964 e é destaque sob a coordenação de Richard Hoggart e Stuart Hall.

O CCCS aborda, principalmente, estudos sobre cultura e sociedade. Richard Hoggart faz críticas à cultura comercial e elogio às formas de resistência; Raimond Williams tece críticas à dissociação de cultura e sociedade e Stuart Hall aborda o papel ideológico da mídia, assim como a natureza da ideologia. Os autores aprimoram os conceitos marxistas e as leituras apresentadas por teóricos críticos, como Adorno e Horkheimer, a fim de superar, por exemplo, o primado da base sobre a superestrutura que reduz a cultura a uma determinação econômica.

Mesmo partilhando a ideia de sistema cultural dominante advinda da teoria crítica, os Estudos culturais tratam a cultura como conjunto de significado de uma sociedade e mídia, dinamizador de culturas na sociedade moderna. Stuart Hall (2003) trata a relação entre mídia e cultura e, principalmente, o papel ideológico desempenhado pela mídia. Hall (2003) realiza uma discussão sobre ideologia, mas de um modo preliminar procurando situar as relações de forças e como elas interferem na vida social.

Fundamentada em pesquisadores ingleses a pesquisa dos Estudos Culturais desenvolve-se de modo semelhante na América Latina. Martín-Barbero (1997) aborda como o Estado em sua função de aparato jurídico da coesão social está ligado ao processo de enculturação pela centralização política e unificação cultural. A enculturação consiste na “[...] transformação do sentido do tempo que, abolindo o cíclico, impõe o linear, centrado sobre a produção, a transformação do saber e seus modos de transmissão mediante a perseguição das bruxas e o estabelecimento da escola.” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 130)

Conforme o autor a massa está ligada às novas condições de existência das classes populares, sejam tais condições direcionadas a opressões ou demandas por democratização social. O massivo então não é algo que surge de repente e diretamente em confronto com o

popular, mas lentamente e em coexistência com o popular. Neste processo está situado o folhetim, desde sua origem como parte do jornal até a sua consolidação como publicação a parte com uma tiragem que cresce exponencialmente.

Em uma linha de pensamento diferente da desenvolvida por Martín-Barbero, Escosteguy (2006) defende que a cultura é vista como prática a partir da reprodução de uma estrutura social, mas sem estar associada à ideia de uma sociedade governada por leis imutáveis e sim à noção de que a ação social pode transformar a sociedade. Sendo assim, a cultura, embora constituída por uma estrutura social particular, não é estudada como mero reflexo dessa última estrutura.

Por tudo isso, identifica-se em tal proposta um cunho político já que deve estar situada no contexto de debates e embates sociais em curso no momento de sua realização. E somente será esclarecedora desde que situe o texto em análise em seu contexto histórico. (ESCOSTEGUY, 2006, p. 5)

Os estudos culturais buscam a interligação entre a cultura e o contexto sócio-histórico e como ela contribui para a ação social, seja ela como dominação ou como resistência. Então, mesmo com a busca e o poder de homogeneização da indústria cultural, representada pelos meios de comunicação de massa, há influências internas e, sobretudo, conflitos de interesses entre classes e grupos sociais. Porém é inegável a influência da cultura de massa no cotidiano da sociedade moderna. Para Kellner (2001) cabe destacar que a cultura veiculada pela mídia não pode ser descartada. O autor argumenta a necessidade de que por novos modos ela seja interpretada nos discursos e forças sociais que as constituem.

Kellner (2001) comenta que a cultura veiculada pela mídia está implicada em processos de dominação e também de resistência. O autor ressalta também que termo seria mais adequado para designar este tipo de cultura. Ele rejeita a proposta de tratar por “cultura popular” porque o termo sugere uma cultura que vem diretamente do povo, enquanto a cultura da mídia é organizada para o povo. “Portanto, chamar de “cultura popular” os produtos comerciais da indústria cultural feitos para as massas oblitera uma distinção entre dois tipos bem diferentes de cultura.” (KELLNER, 2001, p. 51) O autor opta por utilizar o termo cultura da mídia por estar relacionada à indústria cultural e os modos de produção e distribuição da cultura. Com esta distinção, Kellner (2001) busca delimitar melhor a relação entre mídia e cultura na contemporaneidade.

### 2.1.2 Cultura e contemporaneidade, mudanças nas tecnologias e nas relações sociais

A cultura passa por processos de mudanças em função das modernas tecnologias de comunicação ou pelas transformações nas relações implementadas a partir da noção de contemporaneidade. São mudanças no sistema capitalista, assim como no consumo amplo e baseado na dissolução de fronteiras, na produção social e nas formas de vida social. Kellner (2001) pontua que a sociedade e a cultura contemporâneas passam por fortes mudanças e a cultura está inserida nas lutas sociais.

Abordando a evolução dos meios de comunicação, Kellner (2001) enfatiza que as tecnologias têm forte influência nos padrões de vida com reflexos na cultura, trabalho e lazer. Festivais de música clássica podem ser transmitidos ao vivo para o mundo todo através de um site de vídeos como o *YouTube*, do mesmo modo que reuniões acontecem com funcionários em diferentes países através de aplicativos como o *Skype*. Outros exemplos também estão em movimentos reivindicatórios e outras ações coletivas que são planejados através de redes sociais. Esta evolução é associada muitas vezes à juventude, que por crescer em contato com as novas tecnologias tem um aprendizado facilitado. Entretanto, todas as faixas etárias são atingidas por estas transformações através das mudanças que acontecem em hábitos e padrões de vida.

Estas influências são apresentadas muitas vezes como positivas, porém seus efeitos são marcados pela ambiguidade e até mesmo por divergências conforme o ponto de vista tomado para observá-las. “Por um lado proporciona maior diversidade de escolha, maior possibilidade de autonomia cultural e maiores aberturas para as intervenções de outras culturas e ideias. No entanto, também propiciam novas formas de vigilância e controle [...]” (KELLNER, 2001, p. 26) O controle também se estende para outros setores como a cultura referente a possibilidade de ampliação das técnicas de doutrinação e dominação, representadas por ter o aparelho de celular propagado como “o mais completo” ou a marca “da moda”.

A cultura, neste caso, é marcadamente comercial e tem a sua divulgação como mercadoria. Isso traz consequências importantes como a necessidade de produção de coisas que vendam, assim, a cultura passa a estar diretamente dependente da economia. Um produto precisa estruturar-se como economicamente viável para apresentar-se como sucesso. Então a cultura passa a ser a mercadoria com esta produção voltada para o lucro a fim de atrair o

máximo de “compradores”, já que este é o papel que o público acaba por assumir nesta configuração de cultura.

A cultura em questão é marcadamente a cultura da mídia. Os meios de comunicação acabam por configurar-se, por excelência, como o veículo para a transmissão da cultura na contemporaneidade. Apesar disso, não cabe simplesmente rejeitar esta cultura como instrumento da ideologia dominante, mas analisá-la como parte dos discursos das forças sociais que a constituem. Até porque é esta cultura dominante que tem tomado outros espaços na vida social dos indivíduos, como a família e a escola, na constituição do gosto e do que é cultura.

Alguns teóricos do pós-modernismo argumentam que as sociedades contemporâneas, com suas novas tecnologias, novas formas de cultura e novas experiências do presente, constituem uma ruptura decisiva em relação às formas modernas de vida. Para eles, o cativo do sofá, incansável surfista das ondas de TV, e o jóquei do computador plugado no ciberespaço e nos novos mundos da informação e do entretenimento constituem um espantoso desenvolvimento evolucionário, uma decisiva novidade na aventura humana. Os midiólratras e os tecnomaníacos da atualidade são vistos como caçadores-coletores de informações e entretenimento, desafiados a sobreviver a uma carta de “infroentretenimento” e a processar uma espantosa quantidade de imagens e ideias. Assim como o mutante retratado por David Bowie em *The Man Who Fell to Earth*, os novos indivíduos pós-modernos, como se afirma, terão de aprender a conviver com uma imensa fragmentação e proliferação de imagens, informações e tecnologias novas, que precisarão processar. (KELLNER, 2001, p. 28)

É uma cultura voltada para a juventude que está ambientada com o ciberespaço e os novos mundos da informação aos quais Kellner (2001) se refere. São principalmente os jovens o público alvo para o infoentretenimento, em que as notícias são apresentadas sempre em quantidade elevada e principalmente de modo fragmentado através de diversas tecnologias.

A cultura passa a tomar parte em outros campos desempenhando um papel cada vez mais importante. No campo econômico, como já referido, é a relação da cultura com a mercadoria que impulsiona o que seriam os valores consumistas. Para Kellner (2001) é preciso trabalhar para obter os resultados desta sociedade de consumo, contudo é preciso observar que a importância do trabalho acaba por declinar em prol do lazer, já que o lazer proporciona mais satisfação do que o trabalho. Tal relação é impulsionada, principalmente,

porque o lazer é o momento em que existe o consumo das formas culturais associadas à mercadoria.

A cultura contemporânea é constituída a partir da disputa por capital cultural, em que uma manifestação cultural precisa afirmar-se perante outras atestando a incapacidade delas de corresponder à contemporaneidade. “Aumentamos o nosso capital cultural distinguindo nosso trabalho e nossas posições dos trabalhos e posições dos outros, ligando-nos a fenômenos populares e aderindo a novos movimentos teóricos e culturais que nos identifiquem como entendidos [...]” (KELLNER, 2001, p. 72)

Bauman (1998) destaca que há um ímpeto de consumo, baseado no impulso pela liberdade, que acaba por não ter satisfação possível já que cada vez que é atendido, demanda mais liberdade e, por consequência, mais consumo. A nova visão de cultura se caracteriza por uma visão de uma ação perpetuamente inquieta, insubordinada, rebelde e ordenadora, valores habitualmente associados à juventude. Porém mesmo esta cultura não ordenada, desconsidera profundamente a sacrossanta distinção entre o substantivo e o marginal, o necessário e o acidental.

Toda cultura, inclusive o tipo menos complexo segundo os padrões da vanguarda, está diariamente envolvida naquilo a que Levi- Strauss deu o memorável nome de bricolage: ela infere continuamente novos signos de qualquer coisa que, por acaso, se ache à mão e verte continuamente novos significados em tudo o que, por acaso, se ache próximo, à espera de se tornar um signo. (BAUMAN, 1998, p. 174)

Tomando a arte como manifestação cultural Bauman (1998) esclarece que na contemporaneidade a vanguarda inexistente porque há constantes mudanças e sempre mais drásticas. É a chamada era multicultural em que são oferecidos vários artigos, sejam identidades ou possibilidades relacionadas à cultura e é possível testar cada artigo disponível para escolher segundo a vontade. A arte vira então uma peça única, na medida em que não segue padrões estabelecidos e a criação das “fórmulas” é feita durante o processo de composição.

Os centros de poder passam a ter papel fundamental em relação à cultura, seja para defini-la ou controlá-la a fim de influenciar sem desenvolvimento. As preocupações com cultura estão associadas às relações de poder e as formas de dominação na sociedade. O autor comenta que o cenário severo é justamente porque a maioria está fora do banquete mundial também pela desculpa do multiculturalismo. Os que estão incluídos nas divisões

multiculturais colocam o povo como autor da escolha por permanecer fora do processo. É como se houvesse a possibilidade de escolher a auto exclusão.

Kellner (2001) também trata do multiculturalismo como “rótulo” sob o qual é afirmada a alteridade e a diferença entre grupos sociais, assim como é preciso atender grupos que estavam anteriormente excluídos do diálogo cultural. “O multiculturalismo provocou novas guerras culturais, uma vez que, contra a ofensiva multicultural, os conservadores defenderam a cultura ocidental, com seus cânones ditados por grandes homens europeus.” (KELLNER, 2001, p. 37) A própria noção de multiculturalismo é vista com Kellner como um fenômeno pós-moderno embalada em uma “febre teórica” a fim de buscar uma grande teoria que explique as transformações sociais e culturais do fim do século XX.

Os meios de comunicação são apresentados por Bauman (2005) como fornecedores de matéria bruta para enfrentar a ambivalência da posição social. “À multidão de pessoas que teve negado o acesso à versão real, a mídia fornece uma “extraterritorialidade virtual”, “substituta” ou “imaginada”.” (BAUMAN, 2005, p. 104) O autor destaca que os fios soltos são difíceis de atar no sentido de compor uma identidade, mas que é um desafio a ser assumido e, sobretudo, evitando a armadilha de versões fechadas de cultura e comunidade.

## **2.2 Cultura *pop*: corruptela que liga popular e massificação**

O primeiro aspecto a ser destacar da cultura *pop* é a sua natureza multifacetada. Como uma corruptela do popular a expressão está ligada a cultura de massa, distinguindo-se, portanto, da cultura popular. A cultura *pop* também é a contestação da cultura massiva, afinal se fosse considerado somente como a cultura de massa não haveria a necessidade da distinção do termo cultura *pop*.

A cultura *pop* aproxima-se da cultura de massa por valorizar o público como “alvo”, mas a cultura *pop* diferencia-se ao apresentar-se como segmentada, no campo da moda, da música ou da arte enquanto a cultura de massa aborda um universo mais amplo de consumidores. O *pop* em si tem como cenário para seu surgimento, a consolidação da indústria cultural nos Estados Unidos. Nesse caso, o *pop* é marcado pela produção para grande quantidade de pessoas, portanto o ser popular e ter a arte como mercadoria de baixo custo.

Há uma variedade de possibilidades para compreender a cultura *pop*. Seja como voltado ao jovem; ou como classe de consumidores ou estilo de vida, ou glamorosa a cultura *pop* é marcada, principalmente, pela fugacidade. Mesmo voltada para aspectos como criação de estrelas e propagação da fama pela mídia, o *pop* também não é um equivalente da cultura de massa, já que pode aliar a massificação de um estilo e a diversidade de manifestações em torno deste estilo particular.

A cultura *pop*, porém, não pode ser encarada como sinônimo de cultura de massa, mas como uma vertente dela que comporta, simultaneamente, a homogeneização da massificação e a diversidade. Basta olhar os diferentes estilos dentro da *Pop Art* e da música *pop* – e sua profusão de gêneros e subgêneros. (VELASCO, 2010, p. 35)

Khumthukit (2010) estabelece distinções na relação entre cultura popular e o folclore. A cultura *pop* distingue-se da alta cultura porque enquanto a cultura *pop* possui um viés voltado para as massas, a alta cultura caracteriza-se como voltada para as elites. "Neste sentido mais crítico, o surgimento das sociedades industrializadas centradas em torno da produção em massa e do consumo gerou uma cultura popular comercializada que deslocou a cultura popular tradicional mais autêntica." (KHUMTHUKIT, 2010, p. 62) A cultura *pop* é então uma forma de expressão presa a uma dualidade, entre ser arte ou mercadoria. Nesse ponto absorve a cultura de massa, mas busca expressar a contracultura, como nos anos 60. Esta dualidade apenas aprofunda-se ao longo dos anos com o capitalismo tardio e as influências do *pop*.

Como Kellner (2001) comenta a respeito da cantora Madonna, a identidade é constituída pela imagem e o estilo em que vale principalmente a criação de formas inovadoras. "A identidade não tem nada de profundo, como supunham as teorias modernas, que presumiam um eu essencial, ou o projeto de criação de um eu autêntico." (KELLNER, 2001, p. 365) É uma cultura voltada para o *showbiz* com os filmes, apresentações de tv, *shows* e outras apresentações nas quais caiba a elaboração de estratégias de vendas e foco na publicidade.

A cultura *pop* passa também por mais do que apenas um viés econômico. É preciso tomar a expressão também na relação que os consumidores mantêm com os bens simbólicos. Retomando os anos 60, Velasco (2010) apresenta o *pop* como ligado a um viés antiautoritário com repercussão cultural. Porém estas demandas foram absorvidas pela indústria cultural,

ressignificadas e reorganizadas no sentido de produzir mais lucros. Entretanto, não cabe apontar somente uma análise pessimista a respeito da cultura *pop*, afinal, o público reveste estes produtos da cultura *pop* de sentidos próprios a partir de suas experiências e convicções.

Estas formações de sentido a respeito dos produtos da cultura *pop* acontecem de modo cada vez mais rápido. É a valorização do transitório em que de modo cada vez mais frenético é valorizada a novidade, a juventude e a efemeridade. É uma música que faz sucesso e, posteriormente, serve para apoiar o sucesso de outras, logo fadadas a serem obsoletas em prol de uma nova tendência. “A indústria do entretenimento trabalha o *pop* em sua porção efêmera, por meio de hits instantâneos e a obsolescência planejada, ao mesmo tempo em que cria estratégias que mantenham o interesse constante pelos seus produtos.” (VELASCO, 2010, p. 36) É uma moda que é substituída por outra e outras até que a primeira retorne, mas absorvendo elementos de outras.

Kellner (2001) explica que os ícones da cultura *pop*, em uma reflexão sobre o que é contemporâneo, estão envolvidos em uma estética da criatividade que abrange e supera as fronteiras da moda e da arte. Tendências são lançadas em conjunto como a cantora Lady Gaga que choca pela vestimenta, como um “vestido” feito de carne, tanto como aponta outras possibilidades para a organização de videoclipes e letras de músicas.

A cultura *pop* é vista a partir do aspecto do consumo de massa preponderante: a instituição de uma marca. A instituição de uma marca funciona como um atestado de qualidade do produto e isso vale para os mais diversos produtos. “A partir de então, os produtos, empacotados e distribuídos nacionalmente, ganham um nome. É em torno desse nome, a marca, se faz toda uma publicidade que dá às mercadorias valores, como qualidade, de modo a seduzir o consumidor.” (VELASCO, 2010, p. 36) Na cultura *pop* cabe o destaque principalmente para os *pop stars*, as pessoas-marca que tem a vida associada à cultura *pop* sejam em suas atividades públicas ou privadas. Velasco (2010) menciona Morin para destacar a espécie de culto que existe aos *pop stars* e que acontece através da cultura *pop* e seus produtos.

Esta espécie de culto reflete-se até mesmo no modo em que os artistas *pop* são percebidos. Enquanto Madonna, Lady Gaga e Bono Vox não são associados a um país em específico; artistas populares como Ana das Carrancas, Mestre Dezinho e Luiz Gonzaga são apresentados sempre como intimamente ligados, respectivamente, ao Pernambuco, ao Piauí e ao Nordeste do Brasil. Reflete-se então que a cultura popular sempre parece estar presa a uma

região específica e a cultura pop aspira a um espaço universal que cada vez rompe fronteiras de modo mais rápido.

Entre estes produtos cabe citar, por exemplo, a revista Rolling Stone Brasil. Fruto de uma marca dos Estados Unidos já consagrada, a revista chega ao Brasil como um típico produto da cultura *pop*. É um produto com características típicas da cultura *pop*: apelo para a juventude, textos mais despojados na busca de estimular uma conversa com o leitor. É o que poderia ser chamado de “versatilidade editorial” em que a música é apresentada como ponto principal da revista, mas outras temáticas desse universo são abordadas no sentido de alcançar o leitor que se interessa por cultura *pop* em geral.

A revista insere-se no que é chamado por Velasco (2010) de economia *pop*. Esta economia *pop* vincula-se, principalmente, a mudança do capitalismo industrial para o capitalismo tardio, do poder pela força para o poder pela atração. É um mecanismo em que as culturas periféricas são adentradas por uma cultura mundial, por exemplo, a cultura *pop*, mas sem a destruição da cultura local. Ambas coexistem mesmo que as identidades locais fiquem esmaecidas diante do processo de globalização econômica que tem reflexos no aspecto cultural.

Os estilhaços que compõem a cultura pop a partir dos anos 1960, por meio de hibridizações, diálogos com culturas marginais, reprocessamentos e conjugações seguem a mesma lógica econômico-mercadológica do período – a passagem do fordismo para o pósfordismo, da lógica massiva à lógica da segmentação. Não quer dizer que não haja produtos culturais homogêneos, mas eles coexistem com a diversidade, ou seja, é mais uma faceta do pop, que não exclui manifestações culturais; pelo contrário, inclui. Exemplos bastante claros da dinâmica pop são a ressemantização de linguagens, como no caso da *Pop Art*; as colagens, via *sampling*, que põem a ideia de singularidade em xeque; e as edições velozes e não-lineares dos videoclipes. (VELASCO, 2010, p. 38)

Dentre vários aspectos o *pop* destaca-se como uma estratégia de mercado, baseada na produção em série com distribuição global e pautada pela expressão de um espírito jovem. A partir disso, percebe-se que o crescimento do consumo é contínuo e estimulado sem deixar também de gerar conflitos, pois objetos novos acabam sendo relegados ao esquecimento em pouco tempo em um comércio rápido de bens culturais. Um exemplo é a primeira capa de Rolling Stone Brasil, com a modelo Gisele Bündchen, ícone da moda, do consumo, por conseguinte, da cultura *pop*. A brasileira, apresentada pela revista como grande *pop star*

brasileira representa o Brasil, mas em uma marca global e a partir da juventude, beleza, glamour e transitoriedade que marcam a cultura *pop*.

O caráter massivo da cultura *pop* está relacionado a adoção de estratégias para que o leitor passe a consumir. Seja pela constituição de ideais de comportamentos ou sugestões de estilos de vida. A cultura *pop* interfere na constituição do público como público em suas referências identitárias. Velasco (2010) explica que através das personalidades que compõem a cultura *pop* como relações de identificação são estabelecidas com o público nos moldes da cultura de massa. Contudo, este público é mais segmentado, como no caso de bandas de adolescentes ou fenômenos musicais que fazem sucesso por alguns meses apenas com uma mesma música. A cultura *pop* é marcada por um aspecto agregador, mas também por uma hipersegmentação.

É possível tomar, por exemplo, a cultura *pop* japonesa. Khumthukit (2010) explica que os consumidores ocidentais da cultura *pop* japonesa tem a oportunidade de abordar novos universos mentais a partir de bases diferentes de suas próprias. Apesar da produção cada vez em maior número de produtos culturais relacionados à cultura *pop* japonesa, seja *animês*, *mangás* ou *cosplay*, está uma cultura bastante segmentada. A autora destaca que para o público consumidor a cultura *pop* japonesa também funciona como contraponto à cultura *pop* americana, o que facilita a sua aceitação, mesmo com referências culturais tão diversas em relação à cultura ocidental.

A cultura *pop* passa a ter então um importante aspecto global. O que é produzido em um lugar acaba sendo consumido em uma infinidade de outros lugares. São filmes que são pensados no Japão, são produzidos nos Estados Unidos e veiculados nos mais diversos lugares do mundo. Entretanto, a cultura *pop* não chega como algo massivo e que busca alcançar todos os públicos. Ela se segmenta e abrange determinadas faixas, como os super-heróis japoneses ou os festivais de *cosplay*, onde fãs vestem-se como personagens de *animê*, *mangá* ou videogames.

O contraponto entre agregar e hipersegmentar é algo explicável a partir da relação entre cultura *pop* e contemporaneidade, porque a cultura passa a ocupar outros espaços, que não os espaços institucionalizados anteriormente. Ainda outros aspectos que aproximam a cultura *pop* da pós-modernidade, são o declínio do que poderia se chamar de originalidade e que coloca a arte como repetição, assim como o fim das grandes narrativas.

A metáfora da modernidade leve de Bauman, com fronteiras menos rígidas e uma ideia de mutabilidade, é bastante elucidativa no que se refere a algumas das características centrais do pós-modernismo, como abolição da distinção entre arte e vida cotidiana, fim da hierarquização entre alta cultura e cultura de massa/popular, ecletismo, mistura de códigos e de estilos. (VELASCO, 2010, p. 40)

A cultura *pop* mistura-se com a realidade a exemplo dos personagens de novelas que são tratadas em conversas cotidianas como pessoas de convivência diária. A realidade e a ficção dividem espaço também em temas debatidos e vivenciados por personagens dentro das novelas, em abordagens que caracterizam-se como educativas; como sobre tráfico de mulheres ou menores desaparecidos. Outros exemplos de como a arte acaba por migrar para a indústria cultural estão em diversos produtos da indústria cultural, como as capas de revistas, de CD's ou pôsteres para filmes de cinema. As capas de Rolling Stone Brasil representam bastante desta cultura *pop* calcada na imagem, onde a celebridade é representada a partir de uma produção especial para transmitir um estilo a partir do que é fotografado.

Velasco (2010) cita ainda os *shows* ao vivo e os videoclipes como parte da importância que a imagem como traço da contemporaneidade possui na organização da cultura *pop*. Os shows ao vivo, vendidos como CD's e DVD's buscam estabelecer essa aproximação entre público e produto, enquanto os clipes buscam propor a imersão de quem assiste no universo engendrado pelo artista *pop* que está no centro daquele espetáculo. Porém, o espetáculo cria identidades marcadas pela fragilidade e fugacidade. É preciso estar sempre mudando, em processo de atualização para não perder a atenção conquistada em um determinado momento.

Esta necessidade contínua de mudanças está relacionada a uma tendência de manter a juventude eternamente, uma característica marcante da cultura *pop*. O *pop* é novo, em forma e conteúdo. A partir disso ele pode ser vendido em diversas representações e produtos formando um mercado de espírito jovem. Por exemplo, o *rock'n roll* como manifestação cultural que nasce na década de 50 e hoje está vivo a partir das inúmeras adaptações que compreendem a contracultura dos anos 60, assim como a ascensão de vários ídolos nas décadas seguintes como Madonna e Michael Jackson. A identificação, neste caso, vira um eficiente recurso a fim de estimular o consumo dos bens produzidos pela indústria cultural.

Para Kellner (2001) a identidade na cultura da mídia é uma questão de escolha e ação individual. Utilizando ícones *pop* como exemplo, o autor pontua que a identidade acaba permanentemente contestada e em transformação. O teórico lembra que na globalização da

cultura há lutas por preservar a identidade nacional enquanto outras identidades coletivas surgem mediadas por forças coletivas e transformam-se de modo permanente conservando-se jovens.

A juventude neste caso, não é restrita a uma idade em particular, mas uma meta, um estado de espírito ou um desafio. Torna-se possível ser jovem com 30, 40, 50 anos ou mais desde que seja mantido o espírito e o estilo jovem através do consumo. Não se sabe quando a juventude começa e quando ela termina no tocante a cultura *pop*, principalmente pelos produtos que são apresentados por ela, calcados firmemente no presente. Artistas *pop* com idade considerável são vistos como ícones de juventude e parte de padrões de comportamento.

As hibridações, a desterritorialidade e a ausência de fronteiras e limites bem definidos tornam o *pop* universal. Analogamente, não se pode mais falar de um público jovem atrelado a uma faixa etária pré-estabelecida, com limites bem demarcados. Culturalmente determinado, o conceito de jovem se dilatou de tal forma que não é mais possível dizer objetivamente quando se começa a juventude e quando se termina. [...] Madonna, com mais de 50 anos, e Mick Jagger, acima dos 60 anos, continuam servindo de parâmetro para artistas mais novos no que se refere à presença de palco nas performances ao vivo. A energia e a dinâmica de suas apresentações levam a plateia a duvidar da idade biológica deles. No *pop*, Peter Pan é o paradigma. (VELASCO, 2010, p. 47)

O tempo da cultura *pop* é o hoje, por um artista novo ou por um estilo novo. É uma transformação contínua que leva em conta as necessidades de consumo constituídas em um mercado cada vez mais sedento de liberdade por continuar consumindo. A busca pela liberdade daquele estilo gera a necessidade de um estilo novo e que em pouco tempo estará obsoleto e gerando a necessidade de mais liberdade. É uma cultura globalizada e relacionada à cultura de massa.

Apesar do alcance global a cultura *pop* também conta com traços responsáveis pela distinção dela em relação à cultura de massa. Apesar do caráter mercantil que ambas possuem o *pop* propaga mudanças na relação de consumo. A cultura de massa está diretamente voltada para a produção sem um diálogo efetivo com o público. A exposição aos produtos da indústria cultural é contínua para atender a uma massa interpretada como passiva e homogênea. A cultura *pop*, por sua vez apresenta-se, sem perder o caráter massivo, como voltada para segmentos particulares; seja idade, sexo, etnia, região geográfica ou classe social.

A cultura *pop* também representa o desvio da cultura de massa quando quebra tendências estruturadas de modo massivo. Por exemplo, a *pop art* que toma como base o

cotidiano que é relegado nas artes tradicionais ao status de não-arte. “Se o artista modernista estava revestido de uma aura que o fazia um ser distinto das pessoas comuns, o artista *pop* se pretendia, pelo menos no discurso, romper com essa hierarquia.” (VELASCO, 2010, p. 49). É a arte questionando a arte já estabelecida e disseminada através da noção de superioridade entre o artista e as pessoas comuns. Tudo pode virar arte embalada em uma lógica de consumo do período pós-segunda guerra mundial.

As ideias de *pop* como algo destinado a um grande público e relacionado a um modo jovem de ser são marcantes tanto no *pop* de meados do século XX como no deste início de século XXI. O mesmo vale para a relação desconflituosa entre arte e consumo inerente ao *pop* – e padrão desde então. (VELASCO, 2010, p. 58)

A cultura *pop* acaba por ser, acima de tudo, controversa e fragmentada. Ela se coloca como uma prática diferente de outras práticas e sujeita a identificação ou não de segmentos e pessoas. É vista a partir de uma infinidade de manifestações que podem se contrapor ou resultarem como complementares. É marcada pela a-historicidade, pelo culto a um presente contínuo e infundável, mas está recuperando tendências do passado através de ondas "retrô" ou *vintage* para a composição de um estilo moderno.

Outro exemplo que representa esta relação entre cultura *pop* e a cultura de massa é a instalação da primeira versão da revista Rolling Stone Brasil. Datada de 1971, a revista traz ícones da cultura *pop* brasileira como Gal Costa, que está presente na primeira capa. Contudo, as músicas produzidas pela cantora não estão encaixadas em uma cultura massiva e acrítica, mas de mudança em relação ao cenário musical e o regime político vigente do Brasil.

É uma cultura que através do massivo e do segmentado leva a distribuição de ideias e tendências pelo mundo, mas abrangendo grupos específicos. É paradoxal por aproximar estilos que em um senso comum seriam vistos sempre como opostos. A busca é sempre por estar sintonizada com o que é atual, mesmo que este atual seja constituído a partir da própria cultura *pop*. A partir disso destaca-se a organização de Rolling Stone Brasil para aproximar estilos e temáticas, como a cultura *pop* e a política nacional.

### **3 ROLLING STONE BRASIL E POLÍTICA NACIONAL: UMA REVISTA DE CULTURA POP QUE ABORDA POLÍTICA**

A revista Rolling Stone Brasil, então, é um espaço voltado para um jornalismo de revista intensamente especializado e que conta com uma editoria voltada para a política nacional. Em detrimento das notícias, mais comuns nos jornais impressos, as revistas destacam-se por apresentarem textos que abordam determinados assuntos de forma mais aprofundada. A reportagem é o espaço para este tipo de aprofundamento, seja em relação ao tempo, ao público ou até mesmo em sua estruturação, pois o gênero reportagem explora principalmente o relato a partir da narrativa midiática.

Em Rolling Stone Brasil os textos tratam principalmente sobre produtos culturais. Como uma revista de cultura *pop* cada texto presente na revista conta uma história, relativa aos temas abordados pela publicação. Entre estes textos a respeito de produtos culturais destaca-se a inserção de uma editoria voltada para política nacional que trata do processo eleitoral brasileiro.

A editoria de política nacional neste caso, não está distante do que está presente em toda a revista. É uma abordagem sobre política que leva em conta o estilo de Rolling Stone Brasil como revista voltada para um público jovem. Os temas do mundo político; como corrupção, eleições, políticas culturais, são abordados a partir de narrativas semelhantes às matérias voltadas para tratar da cultura *pop*.

#### **3.1 Narrativa midiática como ponto de partida para a organização do jornalismo de revista**

As revistas possuem várias diferenças em relação ao material jornalístico de outros suportes de informação. Como as revistas são publicadas bem posteriormente aos acontecimentos que nelas estão retratados é preciso, para atrair o leitor, uma abordagem mais aprofundada sobre o acontecimento em questão. Desde revistas semanais de informação, até às especializadas em economia, cultura ou moda; cada publicação busca estabelecer com o seu leitor a noção de que apresenta mais esclarecimento para ele a respeito de um acontecimento em questão.

As diferenças entre jornalismo de impresso diário e jornalismo de revista passam também pela constituição da narrativa midiática. As narrativas do jornalismo diário são diferentes das narrativas de publicações de periodicidade mais longa. Enquanto a "pirâmide invertida" consagrou no jornalismo diário aspectos como que, quem, quando, onde, as narrativas de periodicidade mais ampla buscam contar o acontecimento de modo diferenciado, com foco especial no aprofundamento. As motivações para a escolha da narrativa midiática para o jornalismo de revistas são várias. Situada além dos aspectos básicos do acontecimento, a narrativa midiática possibilita também a diferenciação da revista para o jornal, que tem periodicidade menor.

Medina (2003) destaca a respeito da narrativa midiática que “a arte de narrar acrescentou sentidos mais sutis à arte de tecer o presente.” (2003, p. 47) A autora relaciona a ascensão da narrativa jornalística à contemporaneidade, pela crise de modelos anteriores no sentido de reportar uma realidade particular. Entretanto, aponta desafios na escolha de novos modos para a enunciação jornalística tanto na perspectiva social como individual.

O exercício das narrativas, na trajetória humana, carrega consigo as dificuldades racionais (o aprendizado dos esquemas narrativos), intuitivos (o enriquecimento contínuo da sensibilidade, uma espécie de radar profundo para sentir o mundo) e operacionais (a ação do escrever-se e a dialogia em uma escrita coletiva. [...] Há, sim, uma insatisfação latente nos profissionais mais sensíveis diante das rotinas técnicas que comandam a produção de significados nas empresas, instituições e grupos organizados das sociedades contemporâneas. Da comunicação sindical à grande imprensa, dos veículos comunitários às potentes redes de informação, a narrativa que por aí passa frequentemente deixa os consumidores, fruidores ou parceiros do caos contemporâneo, frustrados com o universo simbólico tal qual o organizam as coberturas jornalísticas. (MEDINA, 2003, p. 48)

A narrativa é uma oportunidade de mudanças para os textos no rumo de coberturas jornalísticas que possam se diferenciar do que já foi realizado anteriormente. Entretanto, a narrativa jornalística também não deixa de contar alguns aspectos mais controversos de organização do mundo. Narrativas estruturam o mundo em uma história e as pessoas para participar desta narrativa acabam assemelhando-se a personagens. Diversas narrativas jornalísticas exploram personagens através de agrupamentos baseados em dualismos entre “bons e maus”.

Florence Albenas e Miguel Benasayag (2003) destacam que as narrativas buscam reduzir a amplitude dos diversos fatos que acontecem simultaneamente a um mundo

condicionado com pessoas funcionando apenas como personagens. “Na imprensa, convocar desconhecidos para o palanque tornou-se o último “truque”. [...] Seus rostos são desconhecidos, mas suas figuras familiares.” (AUBENAS; BENASAYAG, 2003, p. 19). Neste aspecto os autores criticam o modo como o jornalismo tenta formatar a realidade para caber em modelos de narrativa.

Encontrar os personagens não é tudo. É preciso também pô-los em cena. Um cientista com avental branco cercado de tubos de ensaio terá um ar mais “verdadeiro” do que se estivesse no barbeiro. Se ele gaguejar em uma palavra, será preferível fazer uma nova tomada de cena, para que desta vez o som seja melhor. (AUBENAS; BENASAYAG, 2003, p. 19)

A organização das narrativas midiáticas não está resumida somente aos textos. O esforço por montar um quadro para o leitor compreender o tema tratado através de uma narrativa é representado também por imagens. Como texto visual ou não verbal a imagem é cada vez mais um ponto de leitura, principalmente a imagem jornalística, nas suas diversas modalidades. “Uma foto jornalística se lê de forma não linear o olhar percorre a foto em diferentes direções, orientado pelas características formais da imagem.” (FARIA; ZANCHETTA JR, 2007, p. 93) Os autores tratam da leitura da foto jornalística e também de outras imagens que constituem os textos jornalísticos, como as charges.

Faria e Zanchetta Jr (2007) destacaram a capacidade de síntese que as charges possuem em relação ao texto. As charges, principalmente na crônica política ganham a força de estimular a interpretação e a crítica através do peso que possuem, semelhante ao de um editorial. Os autores enfatizam que as charges acentuam também um caráter especial dos personagens da cena política. Uma situação ou um aspecto da narrativa jornalística através da charge ganha contornos mais fortes a fim de destacar-se com mais força. A imagem colabora com o texto na composição da narrativa midiática, principalmente quando faz sobressair os principais personagens da história relatada.

A narrativa midiática enfrenta percalços principalmente quando a realidade não se adequa aos esquemas propostos. Movimentos sociais apresentam-se sem liderança instituída e titulada como tal, categorias ou personalidades sociais manifestam-se diretamente com o público através de redes sociais, representam desafios à narrativa midiática que tenta montar um mundo organizado com diversos personagens-chave que representam o tema proposto.

A narrativa midiática encontra espaço em diversos suportes de comunicação. Entretanto, o jornalismo de revista é onde a narrativa jornalística ganha espaço por excelência. Vários fatores influem para a revista apresentar-se como espaço fértil da narrativa midiática, como o fato de a revista tratar o leitor com mais intimidade, já que as revistas são veículos que buscam estar mais plenamente sintonizadas com o leitor.

Segundo Scalzo (2003) as revistas escutam o leitor de várias maneiras, como pesquisas, telefonemas, cartas e *e-mails*. “[...] na absoluta maioria dos casos de publicações bem-sucedidas no mercado, existe sempre algum modo, formal ou informal, de escutar periodicamente o público.” (SCALZO, 2003, p. 39) Outro aspecto de destaque para a revista é a periodicidade mais alongada. Com prazos de fechamento mais longos, uma publicação precisa trazer mais análises sobre os temas que aborda.

Além de se distanciar ainda mais do tempo real da notícia, a publicação de periodicidade mais larga obriga-se a não perecer tão rapidamente, a durar mais nas mãos do leitor. É por isso que a notícia “nua e crua” nunca teve lugar de destaque em revistas (a não ser em lugares e períodos em que elas eram o único meio de comunicação de que se dispunha). Nesse sentido, as revistas já se anteciparam ao problema que, hoje, os jornais enfrentam. (SCALZO, 2003, p. 42)

Tavares (2012) destaca que na revista a formatação editorial detém um papel importante sobre como os campos temáticos são apreendidos pela publicação, principalmente as especializadas ou segmentadas. Para o autor esta formatação atua como um mapa para guiar o leitor a fim de compreender as perspectivas gráficas e textuais ali presentes e que compõem o “espírito” da publicação.

Independente do tema a revista acaba por ter a obrigação de ser mais analítica e menos factual. Com isso as revistas são veículos que tem tendências a serem especializadas. Desde a sua origem as revistas destacam-se neste aspecto. Scalzo (2003) em uma retrospectiva histórica aponta que entre as primeiras revistas, destacam-se as revistas femininas. Com o passar do tempo as revistas especializadas passam a abranger também o entretenimento representado pela televisão e o cinema. No Brasil a autora lista “As Variedades” ou “Ensaio de Literatura”, de 1812, como a primeira revista brasileira.

Entre as revistas com maior destaque são listadas pela autora “O Cruzeiro”, de 1928 e “Manchete”, de 1952 como exemplos de revistas ilustradas com foco no fotojornalismo. Já entre as revistas semanais de informação a precursora é “Visão”, de 1952. O periódico

“Visão” aponta os caminhos para as atuais revistas semanais de informação brasileiras, como “Veja”, “IstoÉ” e “Época”. Entre as experiências de vanguarda destacam-se “Realidade” (1966-1976) e “O Bondinho” (1970-1972). Scalzo (2003) pontua que “O Bondinho” era voltada para um público jovem e tratava de comportamento com reportagens sobre liberação sexual, medicina alternativa e música. A década de 1960 e 1970, segundo a autora, é o ponto de partida para publicações voltadas para cultura *pop*.

Publicações ligadas à cultura *pop*, que falam sobre música, comportamento, moda, arte e consumo, surgem em profusão nas décadas de 1960 e 1970, quando começa a ser identificada na população uma faixa etária intermediária entre as crianças e os adultos: os jovens. Também nesse mercado, a segmentação mostra-se mais eficaz do que a tentativa de falar com muitos leitores ao mesmo tempo. No caso da música, por exemplo, quem gosta de *rock* não quer saber de MPB e vice versa. E quem gosta de *rock* pesado não quer saber de baladinhas. E por aí vai... (SCALZO, 2003, p. 36)

A segmentação é um aspecto que marca Rolling Stone Brasil e que segundo Scalzo (2003) marca o próprio mercado de revistas no país. A autora destaca que em alguns segmentos há em curso um fenômeno denominado de “segmentação da segmentação” com publicações atendendo a um nicho de mercado bastante específico. Tavares (2012) destaca que a estrutura do periódico demonstra a demarcação do seu público, assim como de um conceito próprio.

Neste aspecto as revistas cumprem o papel de reafirmar identidades de grupos com interesses específicos e até mesmo abrir oportunidades no mercado, afinal esta segmentação também é impulsionada pela intensa concorrência interna entre revistas, quanto a concorrência deste com outros veículos de comunicação. Para Tavares (2012) as revistas atuam na busca pela composição de um tipo de jornalismo com características próprias e que não fogem da noção de que a revista é um negócio comercial, regido por uma lógica econômica.

Uma revista é, pois, um composto formado por lógicas que se encontram entrecruzadas – editoriais, mercadológicas, culturais –, cuja estrutura mais que condicionar partes fixas de uma produção, padronizando-as, aciona uma série de movimentos que, se analisados, tornam-se reveladores de um tipo de jornalismo. (TAVARES, 2012, p. 2)

O autor destaca ainda que em um universo regido pela lógica comercial a revista destaca-se como um produto diferenciado. É caracterizada assim pela opção de dirigir-se a nichos e entrar em concorrência com outras revistas voltadas para grupos específicos. Além disso, a revista caracteriza-se pela própria caracterização de estilos de nichos na busca por vender outros produtos relacionados a este público particular.

### **3.2 Rolling Stone Brasil como revista especializada e a editoria Política Nacional**

A versão brasileira da revista Rolling Stone possui duas fases. Apesar de carregarem o mesmo nome, as duas versões de Rolling Stone Brasil são revistas diferentes entre si já que tentam alcançar as tendências dos jovens dos momentos históricos em que circulam. As duas fases são momentos em que Rolling Stone Brasil busca atender aos anseios do público no tocante a cultura *pop*, mas abertos a outros temas voltados para a realidade social de cada época.

Fundada, âmbito internacional, por Jonn S. Wenner em 1967, a revista Rolling Stone surge a partir de um contexto marcado pela contracultura norte-americana e que está interligada a um nicho editorial interessado em informações sobre temas relacionados à produção cultural. “As passeatas contra a Guerra do Vietnã, os protestos e a atitude “paz e amor” do movimento *hippie* e a emergência e reconhecimento do rock como arte eram parte de uma conjuntura poderosa e que, se bem explorada editorialmente, poderia render frutos duradouros.” (ALVES; SILVA; ROCHA JÚNIOR, 2010, p. 4) A revista trata principalmente sobre música, mas também abre espaço para outros temas, até mesmo fora da cultura *pop*, como política.

Exemplos da atuação além da cultura pop estão nas reportagens de Hunter Thompson, que abordam a renovação estilística do jornalismo norte-americano. Os autores lembram que enquanto os Estados Unidos estavam em franca efervescência cultural, embalada pela contracultura, no Brasil há a ascensão de outro fenômeno cultural: o Tropicalismo. Nos desdobramentos e reflexos deste movimento que, em 1971, é impulsionado o lançamento da revista Rolling Stone Brasil que circula por pouco mais de um ano. A revista segue em parte o estilo da matriz norte-americana em sua primeira incursão no Brasil.

Anjos, Magalhães, Oliveira Filho e Rocha Júnior (2010) destacam entre as personalidades que passam pelas primeiras capas de Rolling Stone Brasil, cantores como Luiz

Gonzaga, Tom Jobim, Beatles e Bob Dylan. Os autores destacam que a revista deixa de circular em 1972 após conflitos com a matriz norte-americana a respeito do pagamento de royalties. Sobre a pausa da revista Alves, Silva e Rocha Júnior (2010) chamam a atenção para o vácuo editorial instalado na última edição do primeiro período.

Após 36 publicações, a RS Brasil padece em janeiro de 1973. São muitos os fatores que levaram a revista ao precoce fim. Dentre os principais, é pertinente ressaltar o grau de contracultura exalado por aqueles jornalistas dos anos 70 (e que, não por mera coincidência, será diferente da equipe que traz a RS Brasil ao mundo dos vivos na sua volta ao mercado editorial em 2006). Chegando ao ápice da prática do desapego material, os jornalistas dos anos 70, após perderem o material da matriz norte-americana por falta de pagamentos de royalties, mantiveram a revista em circulação sob um enorme carimbo com a palavra “pirata” a cada nova edição. O fim, decretado no início de 1973, acabou deixando um vácuo editorial que só seria preenchido anos mais tarde com o aparecimento de outros títulos (dentre os quais a revista *Geração Pop* e, posteriormente, a revista *Bizz*). (ALVES; SILVA; ROCHA JÚNIOR, 2010, p. 5)

Com o fim da primeira investida de Rolling Stone no Brasil as décadas de 70, 80 e 90 vão contar com outras publicações voltadas para o mercado editorial, também sujeitas aos problemas e crises relacionadas à sustentabilidade financeira. A revista retorna em 2006 voltada para cultura pop em diversas manifestações, seja com a música ou artes em geral. A revista volta também abordando outros temas como o Brasil e a política nacional. Tais escolhas eram impossíveis na primeira investida de Rolling Stone, no contexto representado pela ditadura militar brasileira que vigorou entre 1964 e 1989.

Rolling Stone volta ao Brasil com o que Anjos, Magalhães, Oliveira Filho e Rocha Júnior (2010) chamam de editorial inovador, jovem e descontraído; voltado para o que a revista chama de jovens entre 18 e 60 anos. A volta acontece em Outubro de 2006. As mudanças em relação a primeira versão já são percebidas a partir da capa como notado pelos autores. Enquanto a primeira edição traz Gal Costa na capa, a primeira edição da segunda investida de Rolling Stone no Brasil vem ilustrada com a modelo e atriz Gisele Bündchen.

A revista apresenta-se como depositária da responsabilidade de carregar a marca Rolling Stone. Em três momentos isso acontece: a história da revista nos Estados Unidos desde 1967, a força da marca relacionada a jornalismo cultural e político e seu posicionamento como revista opinativa. (ANJOS; MAGALHÃES; OLIVEIRA FILHO; ROCHA JÚNIOR, 2010, p. 8)

Os autores destacam que a revista volta ao Brasil com a proposta de apresentar-se como brasileira, mesmo vinculada a uma marca internacional; plural, para tratar de cultura pop sem perder de vista outros temas e opinativa, para marcar posição a respeito dos temas abordados. Alves, Silva e Rocha Júnior (2010) também destacam que o retorno de Rolling Stone ao Brasil busca aproximar a revista de um público mais amplo, além dos apreciadores de música através da temática cultura pop e também de outras temáticas.

Na tentativa de apresentar-se como uma revista brasileira Rolling Stone Brasil aborda a política nacional. Desde a retomada de Rolling Stone Brasil, a editoria “Política Nacional” está presente na revista. Abordando as primeiras matérias publicadas na editoria Anjos, Magalhães, Oliveira Filho e Rocha Júnior (2010) destacam que a publicação tem dois aspectos como ponto de partida: a opção de falar sobre política e a imposição de fazer isso para um público eminentemente jovem. Rocha Júnior (2012) destaca que a linguagem em “Política Nacional” é diferente da encontrada em revistas semanais de informação, que abordam mais costumeiramente a política nacional. Não há a ideia de um repórter fixo para cada seção, mas vários jornalistas que produzem cada edição a partir da decisão da chefia da revista a respeito do que publicar.

Rolling Stone Brasil é relançada à época das eleições presidenciais de 2006. No mês que ocorre a eleição, Outubro, a primeira edição é publicada com algumas características que se conservam até hoje, como um discurso pedagógico ao tratar da cena política brasileira. Além disso, Anjos, Magalhães, Oliveira Filho e Rocha Júnior (2010) apontam outro desafio que a revista tem de lidar com a editoria de política: superar o distanciamento temporal entre o acontecimento e o relato na revista.

Nas primeiras edições, segundo os autores, a revista tenta construir uma identidade para as matérias a respeito de política. No trabalho os autores tratam desde matérias que abordam a cultura como política pública até desdobramentos das eleições de 2006 em relação a vencedores e perdedores. Entre as principais características das matérias publicadas em 2006, Anjos, Magalhães, Oliveira Filho e Rocha Júnior (2010) destacam o discurso pedagógico, principalmente com o uso de recursos gráficos para facilitar a compreensão do tema e a polifonia, com a remissão a outros discursos para contextualizar a atualidade abordada através das reportagens.

Quatro anos depois Rolling Stone Brasil volta ao período de eleições presidenciais brasileiras. Diferente de 2006, em 2010 a revista acompanha todo o ciclo eleitoral brasileiro, a

pré-campanha, a campanha eleitoral em si e os desdobramentos do processo eleitoral. As reportagens publicadas ao longo daquele ano na editoria “Política Nacional” vão contar as histórias envolvidas no processo eleitoral brasileiro, seja pelos textos ou pelas imagens que apresentam cada matéria jornalística veiculada.

Magalhães e Rocha Júnior (2013) explicam que as imagens funcionam como uma âncora da reportagem. “Como um resumo do texto, esta ilustração explora por vezes personagens da cena política nacional e em outros momentos os elementos que são mais abordados na matéria jornalística.” (MAGALHÃES, ROCHA JÚNIOR, 2013, p. 7) Para o ano eleitoral as imagens funcionam como uma crônica da cena política nacional em associação com as reportagens veiculadas, que assim como no início da revista não são assinadas por apenas um grupo de jornalistas, mas por profissionais convidados a escrever para cada edição.

Segundo os autores em 2010 o cenário político era diferenciado porque pela primeira vez desde a redemocratização brasileira o nome de Luís Inácio Lula da Silva (PT) não iria estar disponível para votação a presidente, afinal Lula já havia sido eleito em 2002 e reeleito 2006. Entretanto, o presidente lançou uma candidatura, a da ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff (PT). A candidata anteriormente já tinha ocupado cargos no governo do Rio Grande do Sul e de ministra das Minas e Energia, mas nunca tinha disputado um cargo eletivo.

Na oposição, o principal nome era de José Serra (PSDB). Derrotado por Lula em 2002 o político havia ocupado cargos de ministro no governo Fernando Henrique Cardoso, anterior ao governo Lula. Antes de 2002, José Serra tinha sido deputado federal e senador. Após a derrota para Lula naquele ano ele foi prefeito da cidade de São Paulo e governador do Estado de São Paulo, cargo que renunciou antes de terminar o mandato para poder concorrer à presidência da República.

Outra candidatura considerada a partir das pesquisas de opinião de votos como competitiva era a da então senadora Marina Silva (PV). Eleita senadora pelo PT, Marina Silva foi ministra do Meio Ambiente, durante os dois mandatos do presidente Lula. Um ano antes da eleição ela deixou o ministério e o PT por divergências em torno de vários temas, entre eles a questão ambiental. Com a filiação ao Partido Verde ela apresentou-se como candidata a presidência da República como uma alternativa à PT e ao PSDB.

Nas eleições de 2010 também se apresentam como candidatos José Maria Eymael (PSDC), Plínio de Arruda Sampaio (PSOL), Levy Fidelix (PRTB), José Maria de Almeida

(PSTU), Rui Costa Pimenta (PCO), Ivan Martins Pinheiro (PCB), João Américo de Souza (PSL). Estas candidaturas com baixo percentual de intenção de votos acabam relegadas a um papel secundário na cobertura midiática das eleições.

As eleições presidenciais de 2010 são as primeiras em que a revista Rolling Stone Brasil realiza a cobertura completa, já que em 2006 a revista foi lançada no mês de Outubro, quando a eleição já caminhava para o segundo turno. Em 2010 Rolling Stone Brasil através da editoria Política Nacional realiza uma cobertura abrangente, desde a pré-campanha com a ascensão de possíveis candidatos até a consolidação de candidaturas e, posteriormente, a disputa eleitoral em si que culmina com a eleição de Dilma Rousseff para a presidência da República.

Entre 12 edições que direta ou indiretamente abordam o tema eleições 2010, a escolha foi direcionada para as edições que tratam o tema após as candidaturas estarem instauradas, ou seja, as edições correspondentes ao período entre os meses de Julho e Dezembro de 2010. Este é o momento em que a disputa eleitoral acontece de fato entre os postulantes ao cargo de presidente da República, enquanto no primeiro semestre aconteciam principalmente articulações de candidaturas e a preparação da Justiça Eleitoral para conduzir o processo eleitoral. A escolha do período em particular para a análise também abrange o final do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Detalhadamente as edições de Julho a Dezembro de 2010 dedicam-se a tratar do desenrolar do processo eleitoral e suas consequências para as eleições subsequentes. Em Julho de 2010, Rolling Stone Brasil, com a cantora Lady Gaga na capa, traz uma matéria na editoria Política Nacional intitulada como “O Monstro da Derrota” para apresentar prognósticos a respeito do futuro político de Dilma Rousseff e José Serra no caso de perderem a eleição. Não se cogitava ainda um terceiro nome com força eleitoral nos moldes da candidata petista e o candidato tucano.

A edição de Agosto de 2010, que traz a atriz Mariana Ximenes na capa e uma chamada para a editoria Política Nacional, “Eleições 2010: Você votaria em um nanico?” já apresenta um terceiro nome com potencial eleitoral nas intenções de voto, a senadora Marina Silva. Entretanto, a matéria daquela edição não trata exatamente da ascensão da candidata do Partido Verde. A matéria “À Sombra de Gigantes” vai tratar justamente dos candidatos que praticamente não tem destaque na disputa eleitoral, pejorativamente chamados de “nânicos”. É uma matéria ilustrativa com as propostas dos candidatos José Maria Eymael (PSDC), Plínio

de Arruda Sampaio (PSOL), Levy Fidelix (PRTB), José Maria de Almeida (PSTU), Rui Costa Pimenta (PCO), Ivan Martins Pinheiro (PCB), João Américo de Souza (PSL).

Entretanto, na edição seguinte, em Setembro de 2010, Rolling Stone Brasil ajusta-se para abranger os principais candidatos à disputa presidencial: Dilma Rousseff, José Serra e Marina Silva. O tema inclusive é capa da publicação para ilustrar que Rolling Stone Brasil fez entrevistas exclusivas com os presidentiáveis. Esta edição conta com 3 opções de capa com igual conteúdo interno, cada uma com a ilustração correspondente aos candidatos entrevistados na editoria Política Nacional. As entrevistas em si são antecedidas por um texto do *publisher* de Rolling Stone Brasil, José Roberto Maluf, titulado como “O próximo presidente do Brasil” em que ele reforça os laços da revista com a política nacional assim como apresenta resumidamente as circunstâncias das entrevistas com os presidentiáveis.

Para a edição de Outubro de 2010 a revista não trata do processo eleitoral, justamente porque a chegada da revista às bancas coincide com a realização das eleições. Nesta edição Rolling Stone Brasil, com uma capa retratando o ator Wagner Moura, traz uma chamada de capa que diz “Brasil 2011: O que o mundo pode esperar do sucessor de Lula” para realizar um balanço sobre o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. A reportagem “Na Governança Global” propõe uma abordagem a respeito do fim do governo e o que haverá de positivo e negativo para o grupo político escolhido na sucessão no tocante às relações internacionais.

Na edição de Novembro de 2010, com o cantor Paul McCartney na capa, a revista traz a repercussão da eleição de Dilma Rousseff para o cargo de presidente com a reportagem “Sim, Ela Pode”. À semelhança do mês anterior, a reportagem traz os desafios que a então presidente eleita teria a partir do início de seu mandato com a opinião de especialistas em determinadas áreas como política, educação e segurança. A presidente eleita aparece na matéria apenas em um breve comentário que ela faz a partir da confirmação dos resultados do segundo turno das eleições que apontam a vitória.

Rolling Stone Brasil dedica novamente uma chamada de capa para a editoria de Política Nacional na edição de Dezembro de 2010, que traz a banda Fresno como destaque. A chamada de capa diz especificamente “Serra x Aécio: a guerra dos tucanos continua” para ilustrar que a matéria “Pecado Original” que aborda os motivos para as derrotas do PSDB em 3 eleições presidenciais seguidas para o PT. A reportagem em si trata dos diversos pontos de

desunião interna no PSDB e como tais problemas repercutem no momento em que partido entra na disputa eleitoral em si.

As reportagens mencionadas formam uma grande narrativa das eleições 2010, desde a constituição das candidaturas até os desdobramentos para vencedores e perdedores, passando pela disputa em si quando cada candidato apresenta suas ideias e suas diferenças em relação aos adversários. As ilustrações e as reportagens remetem ao estilo da revista Rolling Stone Brasil como um todo, com o tema da matéria jornalística apresentando ao leitor como acontecem as eleições presidenciais brasileiras como observado no capítulo a seguir.

#### 4 AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NAS PÁGINAS DE ROLLING STONE BRASIL

Compreender a cobertura que Rolling Stone Brasil realiza na editoria “Política Nacional”, a respeito das eleições presidenciais, representa entender como os diversos aspectos evocados se articulam em prol da composição de um conjunto coeso. A proposta da reportagem e do assunto abordado confere maior compreensão das representações dos personagens sociais. As escolhas realizadas pela publicação, para tratar cada tema, se mostram relevantes para entender a cobertura empreendida na editoria Política Nacional ao longo das eleições presidenciais de 2010.

Rolling Stone Brasil promove uma cobertura jornalística a respeito da política nacional sob uma perspectiva de rotinas produtivas diferentes, menos fragmentadas, o que é característico do suporte midiático, a revista. Sendo fruto de uma periodicidade mais dilatada, já que a publicação é mensal, cada tema é abordado em profundidade a fim de compor o processo eleitoral em si. Com o propósito de compreender melhor a cobertura política da revista sobre as eleições brasileiras de 2010 é preciso examinar as marcas textuais sobre a abordagem que a revista confere à política praticada no Brasil.

São textos e ilustrações que fazem parte das reportagens publicadas por Rolling Stone Brasil na editoria "Política Nacional" e que retratam a disputa eleitoral e tendências políticas estruturadas de diversas maneiras na cena política nacional. A compreensão das marcas relacionadas ao discurso político, no que Courtine (2006) chama de campo discursivo de referência, é realizada por meio da Análise do Discurso Crítica. Para tal finalidade, serão aplicadas três categorias ao objeto em estudo: a hegemonia, a ideologia e a avaliação.

As disputas por hegemonia serão compreendidas a partir das marcas textuais que retratam a articulação, desarticulação e rearticulação de elementos em busca de alcançar o poder como propõe Fairclough (2001). A ideologia é motivada pela necessidade de entender como os atores sociais são apresentados na luta pelo voto ao longo da cobertura empreendida por Rolling Stone Brasil. A avaliação, por sua vez é relacionada ao que Ramalho e Resende (2011) consideram como apreciações sobre o mundo feitas de modo mais ou menos explícito a respeito do que é positivo ou negativo por parte da revista, e como através de uma mescla resultam nas reportagens da editoria "Política Nacional".

A análise será realizada vislumbrando o *corpus* selecionado: as seis edições da revista Rolling Stone Brasil correspondentes aos seis meses do processo eleitoral, em três períodos

específicos. O primeiro período é o pré-eleitoral, em que a campanha estava em preparação; o segundo período é o da campanha, quando os candidatos são apresentados ao leitor nas páginas da revista e o terceiro período é o das consequências da eleição em que o processo está em discussão.

Destaca-se o posicionamento que Rolling Stone Brasil adota no processo eleitoral em relação às candidaturas, maiores ou menores, retratando-as e, ao mesmo tempo, realizando questionamentos sobre sua posição na cena política nacional. A análise dos textos permite compreender como uma revista de cultura *pop* trata do cenário político brasileiro em um momento de grande efervescência, o período de eleições presidenciais no Brasil.

#### **4.1 “O Monstro da Derrota”: A polarização entre PT e PSDB**

A primeira edição de Rolling Stone Brasil no período eleitoral propõe-se a situar o leitor da publicação voltada para cultura *pop* na escolha do novo presidente da República. A escolha da revista é por revisitar a polarização eleitoral entre o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Como os dois partidos, até aquela eleição, passaram oito anos no poder, há o estímulo a uma polarização entre as duas agremiações partidárias na disputa pela Presidência da República.

As duas tendências partidárias estão em disputa para garantir a hegemonia no cenário político brasileiro. Na construção discursiva da revista, as consequências de uma derrota seriam graves tanto para PT quanto para PSDB. Com diversas afirmações avaliativas, em que segundo Ramalho e Resende (2011), o elemento avaliativo está mais explícito, a revista avalia os resultados que uma derrota traria às carreiras políticas de José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT) na reportagem "O Monstro da Derrota", publicada na edição de Julho de 2010. Seguindo o título, a reportagem conta com uma imagem em que Serra e Dilma aterrorizados e encurralados em um beco escuro diante do tal monstro, apresentado como aquele que aguarda o derrotado das eleições 2010, conforme figura 1.



Figura 1: Ilustração da reportagem “O Monstro da Derrota”  
Fonte: Rolling Stone Brasil

O monstro que personaliza a derrota sai de uma urna eleitoral à moda antiga como um gênio, neste caso um gênio do mal, numa associação promovida pela revista entre a derrota e o fim da carreira política do derrotado, assim como a hegemonia do vitorioso. A imagem desempenha um papel de fundo semântico para a matéria jornalística em seu conjunto, mesmo que haja exagero na força aparentada pelo monstro da derrota, assim como na expressão de pavor por parte dos candidatos. É um traço exagerado, principalmente pela evocação a aspectos antigos do processo eletivo, como o fato do monstro sair de uma urna eleitoral, mesmo que as eleições atuais aconteçam com urnas eletrônicas.

O destaque é pelo modo como o monstro confronta os dois principais candidatos com um diploma de perdedor em uma mão e uma faixa presidencial moldada a moda de uma força em outra mão. É uma metaforização em que a derrota simboliza o fim da carreira política do perdedor da disputa entre Serra e Dilma, considerando a polarização entre eles e que um deles será o vencedor. Nesse caso, os outros candidatos são desconsiderados na disputa, que nesse caso é configurada com um desempate entre PSDB e PT, depois que cada um ocupou a presidência da República por oito anos respectivamente com os presidentes Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva.

Os materiais de campanha semidestruídos que aparecem no canto da ilustração remetem às cores de PT e PSDB, assim como a esta polarização apresentada em um aspecto importante a ser observado para a compreensão das disputas eleitorais brasileiras naquele momento. A respeito destas marcas ideológicas em particular, é possível enfatizar a busca renitente por parte da revista em demonstrar a polarização das candidaturas e que o derrotado daquela eleição estaria diante de uma catástrofe em sua carreira política, afirmação que não poderia ser comprovada àquele momento, e sim, apenas suposta, mesmo que no futuro revelasse-se como algo não comprovado.

A avaliação, categoria destacada por Ramalho e Resende (2011) como identificacional, moldada por estilos, em torno de Dilma Rousseff e José Serra, está mais detalhada ao longo do texto da reportagem. Em relação à candidata Dilma Rousseff, a revista destaca o fato de que a petista nunca tinha disputado eleições anteriores, caracterizando-a como uma neófito na política partidária, mesmo com experiência administrativa.

Embora seja uma estreante nas urnas, uma eventual derrota de Dilma Rousseff (PT) também deverá afastá-la de vez de uma segunda corrida presidencial. O motivo principal é óbvio: seu principal fiador, o presidente Lula, se tornará um concorrente direto na indicação de candidatura junto ao quadro partidário petista. E, nesse caso, as prévias são impensáveis, baseadas na conjuntura atual. Ao mesmo tempo, ainda que sem a presença de Lula como candidato no futuro, dificilmente ela conseguiria manter tantos apoios, inclusive, internamente no PT. Na verdade, o apoio de Dilma é Lula. E mesmo como a indicação do presidente houve forte resistência a seu nome de início. (ROLLING STONE BRASIL, JULHO 2010, p. 46)

Ser uma estreante em relação à disputa de eleições é um dos destaques da reportagem "O Monstro da Derrota", onde são analisadas as consequências da derrota para Dilma Rousseff e José Serra, em que a inexperiência nas urnas poderia significar o fim da carreira política, caso a candidata petista perdesse a eleição. É uma avaliação construída ideologicamente, em virtude da associação entre experiência eleitoral e sucesso como vencedora das eleições.

A avaliação é que a inexperiência de Dilma Rousseff em outras eleições é algo que precisa ser destacado em relação a sua candidatura. Essa avaliação divide espaço com outros aspectos, como o perfil eminente técnico, assim como a falta de uma identificação com uma região específica do Brasil. Dilma nasceu em Belo Horizonte, mas exerceu seus principais

cargos, antes de ser ministra, no Rio Grande do Sul. É uma ação por parte da revista que deixa mais delineada a falta de experiência política por parte da candidata petista.

Este destaque para a falta de uma associação a uma região específica do Brasil é lembrado ainda para pontuar que em caso de derrota, a então candidata Dilma Rousseff não conseguiria facilmente se recolocar para uma nova disputa presidencial. São aspectos evocados para pontuar que a candidata petista a presidência é extremamente dependente do apoio do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva para poder viabilizar-se como candidata.

Com a avaliação de que Dilma Rousseff é uma presidenciável que precisa do apoio do presidente Lula, as apreciações que Rolling Stone Brasil faz sobre ele é de um “fiador” da candidatura petista à presidência da República. “Na verdade, o apoio de Dilma é Lula.” (ROLLING STONE BRASIL, JULHO 2010, p. 46). Neste caso, a estratégia é identificar a dependência de Dilma Rousseff em relação à Lula para a viabilidade da candidatura e expor ao máximo o quanto a candidata depende do presidente para ser eleita.

Por outro lado, José Serra é avaliado discursivamente como um derrotado. A revista conjectura a possibilidade da segunda derrota do candidato do PSDB ao cargo mais alto na hierarquia política brasileira. Justamente por já ter tido outra chance, e por ter estado em praticamente todos os cargos da hierarquia política, é que José Serra ficaria em uma situação extremamente difícil em caso de derrota, segundo a matéria que observa como ficariam os derrotados da eleição 2010.

Para José Serra (PSDB), sem dúvida, esta é a sua última chance de ser presidente. Na eventualidade de uma derrota, ele será visto como um “político que teve chances de estar na cúpula, no vértice da hierarquia Tucana”, mas que não conseguiu aproveitar a oportunidade por um motivo ou por outro (ROLLING STONE BRASIL, JULHO 2010, p. 45).

A derrota de Serra é avaliada como mais trágica do que a derrota de Dilma. Mesmo que apresentada apenas como uma perspectiva a avaliação de derrotado, para o candidato do PSDB é perceptível a abordagem, em primeira instância, das consequências de uma derrota para José Serra ao invés de tratar primeiro da candidata Dilma Rousseff. Serra é apontado não como um eventual derrotado, mas como um perdedor que pode ficar sem mais possibilidades na carreira política se não for eleito presidente, o que a revista chama de aposentadoria eleitoral.

A avaliação de Serra como derrotado é complementar de outra, a de que ele está velho, materializada em marcas que destacam não somente a idade do candidato, à época com 68 anos, mas também o tanto de tempo que o candidato do PSDB já ocupa de espaço na vida pública brasileira. No que Ramalho e Resende (2011) chamam de presunção valorativa, a idade do candidato associada a uma nova derrota o impediria de disputar novas eleições para presidente. São avaliações ideológicas em que Serra é visto em desacordo com o que a revista defende em relação à política. Esta presunção destaca-se principalmente a partir de Rolling Stone Brasil atribuir a Serra a qualificação de experiente.

Mas tamanha experiência, ironicamente, acaba se tornando um impeditivo para novas aventuras eleitorais, porque é justamente resultado de uma equação que envolve idade. E, nesse quesito, os 68 anos de Serra passam a contar de maneira desfavorável. (ROLLING STONE BRASIL, JULHO 2010, p. 46)

“Experiente” acaba neste caso funcionando como um eufemismo para ultrapassado ou velho. Serra estaria velho demais para outra campanha eleitoral presidencial após as eleições 2010, caso saia derrotado. A insinuação, mesmo que suavizada em outro momento por uma declaração de que os políticos acumulam capital político após cada eleição, é de que não há espaço para Serra em novas disputas. Uma proposta aparentemente exagerada por propor algo sobre o futuro do político que não pode ser confirmado àquele momento, o fim da carreira política dele. Este aspecto é ressaltado na reportagem "O Monstro da Derrota", em que o caminho para ele, caso fosse derrotado, seria encerrar a carreira política, pelo menos na disputa de eleições.

Para estabelecer estas visões a respeito de atores sociais inseridos no campo político, Rolling Stone Brasil realiza um mapeamento das lutas hegemônicas, principalmente entre PT e PSDB. A compreensão da disputa entre as tendências ideológicas é realizada a partir de discursos autorizados apropriados para legitimar o ponto de vista defendido pela revista. O enunciador autorizado é representado principalmente pelos cientistas políticos que vão comentar o que seria do futuro de José Serra e Dilma Rousseff em uma eventual derrota nas eleições de 2010.

É uma articulação que, segundo Ramalho e Resende (2011), representa uma oportunidade para investigar os discursos e suas conexões em lutas hegemônicas entre dois grupos: um anteriormente hegemônico e que deu lugar ao grupo que atualmente detém o

poder. Os especialistas são acionados para comentar o assunto a fim de estabelecer um enriquecimento em torno da discussão e evitar o que seriam apenas as opiniões de políticos. Entretanto, são vozes apresentadas em disputa para defenderem as teses que apresentam com a intensão de conquistar a hegemonia entre o público leitor a respeito do assunto. A busca é por um equilíbrio, mas a apresentação inicial da revista de que a derrota selaria o fim da carreira daquele candidato, pois perder denota a opção preferencial da revista sobre o futuro do derrotado.

Nesta reportagem, o discurso autorizado é representado principalmente pelas vozes de cientistas políticos e sociais. São vozes que demonstram que um ou outro candidato pode ser mais prejudicado em caso de derrota. A revista defende que perder a eleição seria problemático para os candidatos no contexto da luta hegemônica, mas com mais ênfase sobre Dilma Rousseff. Em corroboração com a tese defendida pela revista, o especialista confirma que a publicação está apontando um aspecto importante do cenário político brasileiro. Mesmo com pontos de vista divergentes, apresentados em busca de um aparente equilíbrio, a revista prioriza os prejuízos que a derrota significa potencialmente para cada candidato.

Os políticos geralmente tem vida longa e, especialmente, aqueles que ascendem a posições importantes acumulam um cacife eleitoral elevado, o que possibilita a ressurreição depois de derrotas importantes. São, por exemplo, os casos de Jânio Quadros e, acredite, Paulo Maluf. Nesse sentido, o cientista político Jairo Nicolau, diretor-executivo do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro da Universidade Cândido Mendes (Iuperj – UCAM), explica que é impossível afirmar que a derrota presidencial poderia selar o “fim da linha” absoluto para qualquer candidato. [...] O sabor de “quase” na eventual derrota do candidato do PSDB teria ainda a marca de um político que já ocupou os principais cargos eletivos, como poucos em trajetórias históricas (ROLLING STONE BRASIL, JULHO 2010, p. 46).

O investimento de sentido por parte da revista, em apresentar a derrota como uma catástrofe para Dilma e Serra, não é modificado mesmo quando a publicação apresenta um contraponto. Os pensamentos divergentes são apresentados como ação ideológica de demonstrar que há equilíbrio na cobertura da revista. A atitude de esboçar um balanceamento por parte da revista se fortalece na ênfase principal da matéria: há uma catástrofe para o político que perder a eleição. Mesmo que o cientista político faça ponderações a respeito da tese e a revista apresente isso, posteriormente retoma-se o raciocínio de que a derrota é decisiva para a carreira de Serra e Dilma.

O mesmo mecanismo é aplicado por Rolling Stone Brasil para a reflexão sobre o que seria a derrota para a carreira política de Dilma Rousseff. No caso da candidata petista outro aspecto é ressaltado, o fato de que a derrota aceleraria o fim da carreira política da candidata porque ela perderia o seu principal apoio, o presidente Lula. Assim como em relação a José Serra, as explicações para os pontos de vista da revista são corroborados pela opinião de cientistas políticos.

São vozes de um discurso autorizado apresentados em prol de uma tese defendida pela revista em torno dos principais candidatos: uma derrota significa o fim de uma carreira política. Dilma é tomada em suas particularidades, como estar disputando a sua primeira eleição e justamente começando pelo cargo mais alto da hierarquia política brasileira, a presidência da República. Com apenas um cientista político defendendo que a derrota não seria o fim da carreira política de Dilma Rousseff a revista denota que se não for eleita a candidata não vai ter outra chance. A carreira política de Dilma Rousseff em caso de derrota não poderia recomeçar em outros níveis segundo Rolling Stone Brasil.

O único a destoar entre as opiniões é Teixeira, que acredita na “contaminação pela picada do bichinho eleitoral”. E afirma que o caminho deveria ser pela base, como candidata a prefeita, seja de Porto Alegre, onde fez carreira política, seja de Belo Horizonte, sua cidade de origem. “O único que tentou uma única vez e nunca mais voltou foi o Antonio Ermírio de Moraes. Mas ele tinha com o que se ocupar...”, cutuca o cientista (ROLLING STONE BRASIL, JULHO 2010, p. 47).

Apresentado assim, Rolling Stone Brasil destaca que a maioria dos cientistas políticos ouvidos corroboram a tese de que uma derrota seria o fim da carreira política eleitoral de Dilma Rousseff. Os discursos particulares corroboram as práticas ideológicas da revista em relação a cada candidato, ao apontar as consequências da derrota para cada candidatura nas características associadas a cada um deles. Seja de Dilma Rousseff como neófito, ou a de José Serra enquanto velho e derrotado, a opção de recorrer a discursos particulares para consolidar estas posições da revista em relação aos candidatos e o que pode acontecer a eles no futuro se eles forem derrotados.

O campo político é mapeado por Rolling Stone Brasil nas lutas hegemônicas, entre PT e PSDB, por alcançar o poder. Com ideologias diferenciadas, os dois partidos que passaram mais tempo no comando do país desde a redemocratização em 1985 apresentam-se em mais uma disputa em busca por estabelecer uma hegemonia.

O ângulo inusitado do resultado das urnas revela um dos aspectos da corrida eleitoral de 2010 que vão além do embate corriqueiro pelo poder. Trata-se, inicialmente, de um estimulado tira-teima entre PT e PSDB, partidos que governaram o país, alternadamente, nos últimos 16 anos. E ainda traz a dramaticidade de uma disputa acirrada, que poderá marcar o fim da linha para uma geração de líderes políticos (ROLLING STONE BRASIL, JULHO 2010, p. 45).

Para retratar este campo vale a pena recorrer aos jargões do discurso político presentes no discurso jornalístico da revista, a exemplo das referências a disputa eleitoral como uma disputa esportiva. A menção à "corrida eleitoral", ao "tira-teima" e aos "líderes políticos" ajuda a demarcar que há uma busca por uma compreensão sobre o campo político a partir de termos que pertencem ao jargão usual que envolve o tema política. O processo eleitoral representado por uma linguagem metafórica demonstra quanto o processo se configura como algo longo, cansativo e decidido somente ao final.

A disputa das eleições de 2010 é importante para PT e PSDB porque é por meio dela que se estabelecerá a supremacia de um dos lados em relação ao outro, posto que ambos os partidos ocuparam o maior cargo político nacional por igual período, oito anos cada um. As duas tendências partidárias que encabeçam coligações na disputa pela presidência da República nas eleições 2010 disputam para conseguir se estabelecer como a tendência dominante nos quatro anos seguintes.

A luta hegemônica é organizada dando destaque para a força dos "líderes políticos", contribuem para que o leitor possa compreender a organização deste campo a partir das diversas tendências partidárias. Neste caso, cada um dos partidos possuem grupos de líderes que são responsáveis por apresentar rumos para o partido. É uma metáfora para ilustrar que o comando de um partido não está ligado apenas a uma pessoa, mas que ele se caracteriza como intensamente centralizado.

A matéria "O Monstro da Derrota" destaca isso ao se referir aos membros da cúpula do PSDB como os "líderes tucanos", um jargão político para aludir aos filiados do partido. A reportagem em análise conjectura a formação de um novo grupo de líderes do PSDB visto que o grupo de Serra está, segundo a revista, em declínio. Essa é mais uma maneira de ressaltar que o candidato do PSDB está velho para novas disputas em caso de derrota nas eleições de 2010.

O fato é que Serra encerra uma geração de líderes tucanos, que começou a ruir com a morte de André Franco Montoro, em 1999, e a de Mário Covas, em 2001, e com a aposentadoria eleitoral de Fernando Henrique Cardoso, lideranças que participaram da retomada da democracia. Esse marco traz a oportunidade de ascensão de novos grupos (ROLLING STONE BRASIL, JULHO 2010, p. 45).

Serra é situado em um grupo de líderes velhos e que estão fora das disputas eleitorais. Funciona como um convite a que o candidato do PSDB faça o mesmo. No lado oposto da disputa há uma menção implícita, relacionada a como o principal apoiador da candidatura de Dilma Rousseff, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, teria de lidar com outras lideranças do PT e suas insatisfações no caso da derrota de Dilma. Isso acontece porque a maior liderança do PT é justamente o presidente, sendo que a sua força era tão grande a ponto de apresentar uma candidata ao partido segundo a proposta de Rolling Stone Brasil.

Rolling Stone Brasil apresenta então Lula acima do partido e, em caso de derrota, o prejuízo para o então presidente seria o de perder este *status* junto aos outros partidários. “A projeção dos efeitos da derrota, para Lula, portanto, leva a crer apenas em seu enfraquecimento “*interna corporis*”, ou seja, que sofrerá as críticas dos que de certa forma gritaram contra o caminho traçado no Planalto” (ROLLING STONE BRASIL, JULHO 2010, p. 48). Além da derrota especialmente centralizada em Lula, há também outros políticos que são apresentados como preocupados com uma eventual derrota. Para a revista e para o PT, a derrota de Dilma seria um problema grave a ser contornado.

Quanto o assunto é o efeito da derrota para o PT, institucionalmente, a análise ganha dramaticidade [...] Entre os analistas, a possibilidade da circunstância negativa é apontada como uma “tragédia” para o partido, em mais de uma ocasião. E isso se deve por dois fatores principais. Primeiro, a perda de milhares de cargos comissionados existentes no governo federal, que, de certa forma, mantém a estrutura partidária em atividade. Trata-se do fenômeno a que Nicolau chama de “patronagem”, ou seja, o enorme aparelhamento do Estado, que transformou milhares de militantes em dependentes dos “salários de confiança” (ROLLING STONE BRASIL, JULHO 2010, p. 48).

Na luta entre PT e PSDB, uma derrota petista custaria ao partido, então governista, a queda de toda a estrutura partidária. A visão da luta hegemônica, neste caso, é apresentada por Rolling Stone Brasil como uma luta por sobrevivência. O partido seria dependente da estrutura de governo para continuar com saúde financeira. Alcançar a hegemonia para o PT, segundo a revista, significa que a estrutura partidária, em sua organização interna, continua a

funcionar sem problemas ao longo dos quatro anos seguintes de governo, já que não haveria uma crise interna de lideranças.

Rolling Stone Brasil coloca em destaque a disputa entre PT e PSDB. Para a revista, os dois partidos ocupam o centro da cena política brasileira. Entre eles estará o grande vencedor e o grande perdedor das eleições 2010, principalmente porque o Brasil passou por experiências iguais de oito anos sob o comando das duas agremiações. A revista enfatiza que as duas tendências empregam esforços para conseguir garantir a supremacia, firmarem-se como hegemônicas e garantir vantagem sobre o principal adversário.

#### **4.2 “À Sombra de Gigantes” e “O Próximo Presidente do Brasil”: Distinção entre os candidatos e a distância deles em relação ao poder**

A Análise de Discurso Crítica destaca que a transformação de situações opressoras é possível através de ações sociais, já que estas situações são criações sociais. Para Vieira (2007), a linguagem faz parte deste processo pela construção de identidades e veiculação de ideologias. Após a apresentação da polarização entre PT e PSDB, Rolling Stone Brasil, ao modo de uma revista de cultura *pop*, vai apresentar com mais detalhes as candidaturas que disputam aquele pleito com mais detalhes. A campanha já está em curso naquele momento e a revista mostra quais políticos estão em busca de assumir a presidência da República.

É um momento em que as candidaturas estão de fato instaladas, e a campanha está em curso, assim, se faz necessário que os leitores da editoria de “política nacional” conheçam mais sobre esses candidatos. A revista opta por apresentá-los em dois grupos em uma separação ideológica que divide também a visibilidade que os candidatos possuem. Primeiro, as candidaturas menores, representadas por partidos com pouca representatividade no Congresso Nacional e baixo número de intenções de voto nas pesquisas eleitorais. Posteriormente são apresentadas as candidaturas consideradas como mais competitivas, com maior estrutura e com índices mais altos nas pesquisas.

É uma divisão ideológica, considerando que as candidaturas menores possuem poucas chances de realmente elegerem o próximo presidente da República e que participam do pleito figurativamente. Enquanto isso, os candidatos maiores protagonizam a eleição em que há megaestruturas e chances de vitória. Para eles há mais espaço para expor as ideias e projetos, assim como para responder aos questionamentos apresentados pela revista.

Nas imagens de Rolling Stone Brasil este traço é perceptível ao destacar os candidatos e o seu desejo de ser eleito para a presidência da República na reportagem “À Sombra de Gigantes” de Agosto de 2010 e a série de entrevistas “O Próximo Presidente do Brasil” publicada em Setembro de 2010. A ilustração de "À sombra de Gigantes" investe na identificação que implica também uma avaliação sobre os postulantes. Segundo a figura abaixo cada candidato é apresentado de modo simbólico a partir do contexto e dos processos sociais em que estão inseridos.

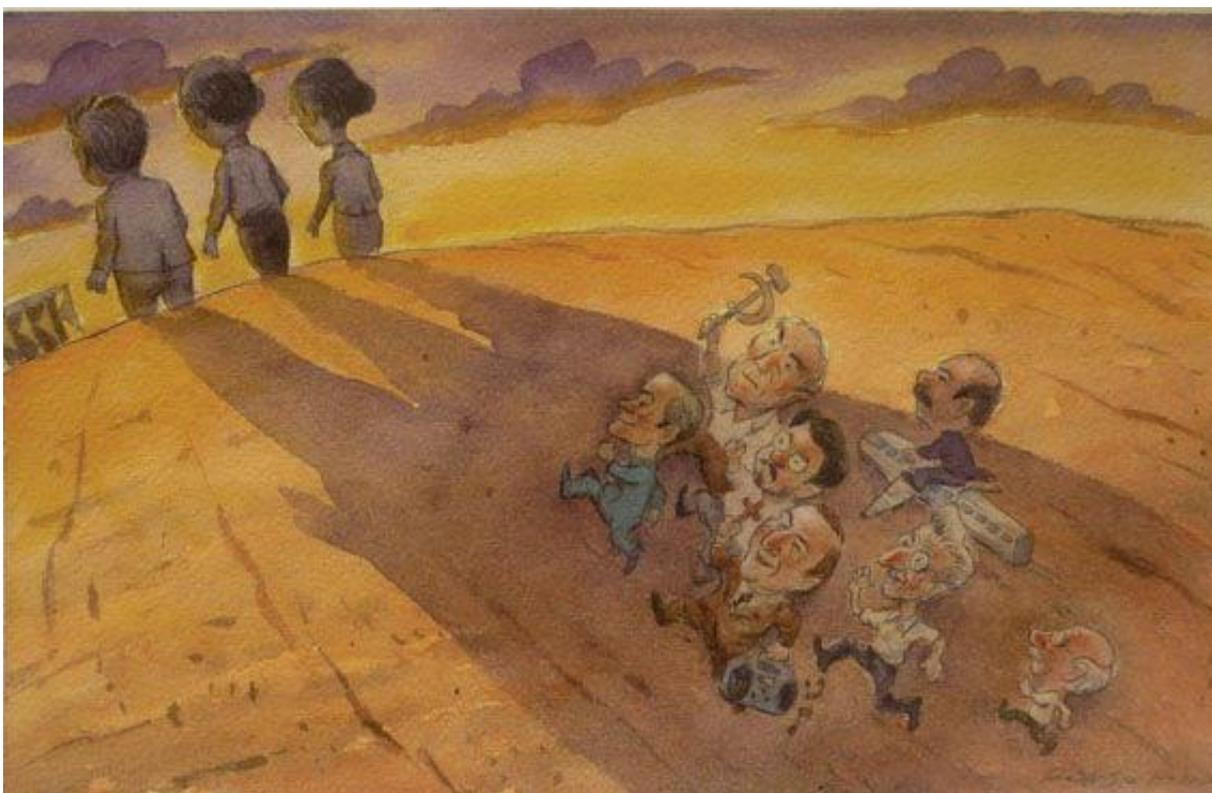


Figura 2: Ilustração da reportagem “À Sombra de Gigantes”  
Fonte: Rolling Stone Brasil

O objetivo de todos os candidatos é o mesmo: alcançar o Palácio do Planalto, símbolo do governo brasileiro e que está no canto da imagem e, naquele momento, é ainda um objetivo distante, mesmo que alguns candidatos estejam mais próximos dele. É neste aspecto que a distinção entre as candidaturas já é apresentada pela revista. Os candidatos mais próximos são vistos como gigantes na imagem, em uma associação às estruturas de campanha, o maior tempo no horário eleitoral gratuito de rádio e televisão e a presença na mídia em geral. Os gigantes, perceptíveis através de suas silhuetas são os candidatos Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB) e Marina Silva (PV).

Marina Silva passa a compor o conjunto dos candidatos considerados por Rolling Stone Brasil como possíveis vencedores em uma importante mudança sobre o retrato da luta pela hegemonia. Em uma metáfora a situação das candidaturas, a imagem apresenta os candidatos com o contraponto aos candidatos "gigantes", representado pelos candidatos menores. Na ilustração, para demonstrar ideologicamente a desigualdade entre as campanhas, os outros sete candidatos ocupam apenas a sombra dos gigantes.

Ocupar a sombra, neste caso, é ficar com ação restrita na campanha e com o trabalho ocultado pela ação dos candidatos considerados como gigantes. Este acaba por ser o papel dos candidatos considerados como menores. A ilustração denuncia então uma metáfora relacionada a um aspecto ideológico da eleição e que é apresentado ao eleitor: de uma eleição com candidatos apresentados como “aqueles que podem ganhar” e os outros candidatos como aqueles “que apenas estão participando do processo”.

As distorções na representatividade do sistema político brasileiro, com seus muitos partidos, são observadas a partir da pouca representatividade que as candidaturas menores possuem no cenário político. Metaforizando a situação dos candidatos menores, tanto na imagem como na campanha, eles estão em posição apenas de correr atrás para tentar alcançar os gigantes na visibilidade junto à população e tentar superar determinados estigmas. Um desses estigmas é justamente o de “nanico”, apresentado pela revista e que alguns dos candidatos preferem substituir por “emergente” em suas declarações ao longo do texto.

A imagem compõe um texto multissemiótico, como destaca Vieira (2007), no tocante a sintetização das expressões de poder presentes na comunicação humana, neste caso, a reportagem. A ilustração explora para alguns candidatos o lado pitoresco, enquanto para outros o aspecto ideológico. São representações por parte da revista a fim de consolidar o papel menor que estes candidatos desempenham nas eleições 2010 e o leitor é convidado a identifica-los com as marcas que carregam. O principal exemplo é o candidato José Maria Eymael (PSDB) que aparece na ilustração com uma cruz e um aparelho de som em referência ao seu *jingle* de campanha, utilizado desde 1985 e que diz: "Ey, ey, Eymael! Um democrata cristão!".

Outros candidatos que estão caracterizados são Levy Fidelix (PRTB), Ivan Pinheiro (PCB) e José Maria de Almeida (PSTU). Levy Fidelix está sentado no aerotrem, um projeto que ele defende para ser realizado em um futuro governo seu, enquanto Ivan Pinheiro é apresentado com um cajado que tem na ponta a foice e o martelo, símbolos do comunismo e

José Maria de Almeida; por sua vez, aparece trajado com roupa de operário. Plínio de Arruda Sampaio (PSOL) e Rui Pimenta (PCO) são apresentados sem caracterizações, mas também como os candidatos que tem de correr atrás dos candidatos chamados de gigantes.

A distinção é feita para delinear que de um lado estão os candidatos com chances de vitória, os gigantes, e do outro os candidatos que não possuem a possibilidade de alcançar votação expressiva, os menores. É uma avaliação que poderia ser apresentada como "da imprensa", que também é encampada por Rolling Stone Brasil. Mesmo com todos os argumentos relacionados, a intenção de voto e estrutura de campanha é feita uma cisão em torno das eleições brasileiras nas edições de Agosto e Setembro de 2010 que caracteriza-se como ideológica.

A edição de Agosto de 2010 é para apenas delinear os gigantes da disputa pela presidência da República. Eles vão ter seu espaço próprio na edição seguinte com a série de entrevistas "O Próximo Presidente do Brasil", em Setembro de 2010. Através das imagens, o leitor vai conhecer aquele que será o próximo presidente brasileiro, o vencedor da luta hegemônica entre os três que representam os que tem mais estrutura para a disputa.

As imagens estão deslocadas do lugar habitual na diagramação da editoria, logo acima do título da reportagem. Situadas ocupando uma página inteira ao lado da entrevista de cada candidato, as ilustrações de Marina Silva, José Serra e Dilma Rousseff são iguais às imagens publicadas na capa da edição. As imagens compõem o que Verón (2004) chama de fundo semântico que reenviam ao texto e as impressões que os entrevistadores tiveram sobre o entrevistado. Naquela oportunidade o mesmo conteúdo foi disponibilizado pela revista em três capas diferentes, conforme imagem em seguida.



Figura 3: Capas de Rolling Stone Brasil com ilustrações dos candidatos entrevistados

Fonte: Rolling Stone Brasil

Vieira (2007) destaca que as imagens comunicam aspectos relevantes das relações sociais. Estes aspectos podem ser fatos, estados de coisas ou percepções que o comunicador deseja transmitir ao leitor. Neste caso, a revista organiza a construção da realidade social e da luta hegemônica a partir da escolha dos candidatos selecionados para as entrevistas e suas representações na imagem.

Entre os candidatos a primeira que aparece é Marina Silva, com um sorriso estampado, enquanto José Serra está com um sorriso mais contido, Dilma Rousseff aparece sem sorriso, com um semblante semifechado. Estes aspectos podem ser associados à entrevista em determinadas particularidades como a mansidão de Marina Silva, a situação difícil de José Serra nas pesquisas e a opção de Dilma Rousseff em responder às perguntas da entrevista por *e-mail*. São avaliações promovidas por Rolling Stone Brasil e que estão expressas na capa da publicação.

A revista opta por estimular a familiaridade entre leitor, os candidatos, seus partidos e o que cada um deles defende ideologicamente em suas plataformas de campanha. A apresentação deles na capa, então começa, com cores bem específicas relacionadas aos seus partidos: Marina Silva aparece na ilustração vestindo verde, associado ao PV e a pauta da candidata e do partido que é voltada para a sustentabilidade; José Serra é ilustrado vestindo um terno cujas cores remetem ao PSDB, o azul e o amarelo; Dilma Rousseff surge vestindo a cor associada diretamente ao PT, o vermelho.

A imagem de cada candidato também oferece alguns pontos importantes sobre como eles se apresentam em suas entrevistas e são representados no texto de abertura das entrevistas, situado antes das ilustrações. O olhar quase informal de Marina denota a proximidade entre a publicação e a candidata na entrevista, o jeito formal de Serra, mesmo com o esforço por parecer simpático e uma fisionomia mais difícil de interpretar por parte de Dilma, o que pode ser compreendido através da dificuldade de destacar determinados aspectos a partir de uma entrevista formal, com respostas oficiais.

Ramalho e Resende (2011) pontuam que a avaliação está ligada a processos de identificação particulares e relacionadas às relações sociais que os atores sociais estabelecem entre si. A respeito das entrevistas, trata-se da relação entre Rolling Stone Brasil e entrevistados na conversa que eles realizam para ser publicada na revista. É no momento da entrevista que cada candidato é confrontado com as percepções que a revista possui sobre ele.

As reações variam entre a recusa pura e simples, como também a busca por propor uma visão diferente em torno do tema. Confrontada com a ideia de ser uma neófito em termos de experiência política, a então candidata Dilma Rousseff rejeita o rótulo de inexperiente e apresenta-se como a novidade da disputa eleitoral.

Fui executiva e servidora a maior parte da minha vida. O que se pode dizer é que não sou uma política tradicional, mas será que isso é um defeito? Sou uma novidade nesta disputa, e tenho consciência de que uma boa novidade. Eu poderia dizer que mesmo sendo mulher e não sendo uma política tradicional, represento o povo. Uma representante do novo que pode dizer que é a porta-voz da continuidade do melhor governo que esse país já teve. (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 82)

A lembrança de Dilma Rousseff ser uma principiante é um dos temas que mais ganha espaço na publicação com as entrevistas com os principais presidenciáveis publicada em Setembro de 2010 com o título “O Próximo Presidente do Brasil”. A candidata trata do tema, citando a experiência administrativa em cargos do Executivo, admitindo que o apoio do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva foi fundamental para a candidatura e que ser principiante não é ruim. A candidata é apresentada como tentando refutar a avaliação que a revista apresenta a ela em relação posição que ocupa no cenário eleitoral brasileiro.

A avaliação recorrente por parte da revista é que o presidente Lula é o principal apoiador de Dilma e o principal suporte da carreira política da candidata petista. Enfatiza-se que a candidata do PT seria dependente do presidente para tomar decisões, e isto é apresentado como um problema para ela ser eleita. A própria fala da candidata na série de entrevistas com os presidenciáveis destaca-se no sentido, de reforçar que Lula é o principal apoio na vida política.

O presidente Lula é o meu grande aliado e meu grande apoiador. É um presidente que conhece como ninguém a realidade brasileira. [...] Trabalhei diretamente com o presidente Lula nos últimos anos. Seu êxito é meu também. Fui seu baço direito e esquerdo. Sempre estarei aberta às suas propostas. Temos uma relação muito forte, que se manterá (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 82).

Dilma é avaliada de outros modos por parte de Rolling Stone Brasil. Antes dos candidatos serem entrevistados há um texto de apresentação das entrevistas, assinado pelo *publisher* da revista, José Roberto Maluf. O prólogo, um retrato como a revista aborda

ideologicamente os candidatos e retrata a luta hegemônica entre eles, explica a ligação entre Rolling Stone Brasil e a política nacional, explica ainda como aconteceu o encontro com cada presidenciável.

Dilma é apresentada na descrição como hermética. “Dilma Rousseff, blindada pelo ambiente hermético de uma entrevista por *e-mail*, não nos permitiu a aproximação necessária para que pudéssemos observá-la e analisá-la, ainda que superficialmente” (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 59). É o que Ramalho e Resende (2011) chamam de avaliação afetiva, em que a revista baseia-se no contato que teve com Dilma Rousseff para poder estruturar uma opinião a respeito da petista. A publicação pontua que o modo escolhido para responder às perguntas por parte dos assessores da candidata resulta em uma entrevista extremamente oficial.

Foram oito meses de tentativas, sucessivas negativas, quase uma dezena de assessores consultados, inúmeras explicações e frustrações: as dificuldades e os percalços em conseguir uma longa entrevista com a candidata Dilma Rousseff (PT) foram – traçando um paralelo com os temas e personagens normalmente retratados pela Rolling Stone Brasil - dignos de celebridade musical, cinematográfica ou televisiva de primeira grandeza. [...] Foi somente após a sua consolidação no topo das pesquisas de opinião que o cerco a seu redor se afrouxou – mas não o suficiente: todas as nossas insistentes solicitações para uma entrevista com Dilma em corpo presente foram negadas, supostamente por causa da atribulada agenda de compromissos relacionados à campanha (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 77).

Este aspecto hermético da candidata é apontado como algo que prejudica a visão que a revista - por consequência, a visão que o leitor, - pode ter dela e do projeto de governo por ela encabeçado. É uma estratégia voltada para evitar que a revista seja vista como antipática com Dilma, visto que sequer teve a oportunidade de conhecê-la em uma entrevista em profundidade.

Dilma ainda seria descrita como hermética ou inacessível outra vez por Rolling Stone Brasil. Na introdução da entrevista com a candidata do PT o tema é único: as dificuldades em conseguir uma entrevista presidencial com Dilma Rousseff. Enquanto os outros dois candidatos receberam os entrevistadores, a relação com a candidata do PT acontece, fato relatado com ênfase pela revista, através de troca de *e-mails*. Até mesmo as justificativas para que uma entrevista presencial não acontecesse são relatadas de modo a que o leitor questione porque a candidata se manteve tão distante da revista.

A comparação com celebridades não acontece por acaso. A sugestão apresentada é que assim como estrelas de cinema adotam exageros ao proteger-se da exposição a candidata petista adota o mesmo comportamento. Outra sugestão é que este comportamento hermético é adotado inicialmente por causa das pesquisas de intenção de voto, nas quais Dilma ainda não tinha atingido a primeira colocação. É uma sugestão apresentada apenas como primeira justificativa, já que mesmo depois que a candidata alcança o primeiro lugar nos levantamentos eleitorais não há abertura para uma entrevista presencial.

O perfil de Dilma Rousseff nesta entrevista é de uma candidata que está “blindada” do contato com a imprensa. Aspecto que também transparece no conjunto da amostra, já que mesmo depois da eleição, a presidente eleita aparece apenas em momentos de entrevistas coletivas. É um distanciamento que a revista enfatiza que não foi causado pela publicação, mas especificamente pela assessoria da candidata, aspecto que recai sobre a percepção feita a respeito da própria Dilma Rousseff.

As avaliações em torno do candidato José Serra são realizadas por Rolling Stone Brasil com a mesma contundência. As considerações da revista a respeito de Serra são baseadas em alguns aspectos que podem ser tomados como desfavoráveis ao candidato. Na série de entrevistas com os presidentiáveis, publicada na edição de Setembro de 2010, intitulada "O Próximo Presidente do Brasil" o candidato é apresentado como mal humorado e não pontual, já que o texto menciona a surpresa por parte dos entrevistadores por encontrar José Serra de bom humor e "apenas" 30 minutos após o horário marcado para o início da entrevista.

Mantendo uma linha de discurso forçosamente otimista, com lampejos nostálgicos, o ex-ministro da Saúde e ex-governador de São Paulo, hoje candidato do PSDB ao maior cargo da nação, demonstrou impaciência somente diante de questões relacionadas ao seu ego (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 69).

Rolling Stone Brasil não abandona a avaliação sobre o humor do candidato do PSDB, já que destaca posteriormente que José Serra demonstrou impaciência durante a entrevista. Este é o momento em que a revista retoma outro aspecto que segundo a publicação, associado à personalidade do político tucano, o egocentrismo. No momento da entrevista, o candidato já havia sido ultrapassado por Dilma Rousseff nas intenções de voto medidas pelos institutos de

pesquisa. Então a revista também avalia que o candidato está mais próximo da derrota, mesmo que Serra mencione a possibilidade de sair-se vitorioso.

A ênfase na linha de discurso forçosamente otimista é mais um dos aspectos que a revista utiliza para associar José Serra à derrota, afinal quem está mais perto da derrota precisa acreditar que ainda pode reverter o cenário e vencer. Até mesmo por isso que o candidato do PSDB se destaque mais em buscar estabelecer o diferencial entre ele e sua principal adversária, a candidata Dilma Rousseff.

Na tentativa de angariar votos, os candidatos também buscam estabelecer um diferencial em relação aos outros candidatos. É um momento de luta hegemônica nas páginas de Rolling Stone Brasil em que são explorados os principais defeitos entre os candidatos que estão bem cotados na disputa pela Presidência da República. Os candidatos trocam opiniões uns em relação aos outros, com destaque para os candidatos do PT e PSDB, o que caracteriza um estímulo a polarização entre os dois partidos, mesmo com a presença de outra candidata forte nas eleições 2010, como Marina Silva.

O Zé Dirceu, que é o chefe da quadrilha, segundo o procurador-geral da República, é um dos comandantes da campanha da Dilma. [...] Errou, tem que ser punido! E, segundo, não lotear, não fazer como se faz hoje, em que se entrega a diretoria financeira de uma estatal para um partido, para um grupo de deputados (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 74).

Dilma Rousseff é associada por José Serra aos escândalos protagonizados pelo PT ao longo dos mandatos do presidente Lula. Nas entrevistas que Rolling Stone Brasil promove com os presidenciáveis, Serra menciona Dilma como conivente com a corrupção logo após ter de responder uma pergunta sobre o apoio de Roberto Jefferson, delator de um dos escândalos durante o governo do PT, à sua campanha. Dilma é apresentada por Serra como conivente ainda quando ele menciona o que chama de “loteamento de cargos” no governo.

Tais aspectos mencionados por José Serra em sua resposta a respeito de Dilma Rousseff convergem para a avaliação feita pela revista em relação à candidata do PT: ser neófito nas disputas eleitorais. É uma avaliação anterior, mas que nas entrevistas com os presidenciáveis é reforçada através das falas de José Serra. Ao apontar o ex-ministro da Casa Civil durante o governo Lula, José Dirceu, como chefe da campanha de Dilma, o candidato do PSDB tenta demonstrar que há alguém mais experiente apoiando a candidata do PT, justamente o ex-ministro implicado em um escândalo de corrupção. A meta, neste caso, é

desestabilizar a campanha da adversária implicando a suspeita de que está sob o comando de um político acusado de corrupção.

Por sua vez, Dilma Rousseff associa José Serra com outros aspectos já levantados por Rolling Stone Brasil como a derrota e a velhice. Ao responder a respeito do quanto era dependente ou não dos apoios para poder governar, a candidata do PT estabelece um paralelo entre ela e o seu principal oponente.

É curioso quando me criticam por ter Lula ao meu lado. No fundo, ter Lula como aliado parece ser também o grande desejo do líder da oposição, que tentou, em seu programa na TV, aproximar sua imagem à do presidente Lula. Mas esse tipo de atitude não cola. Em 2002, ele não conseguia dizer o nome do então presidente Fernando Henrique Cardoso. E não conseguia dizer o nome não é porque não gostava do presidente, mas porque a população rejeitava FHC (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 82).

Este paralelo na luta hegemônica é favorável à candidata porque ela pode mencionar o apoio do presidente, enquanto José Serra, quando esteve na mesma situação, não poderia adotar o mesmo procedimento. Ao lembrar o episódio, oito anos depois da eleição em que José Serra perdeu para Lula, e que segundo Dilma, o candidato do PSDB não podia citar o apoio do então presidente Fernando Henrique Cardoso, há uma busca por mencionar também o quando Serra está velho para a disputa. Além da menção a passagem do tempo há também uma associação de Serra a derrota já que se antes ele não poderia mencionar o presidente, agora isso é possível para Dilma, a candidata apoiada por Lula.

A candidata Marina Silva é avaliada pela revista de maneira diferenciada em relação à avaliação dos candidatos do PT e PSDB. A candidata do PV é apresentada por Rolling Stone Brasil como a novidade da eleição 2010, atribuindo uma avaliação afetiva em que o rótulo de novidade que a revista coloca sobre Marina Silva está acima da vitória ou da derrota nas eleições. É uma novidade até mesmo na cobertura eleitoral da revista, afinal, no início desta análise nota-se que Marina Silva sequer é mencionada durante a cobertura. Ela é apresentada como uma terceira força política ao lado de José Serra e Marina Silva.

Marina, que aos incautos parece viver a tranquilidade da certeza da derrota, se mostrou uma leoa em pele de cordeiro, fortemente apoiada por setores da juventude e já vitoriosa pelo fato de estar entre os grandes protagonistas das urnas neste ano (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 59).

Ser “novidade” e a “terceira via” são os aspectos da avaliação afetiva por parte de Rolling Stone Brasil em relação à Marina Silva. A novidade destaca-se na cobertura anterior à eleição do primeiro turno enquanto para o segundo turno, a candidata do PV é apresentada como uma terceira via à polarização entre PSDB e PT. Na edição de Setembro de 2010, em entrevista com os presidentiáveis, a revista estabelece uma associação entre o público leitor e a candidata Marina Silva, o que pode ser interpretado até mesmo como uma associação da candidata com o público jovem.

Para Rolling Stone Brasil a vitória de Marina Silva estaria em um aspecto além da maioria eleitoral nas eleições 2010, já que mesmo disputando a eleição em um partido que não figura entre as principais agremiações, a candidata está em terceiro lugar e em alguns Estados com cotação melhor que os outros dois candidatos principais. Esta impressão da revista é resultante também do contato entre a revista e a candidata através da entrevista presencial. Este aspecto de novidade é ressaltado porque Marina é a primeira entrevistada apresentada por Rolling Stone Brasil entre os três principais candidatos. As características positivas da candidata ganham mais destaque na descrição que Rolling Stone Brasil faz do ambiente partilhado com a entrevistada.

Mas, a impressão se dissipa no exato momento em que começa a disparar suas respostas, elaboradas com um misto de serenidade, clareza de discurso e agilizada eloquência – conforme fomos avisados a todo instante, a candidata precisaria estar no aeroporto em menos de duas horas para voar a Salvador. Compromissos obrigatórios de uma campanha que oficialmente ainda nem havia começado (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 51).

Mesmo que haja menção ao desconforto da candidata com o frio de São Paulo no final de Maio, quando ocorreu a entrevista, e a fragilidade física da senadora que teve hepatite por três vezes, o destaque é para o contraponto a estas características representado pela “força” das palavras da candidata. É uma opção da revista por uma visão mais simpática em relação à Marina Silva, levando em conta até mesmo a acessibilidade da equipe em relação à candidata.

Rolling Stone Brasil ainda destaca que Marina caracteriza-se como uma oportunidade de unir aspectos das ideologias do PSDB e do PT. É uma posição ideológica da revista ante o cenário político brasileiro em prol da candidata do PV. Na entrevista com a candidata, Marina Silva é apresentada como uma novidade e uma vitoriosa, mesmo que não chegue ao segundo turno, porque conseguiu romper a propagada polarização entre os dois partidos que

governaram por mais tempo desde a redemocratização do Brasil na década de 80 do século XX.

Em meio a luta entre PSDB e PT, a revista toma uma posição e a apresenta para seus leitores, posição esta identificada na apresentação simpática em relação à Marina Silva. A revista não necessariamente encampa as ideias da candidata, mas a escolhe para representar o que deseja em termos positivos a respeito da cena política brasileira. Além de fazer a escolha pelo que considera “novidade” na “terceira via”, Rolling Stone Brasil apresenta esta seleção ideológica para o seu público.

Os outros candidatos de menor expressão nas pesquisas eleitorais não recebem da revista o mesmo tratamento, no rumo de serem vistos como uma terceira via entre a polarização representada por PT e PSDB. A principal avaliação em relação a estes candidatos vinda de Rolling Stone Brasil é que no cenário político brasileiro eles são simplesmente “nanicos”. Ideologicamente, são candidaturas menores pelo baixo índice nas pesquisas de intenção de voto, bem como sua pouca representatividade no horário gratuito de rádio e televisão. É uma escolha por cindir a cena política entre as candidaturas menores e as maiores. A editoria aborda estes candidatos menores na reportagem “À Sombra dos Gigantes”, veiculada em Agosto de 2010.

A corrida presidencial é uma disputa de gigantes. Quer dizer, nem sempre. A exceção à regra aparece em todas as eleições, com as candidaturas da minoria. Diante da estrutura cinematográfica dos três candidatos que despontam nas pesquisas, há sete presidenciáveis que se esforçam para sobreviver em um combate mais discreto. Não porque assim o queiram. Mas a realidade é que acabam à sombra dos líderes, praticamente alheios ao próprio desempenho na corrida eleitoral mais importante do país (ROLLING STONE BRASIL, AGOSTO 2010, p. 55).

Mesmo que a eleição seja apresentada como um espetáculo em que três candidatos estão disputando, o papel de protagonista, há outros personagens que também tomam parte na cena política brasileira. Rolling Stone Brasil reserva um espaço para eles em sua cobertura a respeito do tema política nacional. A própria revista os apresenta sob o aspecto da baixa representatividade que eles possuem no cenário político brasileiro. “Eles representam 1% do Congresso, e, juntos, poderão ocupar um quarto da propaganda eleitoral gratuita. Mas quem são e o que pensam os chamados candidatos nanicos à Presidência nas eleições de 2010?” (ROLLING STONE BRASIL, AGOSTO 2010, p. 55). Apresentar estes candidatos em

conjunto também reforça a identificação de que eles são de pequena representatividade na luta hegemônica.

É estabelecida uma diferenciação entre os candidatos desde o começo da reportagem. Uma divisão que demarca ideologicamente o espaço ocupado pelos grupos nas eleições 2010. Há uma parte desses candidatos que vão ter o protagonismo da disputa, os considerados por Rolling Stone Brasil como “gigantes”. Por outro lado, em nome da democracia, as candidaturas fora deste cenário são apresentadas como legítimas mesmo que sejam vistas pela própria revista como pouco competitivas. São as exceções que confirmam a regra que a eleição “de verdade” vale para os candidatos gigantes, enquanto os outros estão apenas desempenhando um papel menor.

Na avaliação de “nanicos”, oferecida aos candidatos por Rolling Stone Brasil, a revista explica porque estes políticos ocupam este papel. São afirmações avaliativas, como destacam Ramalho e Resende (2011) que situam as candidaturas de partidos com pouca representatividade no Congresso Nacional como ao mesmo tempo causa e efeito dos problemas do sistema eleitoral brasileiro. “Ao mesmo tempo que permite uma proliferação de partidos sem fim, o sistema político brasileiro coloca as candidaturas pequenas em condições desiguais frente ao eleitor” (ROLLING STONE BRASIL, AGOSTO 2010, p. 55). No campo político estes candidatos são apresentados como detentores de pouca ou nenhuma influência, o que a revista realça ao apresentá-los com variantes do termo nanico, como “pequeninos”.

Os próprios candidatos manifestam-se contra a designação de “nanicos” que se estende também às ideologias que defendem. Ao refutarem o título de “nanicos”, seja ignorando-o simplesmente ou propondo outra marca, como “emergentes”, os candidatos tentam além de garantir visibilidade para si, conseguir também apresentarem suas propostas. É uma atitude ideológica por parte dos candidatos para tentar garantir algum espaço na cobertura política maior e também a diferenciação em relação aos outros candidatos.

Entretanto, pela própria organização da matéria, a atitude dos candidatos é ofuscada pela revista que reforça a delimitação entre os grupos de candidatos. “Com maior ou menor destaque, o fato é que qualquer um deles, em teoria, poderá ser o próximo presidente do Brasil. E as dificuldades para chegar lá são inversamente proporcionais às dimensões de suas campanhas” (ROLLING STONE BRASIL, AGOSTO 2010, p. 55). Os candidatos menores são abordados pela revista como sem chances de chegarem à vitória, mesmo que faça um consentimento em propor que qualquer um deles pode ser eleito presidente do Brasil. Esta

concessão configura-se como uma maneira de reforçar ideologicamente que as chances de que um deles seja eleito são irrisórias.

Nesta avaliação, a revista se posiciona a partir do perfil de cada um dos candidatos é ressaltado em particular. No caso de José Maria Eymael (PSDC) destaca-se o fato de ele ser um candidato “musical”, pelo *jingle* que faz sucesso desde sua primeira eleição em 1985. Outro aspecto da avaliação é em relação ao fato de que o candidato é um “democrata cristão”, ideologia defendida por seu partido e pelo candidato em sua história política. O candidato, neste caso, oferece um posicionamento ideológico claro, mesmo que, pela organização da revista, fique claro que a ideologia defendida não possui grande divulgação.

Já Levy Fidelix (PRTB) é apresentado como um megalomaníaco por causa dos delírios de grandeza do candidato em torno de seus projetos e também de como Fidelix se vê no cenário político nacional. “Fidelix considera que a proposta inovadora fez dele uma espécie de Neil Armstrong das ideias de transporte” (ROLLING STONE BRASIL, AGOSTO 2010, p. 56). Ao dar vazão ao programa de governo do candidato do PRTB a revista resalta a megalomania do candidato em outros projetos como o domínio da bomba atômica e a criação de penitenciárias em ilhas e navios abandonados.

Para os dois primeiros candidatos a avaliação acontece destacando aspectos pitorescos das candidaturas. Entretanto, para os candidatos seguintes, o destaque é para o aspecto ideológico. Todos os candidatos estão situados no campo político de esquerda, entretanto, a reportagem vai destacar diferenças entre eles. José Maria de Almeida (PSTU) é identificado pela revista como um político “de esquerda” devido a relação que mantém com os sindicatos, por ter dividido uma cela com o então presidente Lula durante a ditadura militar e, posteriormente, ter divergido de Lula nos rumos a serem tomados para o PT, motivo da fundação do PSTU.

No campo da esquerda está também o candidato Plínio de Arruda Sampaio (PSOL). A revista prefere associá-lo à longa experiência na vida pública, um modo sutil de pontuar que o candidato é idoso. “Plínio de Arruda Sampaio (Partido Socialismo e Liberdade – PSOL) tem mais tempo de política do que alguns candidatos tem de vida. É o político mais velho na disputa presidencial” (ROLLING STONE BRASIL, AGOSTO 2010, p. 57). Mesmo que posteriormente hajam falas comentando que a idade não é um problema para o candidato ele acaba identificado por Rolling Stone Brasil com este aspecto. A identificação de Plínio com a

idade é apresentada até mesmo para questionar se as pessoas gostariam de votar em alguém que é considerado velho para assumir o cargo presidencial.

A avaliação sobre Rui Costa Pimenta (PCO) é de que ele está contra a vontade popular por ele ser contrário a implementação da lei de candidaturas ficha limpa. A lei prevê que sejam ampliadas as condições de inelegibilidade para candidatos que tenham condenações na Justiça por órgãos colegiados em última instância. Como a lei foi bastante festejada à época de sua aprovação como parte da moralização da política a posição contrária de Rui Pimenta é vista como estranha. “Para manter a coerência com a “soberania popular”, o candidato aborda a polêmica do Ficha Limpa sob um ponto inusitado. Ele é contra a lei [...]” (ROLLING STONE BRASIL, AGOSTO 2010, p. 58). Apesar de contar com uma argumentação ideológica para ser contrário a lei o candidato acaba apresentado como alguém radical por se opor a uma lei apresentada como positiva.

Ivan Martins Pinheiro (PCB) é identificado pela revista com a superação do capitalismo. O candidato é avaliado como um “revolucionário”, que não está associado à luta armada, mas em um governo voltado para a administração do capitalismo. Este rótulo da superação é retirado das falas do candidato que busca afastar-se de teses defendidas anteriormente pelo partido e que, segundo o próprio candidato, não tem espaço na atualidade. A apresentação por parte da revista ressalta que o candidato busca tornar-se mais palatável diante da opinião pública, mesmo que demonstre também que ele defende pautas essencialmente ideológicas como a retirada das tropas brasileiras no Haiti.

Uma ironia é empregada para avaliar o último candidato elencado por Rolling Stone Brasil. Américo de Souza (PSL) até o momento da reportagem ainda não tinha conseguido a aprovação no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para a sua candidatura, mas ainda assim é apresentado tomando por base uma declaração sua na reportagem como “Futuro Presidente do Brasil”. Américo de Souza é avaliado como um “não-candidato”, mencionado ali apenas por uma formalidade, a de tratar de todos aqueles que são ou podem vir a ter a candidatura homologada.

A partir das avaliações em torno destes candidatos, a revista busca uma organização do campo político para que o seu leitor possa compreendê-lo melhor. As delimitações do campo político são realizadas a partir de jargões como na matéria publicada em Agosto de 2010, “À Sombra de Gigantes”. A reportagem trata das candidaturas à presidência que não possuem tanto espaço na mídia em geral. Na tentativa de explicar a situação destes candidatos em

relação aos que possuem mais espaço é traçado um marco delimitatório em que os que possuem mais espaço são chamados de "gigantes", enquanto aos outros ficam reservados os papéis de "nanicos".

No final de 1981, sem a Democracia Cristã, Eymael volta à política com passagens rápidas pelo PDT e PTB. Três anos mais tarde, o PDC é criado para as eleições de 1985 e ele é chamado para reestruturar o partido e concorrer à prefeitura de São Paulo. [...] O governo do PRTB pretende consolidar o Brasil potência e compreende que o país tem que ter, sim, a bomba atômica, pois só dessa forma poderá “ter domínio, respeito e condições de defender a Amazônia e o Pré-Sal”. Levy segue no discurso citando a expressão em latim: “*si vis pacem parabellun*” [se queres paz, prepare-se para a guerra] (ROLLING STONE BRASIL, AGOSTO 2010, p. 56).

É uma distinção ideológica proposta ao leitor. Esta diferenciação entre os candidatos maiores e menores no campo político é perceptível até mesmo por uma reportagem que aborda as propostas apresentadas pelos candidatos que a revista chama de “nanicos”. O discurso político destaca-se pela demarcação das ideologias de cada um dos candidatos considerados por Rolling Stone Brasil como nanicos, distinção que alguns rejeitam com veemência preferindo o rótulo de “emergentes”. Quando cada candidato apresenta-se é possível ressaltar o viés ideológico encampado por eles.

Ao propor que todos os candidatos menores tenham voz, Rolling Stone Brasil acaba por reforçar a menor representatividade dessas candidaturas no cenário político brasileiro. A ideologia defendida por cada um deles situa o seu aspecto mais relevante, mas todos ainda estão resumidos ao conjunto de candidatos nanicos. Seja José Maria Eymael e a Democracia Cristã, ou Levy Fidelix e o desenvolvimentismo, ou os outros candidatos que defendem diferentes tendências relacionadas ao socialismo, a apresentação de cada candidato vem acompanhada do jargão do discurso político relacionada á pouca representatividade da candidatura.

O Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU) defende como programa assegurar o pleno emprego para todos, com redução de jornada e salário digno, estatizar as grandes empresas e o sistema bancário, parar de pagar as dívidas externa e interna e promover a reforma agrária com o fim das grandes propriedades. [...] A primeira medida em seu governo [de Plínio de Arruda Sampaio] seria a reforma agrária. “Todas as propriedades acima de mil hectares podem ser desapropriadas para efeito de desconcentração das fazendas, para dividir para o povo que não tem terra.” Depois, a redução da

jornada de trabalho. “Aumentar imediatamente o emprego.” [...] O lema do partido é salário, trabalho e terra, sendo que o primeiro ato de Pimenta, caso seja eleito, será a reforma agrária (ROLLING STONE BRASIL, AGOSTO 2010, p. 57-58).

A respeito dos outros candidatos, todos são tomados pela defesa do socialismo ante o capitalismo. Entretanto, na busca por diferenciá-los a revista chama a atenção para as teses defendidas pelos candidatos, mesmo que assim acabe por incluí-los em um rótulo comum voltado para a ideologia socialista. Isso passa, inclusive, pela defesa de pontos em comum, mesmo em candidaturas diferentes como a de José Maria de Almeida (PSTU), Plínio de Arruda Sampaio (PSOL) e Rui Pimenta (PCO).

Rolling Stone Brasil menciona as pesquisas para explicar o fato de separar os candidatos menores na edição de Agosto de 2010 e as entrevistas dos maiores na edição de Setembro de 2010. A publicação aproveita também para se posicionar a respeito de ser uma revista de cultura pop que aborda política em suas páginas. A revista busca reforçar que possui legitimidade para abordar o campo político e trazer o discurso político para as suas páginas.

Mas esta não é uma revista de música?”, surpreendeu-se um dos candidatos ao ser questionado sobre o seu programa de governo. Em resposta, podemos citar as capas com Fernando Gabeira (maio 2008) ou Barack Obama (julho 2008) e as diferenciadas pautas políticas publicadas desde nossa primeira edição. Mais que uma revista de música, a Rolling Stone Brasil tenta entender o mundo por meio, entre outros, da política, do comportamento, do cinema, da televisão e também da música (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 56).

Nas entrevistas com os candidatos cabe destacar algumas posturas de Rolling Stone Brasil, como a abordagem sobre a corrupção. Serra, Dilma e Marina têm de responder a perguntas sobre o tema e neste momento é que eles organizam suas manifestações sobre um tema de destaque no discurso político delimitando suas posições na luta hegemônica travada por eles.

Marina Silva representando a terceira via é avaliada como positiva pela revista e acaba por apresentar uma verdade consolidada em torno do tema. “A melhor forma de governar é com democracia e transparência. A democracia, e não uma ditadura, ou regime autoritário é a única forma de governar” (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 66). No tema a candidata encampa uma verdade universal em torno do discurso político a respeito dos

aspectos mais aceitos em matéria de governo na atualidade, a democracia, com a administração descentralizada e a transparência para que cada integrante do governo tenha de prestar contas de seus atos.

Por serem apresentados pela revista, e encarem-se como opostos José Serra e Dilma Rousseff estabelecem um “diálogo” ao tratar do tema corrupção em busca de empurrar a responsabilidade da corrupção para o outro lado e conseguir a adesão do eleitor. O discurso político é apropriado para o jogo político entre o PSDB e o PT que estão na luta para conquistar a hegemonia do cenário político. “Primeiro, não passar a mão na cabeça de ninguém que tenha praticado corrupção, como está acontecendo no Brasil” (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 74). Na acusação, José Serra coloca a responsabilidade da corrupção no Brasil para a candidatura adversária.

Do outro lado cabe a Dilma Rousseff defender o governo do qual fez parte e representa na eleição. “Ou seja, é possível fazer política e passar incólume pelo assunto corrupção. É claro que, como em qualquer atividade de qualquer setor, desvios éticos podem ocorrer” (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 80). É uma linha de defesa baseada em enfatizar que há o combate a corrupção por parte do governo para fazer frente às críticas da oposição de que há um sistema de corrupção instalado no governo. As duas tendências em luta hegemônica empregam formulações ideologicamente orientadas para enfatizarem suas posições e pelo consenso com o eleitor alcançarem a vitória.

#### **4.3 “Na Governança Global”, “Sim, Ela Pode” e “Pecado Original”: Vitoriosos, derrotados e consequências das eleições 2010**

Rolling Stone Brasil propõe a observação sobre a situação política brasileira tomando como base não somente às eleições, mas o cenário político brasileiro em geral. Nas últimas edições de 2010 a revista opta por apresentar aspectos sobre o futuro brasileiro e das tendências políticas após a realização deste pleito. São considerações a respeito do governo, mas também de como as forças políticas passam a se articular após o processo eleitoral.

A revista busca compreender como o cenário político brasileiro se reorganiza com o encaminhamento do processo eleitoral de 2010. Para isso começa abordando as relações internacionais brasileiras, na reportagem "Governança Global" de Outubro de 2010. A abordagem busca compreender como o Brasil está posicionado no campo político mundial,

nas suas diversas lutas hegemônicas, e como os diversos governos, representados por várias tendências ideológicas, observam o país. É um momento da cobertura das eleições em que ainda não havia definição em torno do futuro presidente, e a revista lança mão disto para tratar do legado que o então presidente Luiz Inácio Lula da Silva confere a quem irá sucedê-lo em termos de relações internacionais.

Para Vieira (2007), a prática do texto intersemiótico acontece principalmente porque o sujeito conhece o repertório visual do seu público. A ilustração apresentada abaixo representa a partir das referências que Rolling Stone Brasil possui de seu público outro patamar nas relações internacionais brasileiras, no qual os estrangeiros tem interesse especial no que acontece na política brasileira. São relações que a revista analisa como ideologicamente complexas por lidar com várias tendências políticas mundiais tanto social quanto economicamente.



Figura 4: Ilustração da reportagem “Na Governança Global”  
Fonte: Rolling Stone Brasil

A fim de ilustrar esse interesse, de que a eleição brasileira desperta em outros países, a revista oferece uma ilustração em que líderes mundiais se aglomeram em frente a uma luneta para observar quem vai subir a rampa do Palácio do Planalto, uma referência à candidatura

vencedora nas eleições para presidente do Brasil. No momento em que a edição é publicada não está definida a vitória de nenhum dos que disputam o cargo, então a imagem do novo presidente é resumida a um rabisco escuro com um esboço da faixa presidencial no peito.

Conforme preconizado por Verón (2004), o papel de fundo semântico para esta imagem, é de evocar o campo semântico das relações internacionais nas quais o Brasil está inserido. É uma disputa além de política, eminentemente ideológica, já que os principais líderes mundiais estão disputando espaço em frente à luneta para obter a vista, e o acesso privilegiado, em relação à nova liderança responsável por dirigir os rumos do Brasil. Entre os líderes mundiais, Barack Obama, presidente dos Estados Unidos, aparece logo à frente na ilustração e ganha mais espaço. O presidente norte-americano é apresentado para representar o grande peso nas relações internacionais entre Brasil e Estados Unidos.

No entanto, Obama não está sozinho para observar a luneta no qual aparece o próximo ocupante do Palácio do Planalto, assim como as relações internacionais brasileiros não estão mais concentradas nos Estados Unidos. Outros líderes se acotovelam diante da luneta em referência a como o Brasil expande as suas relações internacionais com outros países e que estes países disputam a atenção e os investimentos do Brasil.

São mudanças econômicas, mas também mudanças políticas e ideológicas nas relações internacionais brasileiras. Este é um aspecto sob o qual Rolling Stone Brasil dedica especial atenção, afinal estas mudanças políticas e ideológicas ao longo dos oito anos do governo Lula refletem-se nas escolhas que o Brasil fará nos anos seguintes para estar inserido, como aponta o próprio título do texto, “Na Governança Global”.

Nesta profusão de novas relações há adesões e conflitos ideológicos expressos no texto, aspectos estes que são, sobremaneira, ressaltados na imagem. A busca por saber o que se passa e pode ser visto através da luneta envolve uma disputa que acontece entre vários líderes como Nicolas Sarkozy, então presidente da França; David Cameron, primeiro-ministro inglês; Mahmoud Ahmadinejad, então presidente do Irã; Hu Jintao, então presidente da China e Hugo Chávez, então presidente da Venezuela. Diversas ideologias unem e afastam estes líderes mundiais e até mesmo a posição deles na ilustração demonstra isso.

A escolha dos líderes também não ocorre ao acaso. Os líderes selecionados também representam pontos diferentes da política internacional com as quais o governo brasileiro mantém relações. A história destas relações é contada na reportagem que trata do Brasil na governança global. Porém, dois grupos podem ser selecionados a partir dos líderes que

aparecem na ilustração: Obama, Cameron e Sarkozy pelas disputas e acordos políticos e comerciais. Já Ahmadinejad, Hu e Chávez pela aproximação ideológica e o desejo de estabelecer um contraponto aos desenvolvidos, assim como uma presença mais significativa nas discussões mundiais.

Segundo a revista, o Brasil está situado ideologicamente entre estes dois grupos e principalmente pelo que representaram os oito anos do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Rolling Stone Brasil chama o período de “era Lula”, uma definição também ideológica e que expressa uma avaliação a partir da personalidade do presidente. É uma avaliação realizada para depois perguntar quais os reflexos deste período para o período posterior, com Lula fora da presidência.

Para isso, Rolling Stone Brasil, em relação à Lula, realiza a afirmação avaliativa do presidente como "polêmico". A avaliação por parte da revista não é nova, já que Lula é mencionado pela polêmica no próprio PT ao apoiar o nome de Dilma Rousseff como candidata. Porém, nesta reportagem ela é desenvolvida com mais profundidade já que o tema da matéria são as consequências das escolhas político-ideológicas de Lula para o futuro das relações internacionais brasileiras.

O ideológico é apropriado pela revista Rolling Stone Brasil para tratar do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e suas conquistas no plano da política internacional. Para isso, vale cunhar um termo novo, ou um jargão: pós-lulismo. O termo marca o período em que Lula esteve no poder, mas também é relacionado às escolhas feitas pelo governo do então presidente a respeito das relações internacionais e no caso do pós-lulismo o que resta destas escolhas para quem suceder Lula.

Em meados de 2008, quando os títulos podres do mercado imobiliário norte-americano sacudiram o sistema financeiro mundial, Lula não perdeu a chance de criticar os países ricos pela confusão criada na economia do planeta. "A culpa é da gente branca, loira, de olhos azuis." Os 'ricos' entenderam a mensagem. E convocaram os emergentes na tentativa de encontrar a solução do problema. [...] Os louros da empreitada, conquistados a partir do avanço no campo econômico, injetaram ânimo para voos maiores. E o Itamaraty decidiu que deveria tentar resolver a complexa questão do Irã. Nesse aspecto, a política externa pode ser definida como fracasso (ROLLING STONE BRASIL, OUTUBRO 2010, p. 77).

A revista posiciona-se ideologicamente ao abordar o legado que Lula deixa após oito anos de governo, período que a revista chama de “Lulismo”, a partir da política externa do

governo na reportagem “Governança Global”, publicada em Outubro de 2010. Quando próxima ideologicamente da tal “gente branca, loira, de olhos azuis” as soluções apresentadas pelo governo brasileiro são vistas como positivas e válidas, mas quando apresenta uma contraposição a este grupo ela é vista como fracasso e fruto de uma ingenuidade por parte da diplomacia brasileira.

Várias lutas hegemônicas são representadas em torno das relações internacionais firmadas pelo governo Lula ao longo do período no poder. Quando se trata de economia há a disputa entre o capitalismo liberal dos Estados Unidos e o “socialismo de mercado” chinês, ao tratar de direitos humanos está a disputa entre Ocidente e Irã a respeito da bomba atômica e promoção de direitos a mulheres e homossexuais, por exemplo.

O Brasil é apresentado como personagem desta luta hegemônica entre diversas tendências, na qual tem relações com todas elas. “O gigante sul-americano estaria mais para um articulador-chave na governança global. Um ‘*player*’ de destaque, utilizando o jargão da diplomacia” (ROLLING STONE BRASIL, OUTUBRO 2010, p. 78). Para o lado que o Brasil pender, influenciado ou não pelo “lulismo”, haverá um rearranjo nas forças de poder mundial, segundo o texto. Este rearranjo é visto como um momento de oportunidade para os outros atores sociais destas disputas internacionais no sentido de firmar o Brasil como parceiro.

Nas perspectivas para o pós-lulismo, mesmo com as críticas, Rolling Stone Brasil projeta um cenário de continuidade como herança dos oito anos de Lula no poder. “Há um caminho definido. Não haverá aventuras ou o medo de que, de repente, haja uma guinada abrupta. O sistema político está consolidado. E há consenso sobre o rumo a seguir” (ROLLING STONE BRASIL, OUTUBRO 2010, p. 80). A política internacional é interligada aos rumos que a política nacional estava tomando naquele momento no Brasil com a eleição para a presidência.

A avaliação apresentada pela revista, baseada nos discursos autorizados a respeito das relações internacionais brasileiras, é que independente do eleito não haveria uma guinada brusca na orientação ideológica da política externa. Para apontar os caminhos que podem ou não serem seguidos pelo governo brasileiro após Lula deixar o poder, a revista utiliza-se de discursos autorizados a tratar do tema, neste caso, relações internacionais. Ao apropriar-se do discurso autorizado a revista passa a discutir um assunto considerado como bem específico, as relações internacionais do Brasil a partir das ações empreendidas durante o governo Lula.

Para Julia Buxton, Ph.D em ciências políticas da Universidade de Bradford, Inglaterra, o país trouxe uma voz muito importante para o debate nuclear e deve manter essa linha. [...] A especialista reconhece que o peso do Estado é maior que a figura do presidente Lula. E explica que a comunidade internacional, em especial a Europa Ocidental, vai receber a nova diplomacia brasileira com enorme atenção, e trabalhar com ela nas negociações globais. “Ninguém está muito preocupado com a saída de Lula do Planalto”, finaliza de forma incisiva (ROLLING STONE BRASIL, OUTUBRO 2010, p. 78).

Há o reconhecimento da revista de que ao analisar o tema exige a participação de quem detém o maior conhecimento possível a respeito de política internacional. Para além deste reconhecimento há também a apresentação da tese de que para determinados passos na diplomacia é preciso muita preparação e conhecimento a fim de que se evitem erros. O uso dos discursos autorizados configura uma estratégia para evitar que as apreciações sobre o período estejam associadas diretamente à própria revista. Entretanto, a avaliação encampada por Rolling Stone Brasil é de que houve erros por parte da política externa do governo Lula e que elas geram consequências para o governo seguinte.

Em sua proposta, a matéria é apresentada com o delineamento dos acertos e erros nas relações internacionais durante o governo Lula e nas consequências que estes aspectos devem trazer para a candidatura vencedora e que sucederá ao presidente. “É possível incentivar o protagonismo bloqueando iniciativas que não se mostraram saudáveis?” (ROLLING STONE BRASIL, OUTUBRO 2010, p. 78). Sobre este assunto, a revista enfatiza o seguinte aspecto: como evitar o que é considerado como erro na temática política externa. Para dar a resposta vale recorrer a quem tenha muito conhecimento da área de relações internacionais, neste caso, diplomatas, analistas e cientistas políticos.

Ramalho e Resende (2011) lembram que lutas hegemônicas envolvem disputas pela legitimação e universalização de uma representação particular de mundo. Para defender que no “pós-lulismo” ocorrerão ou não mudanças fortes na abordagem da relações internacionais, estes especialistas apresentam-se ao longo da matéria também explicando em que aspectos o Brasil se destacou em oito anos do governo Lula. Seja pela questão da guerra nuclear envolvendo o Irã ou a presença forte na economia mundial como país emergente a única conclusão é de que o Brasil subiu de patamar.

Engrossa o coro de questionamentos sobre as amizades brasileiras, o diretor do Centro para o Desenvolvimento Internacional da Universidade de Harvard University, Ricardo Hausmann. Ele não se acanha na hora de criticar a postura de Lula na esfera global. “Está se automutilando porque

não tem sido um parceiro confiável”, dispara o especialista sem meias-palavras (ROLLING STONE BRASIL, OUTUBRO 2010, p. 80).

Se a mudança não promete mexer nos resultados da diplomacia brasileira, a avaliação em torno dos oito anos de governo Lula é promovida de modo negativo, nesse sentido dois aspectos são ressaltados através da utilização de discursos autorizados. A reportagem aponta que com os erros do governo petista no “pós-lulismo” haverá a exigência de correções nas relações internacionais mesmo que isso não signifique que mudanças bruscas devam ser realizadas por parte do governo brasileiro. É uma crítica ao modelo de diplomacia promovido pelo governo brasileiro, mesmo que sejam reconhecidos alguns bons resultados.

Assim como o discurso autorizado é utilizado para entender o futuro das relações internacionais do Brasil a partir do fim do governo Lula, ele é utilizado para compreender o futuro dos principais personagens da disputa eleitoral após a consolidação dos resultados, com a vitória de Dilma Rousseff ou de José Serra. Para compreender o que espera Dilma Rousseff a partir do momento em que ela tomar posse, e porque José Serra e o PSDB perderam mais uma eleição, a revista toma emprestado o discurso autorizado com as vozes de especialistas a fim de explicar os temas propostos. Para isso são articuladas duas reportagens publicadas nos meses de Novembro e Dezembro de 2010.

As últimas duas imagens em edições de Rolling Stone Brasil no ano de 2010 são complementares na explicação dos resultados das eleições sobre o campo político, assim como nas avaliações empreendidas e na apresentação da luta hegemônica entre PSDB e PT. Enquanto a edição de Novembro estampa os vencedores, Dilma Rousseff e seus assessores; a edição de Dezembro traz em sua ilustração aqueles que foram derrotados, José Serra e o PSDB.

A vitória de Dilma aparece na ilustração com o centro sobre a candidata, naquele momento eleita, enquanto a ilustração do mês seguinte apresenta diversos personagens responsabilizados por aquela que se caracteriza como mais uma derrota do PSDB. São imagens que se apresentam como parte de uma lógica paradigmática a partir de um fato consumado, a vitória de um grupo e a derrota de outro, para observar as consequências deste momento.

Ao leitor é oferecida a oportunidade de conectar de maneira sequencial a ilustração com o texto. Com a reportagem "Sim, Ela Pode", publicada por Rolling Stone Brasil em Novembro de 2010, a proposta é de observar a eleição de Dilma Rousseff em suas

consequências. Isso é perceptível no modo como a então presidente eleita aparece a seguir. É a imagem de alguém sorridente, como ainda não tinha aparecido na revista. A metáfora visual, como designa Verón (2004), é de Dilma Rousseff ambientada com o poder e agora com o fato de que está no cargo de maior importância na hierarquia política brasileira.



Figura 5: Ilustração da reportagem “Sim, Ela Pode”  
Fonte: Rolling Stone Brasil

A visão de Dilma mais à vontade é perceptível também a partir de outras ações expressas na ilustração como a que ela aparece ajustando a faixa presidencial enquanto posa para um fotógrafo. A ilustração tem como cenário um estúdio fotográfico em que assessores estão à sombra, enquanto a presidente eleita ocupa o centro como a apresentar como novidade e ocupar o cargo para o qual estava disputando. Uma compressão, a partir da imagem, é de que para Dilma é possível, e a partir da eleição é obrigatório, ocupar o centro e que isso acontece com a eleição dela para a presidência da República.

Dilma ocupa o centro do poder a partir do momento em que é eleita para o cargo máximo na hierarquia política brasileira, vencendo a disputa contra José Serra. Isto é apresentado por Rolling Stone Brasil como uma obrigação que está sobre a nova presidente.

Esse protagonismo é metaforizado na imagem pelas luzes do estúdio concentradas na presidente, instituída como presidente pela faixa presidencial que ela ajusta para ficar apresentável e legível como símbolo da conquista da hegemonia. Assim como ela está no centro dos holofotes, estará no centro das atenções para a população, seus assessores que se encontram na sombra do estúdio da ilustração vão ocupar os espaços periféricos no governo.

Estes assessores apontam para o que há além dos holofotes, os problemas que vão ter de receber a atenção de Dilma no momento em que ela assume o cargo, neste caso sem estar diretamente ligada ao presidente Lula. Aponta-se para o fato de que Dilma passará a ter de lidar com os problemas do poder sozinha, sem estar ligada continuamente ao então presidente Lula. Neste caso, a revista apresenta novamente Dilma Rousseff como neófito na política, como já foi realizado ao longo da disputa eleitoral, mas destacando que agora ela representa a supremacia nas disputas hegemônicas contra o PSDB.

Prestes a completar 63 anos, a mineira é a primeira mulher a ocupar a Presidência da República. Teve nas eleições de 2010 o apoio de 55 milhões de pessoas - ou 56% dos votos -, mas vai governar para 190 milhões. Na democracia é assim – a maioria dos que votam decide. Cabe à população fiscalizar, acompanhar de perto, cobrar e confiar que tudo dará certo a partir do novo ciclo que se inicia, em pouco menos de dois meses. Não há espaço para tergiversação (ROLLING STONE BRASIL, NOVEMBRO 2010, p. 67).

A lembrança recorrente é de que Dilma Rousseff é uma principiante e essa qualidade serve para evidenciar que os problemas que a presidente terá de enfrentar ao assumir o governo serão potencializados pela inexperiência. Rolling Stone Brasil destaca que ser uma neófito pode ser a oportunidade para resolver os problemas das relações políticas entre Executivo e Legislativo, assim como outros problemas, como na saúde pública, na educação e nas políticas sociais.

Como marcas desta pouca ambientação com o cenário político são apresentados alguns aspectos como marcas da presidente eleita. “Logo depois de ter a vitória confirmada matematicamente pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), a petista fez um pronunciamento técnico e pouco emotivo, bem próximo de suas características pessoais” (ROLLING STONE BRASIL, NOVEMBRO 2010, p. 67). Não são descritas que características pessoais de Dilma seriam estas, então a proposta é por uma associação entre essas características e o pronunciamento de pouca emoção.

Dilma é vista como uma neófito e o debate em torno da equipe ministerial é visto como o primeiro teste da nova presidente. Essa seria em tese uma oportunidade para fazer mudanças necessárias nas relações políticas. Este aspecto é ressaltado também no texto da reportagem. “Primeira mulher eleita ao cargo máximo da nação, Dilma Rousseff chega ao Palácio do Planalto com o apoio da maior bancada governista desde a redemocratização” (ROLLING STONE BRASIL, NOVEMBRO 2010, p. 69). Tais mudanças são apresentadas como importantes para acabar com o fisiologismo e a presidente recém eleita é apresentada a partir de sua própria eleição com a possibilidade de impulsionar a reforma política que reorganizaria o jogo político para não ser pautado apenas por práticas fisiologistas, segundo a visão ideológica da revista sobre o campo político brasileiro.

O fisiologismo impera desde que Dom João VI partiu para o além-mar. O debate em torno da próxima equipe ministerial torna o momento mais que oportuno para discutir o assunto. Chega a hora de estabelecer um ponto de ruptura na sociedade brasileira, em que o Executivo possa manter relações pragmáticas com o Congresso Nacional (ROLLING STONE BRASIL, NOVEMBRO 2010, p. 68).

Na reportagem “Sim, Ela Pode” o foco é mais centralizado em Dilma Rousseff, do que em seu partido, o PT. Esta é uma demonstração de que a revista avalia a vitória como de Dilma e não exatamente do seu partido. Além disso, quando o PT é mencionado como vitorioso faz-se também referência às dificuldades enfrentadas pelo partido para conseguir vencer. “A vitória do PT nas eleições foi expressiva e, em grande parte, financiada por uma enorme coligação partidária firmada, principalmente pelo gigante das siglas: o PMDB. A fatura será cobrada” (ROLLING STONE BRASIL, NOVEMBRO 2010, p. 68). É uma vitória apresentada na reportagem de modo a fazer o leitor questionar se vale a pena vencer para ficar sujeito ao que representa o PMDB no jogo político brasileiro.

Mesmo com o destaque conferido por Rolling Stone Brasil a identificação em relação a Dilma não é tão favorável em uma comparação com outra candidata que disputou o pleito de 2010, Marina Silva. Torna-se visível novamente a avaliação afetiva que a revista possui sobre a ex-candidata do PV.

Na visão da senadora Marina Silva, decisiva para que a eleição fosse ao segundo turno, os últimos 16 anos ensinaram "muito", mas os partidos e as lideranças "não conseguiram" aprender a lição. Para ela, é necessário

unificar o Congresso em torno de projetos nacionais (ROLLING STONE BRASIL, NOVEMBRO 2010, p. 68).

A candidata do PV está situada na mesma reportagem que aborda Dilma Rousseff, mas identificada com o que poderia ser chamado de “terceira via” na política, fora da polarização entre PT e PSDB. A partir disso, Marina Silva é apresentada por Rolling Stone Brasil como uma voz privilegiada na busca por antever como seria o cenário político para Dilma Rousseff assim que a petista assumisse a Presidência da República, tema da reportagem “Sim, Ela Pode”. A avaliação sobre Marina Silva é positiva, afinal a revista destaca que a senadora foi decisiva para a realização de um segundo turno no processo eleitoral.

A avaliação sobre Marina Silva por parte de Rolling Stone Brasil consolida principalmente o papel de “terceira via” na diferenciação em relação à oposição tradicional, derrotada nas eleições 2010. “Marina Silva, que promete manter-se como “a terceira via”, aposta que “o modelo de situação por situação e de oposição está esgotado.” (ROLLING STONE BRASIL, NOVEMBRO 2010, p. 68) Nesse caso Marina Silva é identificada ideologicamente como terceira via, em associação a uma alternativa ao PT e o PSDB e principalmente à polarização criada entre eles ao longo das últimas eleições, em que apenas os dois partidos haviam vencido, respectivamente com Fernando Henrique Cardoso, Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff.

A publicação avalia, inclusive, que Marina Silva tem a força de uma líder única na política brasileira. Isso a credencia como uma das vozes autorizadas para opinar sobre os desafios de Dilma Rousseff na presidência e a se posicionar como parte na luta hegemônica travada entre PT e PSDB.

Tomando o discurso político como base, em que a líder é conferida a autoridade para falar em nome do partido ou da coalizão de partidos a revista apresenta Marina Silva como a líder do PV. Na reportagem “Sim, Ela Pode” publicada por Rolling Stone Brasil em Novembro de 2010, esta liderança é apresentada de modo a até mesmo colocar o líder acima do grupo liderado. Outros discursos autorizados são convocados para colocar em questionamento a capacidade administrativa da nova presidente.

São especialistas como historiador, cientista social, filósofo, economista, sociólogo e médico que na reportagem “Sim, Ela Pode” vão apresentar os desafios de suas áreas para a presidente eleita, que a revista apresenta como uma neófito. Para cada um está reservado o

papel de analisar em sua área o que espera e merece atenção da presidente eleita em seu governo. Os títulos que possuem conferem a legitimidade para apontar pontos que são delicados e ao mesmo tempo fundamentais para serem resolvidos em um novo governo.

O historiador Marco Antônio Villa, professor de ciências sociais da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), afirma que “a questão é muito complicada. O vice-presidente, Michel Temer, já disse que quer repartir o pão”. E o especialista conta que “repartir o pão, em se tratando de PMDB, sempre significa prejuízo do interesse público” (ROLLING STONE BRASIL, NOVEMBRO 2010, p. 68).

O primeiro tema abordado são as relações políticas que, segundo a reportagem, são marcadas pelo fisiologismo. É uma análise ideológica sobre como estão estruturadas as relações políticas no Brasil entre os partidos políticos que ocupam espaços no governo. Dessa forma, o especialista convidado apresenta o que precisa ser feito no âmbito das relações públicas e cabe a presidente Dilma escolher as ferramentas adequadas no intuito de resolver os problemas diagnosticados.

Nos outros temas, Rolling Stone Brasil desenvolve o mesmo mecanismo ao convidar pesquisadores que são referências para que possam analisar a situação atual do País e o desafio oferecido para a presidente. Ao tratarem de desafios na educação, distribuição de renda, segurança e saúde, respectivamente Mário Sérgio Cortella, Marcelo Neri, Ignácio Cano e Marcos Buallos, respectivamente legitimam a revista para abordar os temas apresentados. Em boa parte a revista acaba encampando as teses defendidas pelos pesquisadores.

O modelo atual de sociedade valoriza de forma excessiva a produção e o consumo, mas se esquece que a cultura e a formação são aspectos fundamentais. O filósofo Mário Sérgio Cortella, professor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), explica que a educação apresentou avanços significativos nos últimos 16 anos. Há um impulso de gestão. Mas, por que resultados não são mais rápidos e seguem tão pouco perceptíveis? “É necessário, sim, acelerar mais este processo”, ele aponta, “para que cheguemos em 2022, quando completarmos o bicentenário da nossa independência formal, com um parâmetro de desempenho mais significativo entre as principais nações” (ROLLING STONE BRASIL, NOVEMBRO 2010, p. 68).

É uma postura ideológica de Rolling Stone Brasil estabelecer uma contraposição à presidente eleita. Indiretamente a revista promove um confronto entre a presidente eleita, que ainda é vista como uma neófito para o cargo, e os problemas que o país enfrenta e que são os

desafios para ela assim que assumir o poder. O discurso autorizado permite conferir credibilidade às demandas apontadas pelos pesquisadores em questão, afinal são referências em suas áreas e estas áreas são vistas como as principais para o bom funcionamento de um governo.

A revista analisada não faz considerações a respeito da capacidade de Dilma em enfrentar os desafios propostos pelos especialistas. A matéria retrata mais a necessidade de alguém que tenha o perfil que possa resolver os problemas do fisiologismo nas relações políticas, assim como as falhas na saúde e na educação. A avaliação é que há a necessidade de alguém que esteja no poder e resolva estes desafios.

Rolling Stone Brasil questiona Dilma Rousseff sobre como irá gerenciar o país após ganhar o pleito e também confronta os derrotados da eleição que perderam a oportunidade de estabelecerem-se como hegemônicos. A edição seguinte pretende estabelecer uma compreensão sobre os motivos do PSDB ter perdido mais uma eleição, a terceira seguida para a presidência da República. Vieira (2007) destacam que as formas simbólicas fazem parte de contextos em processos socialmente estruturados. Para a compreensão de mais esta derrota, texto e imagem fazem remissão um ao outro para delinear a situação do PSDB e razões para mais uma derrota política.

A reportagem “Pecado Original”, da edição de Dezembro de 2010, não tem a situação de um protagonista único na imagem que acompanha o texto da reportagem. Porém, é possível tomar a imagem como um ponto central para a compreensão da matéria justamente pela metáfora da responsabilidade compartilhada em relação à derrota.

Enquanto na edição anterior Dilma Rousseff personaliza a vitória do PT nas eleições de 2010, na reportagem em questão o custo da derrota é dividido entre as principais lideranças do PSDB naquele momento. A partir da situação de cada um, a imagem abaixo imputa responsabilidades sobre as derrotas do partido nos anos anteriores para o seu principal adversário.



Figura 6: Ilustração da reportagem “Pecado Original”  
Fonte: Rolling Stone Brasil

Na imagem o partido é representado a partir de uma paisagem árida, esturricada de sol forte com lideranças do PSDB em papéis destacados. Todos os personagens são metaforizados em relação ao papel que desempenham naquele momento no partido. Aécio Neves e Geraldo Alckmin são colocados como dois pássaros, uma lembrança ao símbolo do partido, o tucano. Contudo, a paisagem árida também sugere que pode tratar-se de dois carcarás ou qualquer outro pássaro que esteja habituado com ambientes áridos.

Metaforizando a situação das lideranças do PSDB, os dois carcarás olham para José Serra que aparece com um olhar cansado e roupas esfarrapadas, mas com um cajado dourado que com um tucano na ponta simboliza o comando do partido. O ex-presidente Fernando Henrique Cardoso é um visto à semelhança de um ermitão sentado ao canto, encostado no cacto que possui uma placa que aponta a direção de 2014. As metáforas sobre as situações das lideranças implicam também em avaliações dos papéis que desempenham naquele momento Aécio Neves, Geraldo Alckmin, José Serra e Fernando Henrique Cardoso.

Cada um dos elementos aponta para diversas interpretações fazendo com que a imagem sirva como um fundo semântico para a reportagem, conforme Verón (2004) designa a imagem evoca o campo semântico situado pelo texto que a acompanha. No caso em particular, a imagem apresenta Serra com a liderança, mas definha diante do sol enquanto tenta caminhar rumo a 2014 mesmo com a derrota que o deixa com uma aparência deplorável. Há uma ênfase na tentativa de Serra ainda deter o comando do partido, mesmo que internamente não haja consenso a respeito disso.

Esta ausência de consenso é representada por Aécio e Alckmin que estão à espera de Serra perecer para tomarem o comando do partido. Mas, eles esperam em posições diferentes. Enquanto Aécio está empoleirado mais próximo de Serra, Alckmin está em pleno voo esperando o momento de reassumir o governo do Estado de São Paulo para o qual havia sido eleito.

No momento em que ambos chegam a esboçar um sorriso, que contrasta com a agonia de Serra, Fernando Henrique Cardoso está isolado na imagem, o que também representa seu isolamento no partido. Porém, mesmo não integrado nas disputas do partido e ocupando na imagem o papel de um ermitão, a ilustração destaca que o caminho do PSDB para a eleição seguinte em 2014 passa pelo ex-presidente do Brasil entre 1995 e 2002.

Fernando Henrique Cardoso é apresentado como um personagem fundamental para que o partido possa entrar em paz interna antes de novas disputas contra o PT. A postura do ex-presidente, recostado no cacto que tem a placa apontando para 2014, representa também a necessidade de que a agremiação partidária decida sobre o que fazer a respeito da herança dos governos do ex-presidente.

A situação apresentada é que o líder que conseguir se estabelecer entre Alckmin, Serra e Aécio ainda precisará passar pela situação espinhosa, como o cacto, de decidir como lidar com as impressões em torno do governo Fernando Henrique Cardoso para poder se viabilizar como candidato nas eleições seguintes. Nesse sentido, a imagem promove uma avaliação preliminar sobre a situação do PSDB para novos pleitos.

A avaliação de José Serra na imagem é corroborada com outros aspectos ressaltados pela revista na reportagem. Ao discorrer com mais profundidade a respeito dos problemas do PSDB e tratar com mais detalhes da derrota no processo eleitoral, Rolling Stone Brasil consolida a avaliação de Serra como derrotado. Ao contar a história de como houve a derrota,

Rolling Stone Brasil conta a história da derrota do PSDB, mas representada principalmente na figura de José Serra, candidato e um dos fundadores do partido.

“Naturalmente, o PSDB não vai poder dispensar a experiência de Serra, Tasso [Jereissati], [Arthur] Virgílio e Fernando Henrique, que não precisam de mandato”, segue Nécio Rodrigues, incluindo o ex-candidato ao clube dos políticos que já viveram o seu tempo (ROLLING STONE BRASIL, DEZEMBRO 2010, p. 69).

O rótulo da derrota é dividido entre José Serra e o comando do PSDB na avaliação promovida por Rolling Stone Brasil. Através do que Ramalho e Resende (2011) chamam de afirmações avaliativas, todos os políticos do partido são responsabilizados pela derrota, principalmente as lideranças do PSDB. A identificação entre Serra e a derrota é vista nas falas de lideranças do partido e também na fala do próprio candidato, tentando evitar ser visto como derrotado, mesmo havendo perdido a eleição. “O fato é que Serra se julgou no direito de concorrer e se deu mal” (ROLLING STONE BRASIL, DEZEMBRO 2010, p. 69). A revista menciona ainda a “aposentadoria eleitoral” de Serra como uma possibilidade, mais um aspecto que reforça o rótulo de derrotado do candidato.

A avaliação de que José Serra está velho para novas empreitadas eleitorais também é apresentada por Rolling Stone Brasil mais uma vez. A velhice de José Serra é enfatizada na reportagem "Pecado Original", em que especialistas e políticos do PSDB falam sobre a necessidade de político retirar-se do cenário político eleitoral após mais uma derrota. Isso acontece quando Serra é incluído em um conjunto de políticos que já não disputam eleições como o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso e outros que foram também derrotados nas eleições de 2010.

A velhice de Serra o credenciaria apenas para ser um conselheiro no PSDB, a partir da experiência que inclui as derrotas nas eleições presidenciais de 2002 e 2010. O ex-candidato é marcado ainda como velho por causa da ligação dele com os fundadores do partido, como Fernando Henrique Cardoso, Mário Covas, André Franco Montoro. Assim como estes, alguns que já morreram e outros que não disputam mais eleições, a revista aponta que José Serra estaria velho para uma nova disputa eleitoral.

Mesmo conquistando oito estados importantes nas últimas eleições e com a expressiva marca de 44 milhões de votos para José Serra – o último dos fundadores presidenciais -, os tucanos amargam, na verdade, o gosto da derrota. [...] Em uma única sentença, o ex-presidente Fernando Henrique

Cardoso definiu o tumulto das eleições de 2010 para seu partido: “O PSDB precisa calçar as sandálias da humildade” (ROLLING STONE BRASIL, DEZEMBRO 2010, p. 67).

Não somente José Serra é visto como velho e derrotado. Rolling Stone Brasil também avalia que o PSDB é um partido derrotado. Diversos aspectos são explorados para detalhar esta derrota em relação ao partido. Na reportagem “Pecado Original”, publicada em Dezembro de 2010, a derrota do partido é associada à soberba, a falta de comando representada por uma bagunça interna e ausência de identificação com a maior parte da população. Ao afirmar que houve tudo isso na campanha, a revista ressalta que o único resultado possível para o partido era uma derrota ante o principal adversário, o PT.

Na luta hegemônica expressa nas páginas de Rolling Stone Brasil a explicação da vitória do PT é outra parte da análise do campo político brasileiro, tomando por base a derrota do PSDB. “O PT se coloca no papel de mãe. Ao PSDB resta o semblante do padrasto “gente fina”, que nada mais tem a acrescentar – pelo menos do ponto de vista presidencial” (ROLLING STONE BRASIL, DEZEMBRO 2010, p. 67). A proposta de compreender as posições que são assumidas no campo político após as eleições 2010 buscam reconfigurar a disputa entre PT e PSDB, após o PT ganhar a terceira eleição seguida para presidente.

O Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), que governou o país por oito anos, vive hoje um purgatório sem fim – a julgar pelo enredo repetitivo que alimenta o projeto para o Palácio do Planalto. Seus principais personagens seguem em conflito pelo poder próprio. O futuro é incerto. A arte de perder continua (ROLLING STONE BRASIL, DEZEMBRO 2010, p. 67).

A fim de esclarecer as posições reservadas a PT e PSDB no cenário político brasileiro, vale recorrer a termos do discurso político como jargões para ilustrar os problemas enfrentados pelo PSDB nas disputas eleitorais. Tomados de empréstimo do discurso político, cada jargão busca ilustrar mais claramente para o leitor a situação sobre a qual o comentário está sendo feito e como os partidos ficaram após a disputa pela presidência da República.

Além de todas as explicações políticas para a derrota do PSDB, outro ingrediente é retomado para tentar explicar porque o partido coleciona três derrotas consecutivas em eleições presidenciais. O PSDB é avaliado a partir do que Ramalho e Resende (2011) chamam de presunções valorativas como um partido desunido. As presunções valorativas são feitas de modo implícito com poucos marcadores aparentes que estão ligados a processos de

classificação e elaboração de papeis sociais. Para tentar explicar este outro ingrediente, a desunião interna, o discurso autorizado é apropriado por Rolling Stone Brasil. Ao relembrar as origens do PSDB, a revista propõe que em sua origem o partido foi constituído sob pilares que naquela eleição favoreceram à desunião.

Com os resultados obtidos nos últimos pleitos e mantida a ressaca, o caminho do caos está indicado no PSDB. “A coisa está mais feia do que parece. O partido tem uma espécie de ‘pecado original’, de erros de origem que depois da eleição do Fernando Henrique, não conseguiu superar”, dispara o cientista político José Augusto Guilhon de Albuquerque, da Universidade de São Paulo (USP). O partido nasceu de facções regionais, que não convergiam necessariamente por questões ideológicas. Segundo Guilhon, em vez de um processo de convergência das diferentes dissidências, com uma identidade desenhada, o quadro se agravou durante o período de oposição e viveu uma espécie de *déjà vu* na última eleição presidencial (ROLLING STONE BRASIL, DEZEMBRO 2010, p. 68-69).

A revista busca uma voz autorizada para justificar que o PSDB já foi fundado como um partido desunido e diante da impossibilidade de conseguir entre os políticos do PSDB resta a um observador externo, com autoridade representada pelos estudos que faz sobre a ciência política, fazer esta análise. É um momento em que revista e pesquisador não divergem, mas oferecem visões complementares sobre a explicação para o PSDB ter se tornado um partido derrotado nas eleições presidenciais.

A tentativa de desvendar os motivos de mais uma derrota do PSDB avança ainda com outros pesquisadores convidados a opinar a respeito do tema, e tentar traçar um “diagnóstico” a respeito do futuro do partido. Neste aspecto, vale utilizar as falas dos pesquisadores para conjecturar sobre o futuro de Serra, como aposentado político ou de outros políticos do PSDB, como Aécio Neves. Neste ponto, a revista oferece também um posicionamento ideológico em torno do que o PSDB deve fazer para enfrentar o seu principal adversário após a terceira derrota presidencial.

A luta hegemônica entre PT e PSDB, após as eleições presidenciais é retomada a partir do conjunto das duas últimas reportagens do ano de 2010. “Sim, Ela Pode” e “Pecado Original” expõem as dificuldades que os dois partidos vão enfrentar ao longo dos anos seguintes a partir das posições que ocupam, governo e oposição, respectivamente. Não há um enfrentamento direto, como na reportagem “O Monstro da Derrota”, mas ao serem confrontados com as dificuldades os dois partidos continuam em luta. O PT para manter-se

como hegemônico e o PSDB para reconquistar esta hegemonia após três derrotas consecutivas.

As reportagens da editoria Política Nacional, publicadas na revista Rolling Stone Brasil, são resultado da articulação de diversos discursos. O campo político é observado pelas articulações das diversas tendências políticas representadas pelos diversos aspectos do discurso político. A compreensão do campo político é proposta através das reportagens com o apoio do discurso autorizado, representado por especialistas de diversas áreas opinando sobre aspectos da política brasileira.

Na abordagem sobre política Rolling Stone Brasil apropria-se do discurso político para organizar os seus relatos, mas o faz de modo a apontar particularidades no cenário político. Seja pela ascensão de candidatos, ou pela distorção do sistema político ou mesmo a disputa entre PSDB e PT, a entrada do discurso político na revista vem para legitimar a revista no tocante ao tema superando a possibilidade de ser apenas uma revista sobre cultura pop.

A revista Rolling Stone Brasil busca apropriar-se, principalmente, de vozes provenientes do discurso científico para poder estabelecer uma avaliação aprofundada a respeito do campo político. A aplicação do discurso autorizado, representado pelos cientistas políticos, vem para estabelecer o aprofundamento da cobertura política e enfatizar atos e consequências das ações dos atores políticos. Mesmo em situações em que há contrapontos entre as vozes conclamadas nos discursos autorizados, é possível destacar que elas servem ao propósito de aprofundar a cobertura da publicação a respeito da política nacional.

Os discursos autorizados são utilizados, principalmente, no sentido de estabelecer a legitimidade de Rolling Stone Brasil para analisar o campo político brasileiro. Na busca por tentar estabelecer um distanciamento em relação aos acontecimentos, a revista acaba por recorrer ao pensamento dos pesquisadores em suas páginas. É uma estratégia da revista para conferir validade às suas teses apresentadas tanto como para apresentar sua cobertura política não apenas como repetição dos discursos políticos correntes.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A respeito das observações de como Rolling Stone Brasil aborda as eleições presidenciais brasileiras em 2010, destaca-se o fato de que a revista realiza uma cobertura que leva em consideração três momentos da eleição. O primeiro deles pode ser considerado como “pré-eleitoral”, pois explora o que já é conhecido da campanha; a polarização entre PSDB e PT. Como o PSDB já havia ocupado a presidência da República por oito anos e o PT completava igual período no cargo mais importante da hierarquia política brasileira naquele ano, aquelas eleições são apresentadas como a disputa que vai garantir a hegemonia para um dos lados.

O segundo momento da eleição, representado pela apresentação dos candidatos, corresponde a campanha que está em curso. É um momento em que determinadas divisões são feitas, como entre os candidatos maiores e menores. Os candidatos de partidos menores foram agrupados em matéria única, com a oportunidade de apresentarem-se ao eleitor. Por outro lado, os candidatos maiores foram entrevistados e explicaram suas ideias em edição especialmente organizada para eles.

Os desdobramentos da eleição compõem o terceiro momento da cobertura empreendida por Rolling Stone Brasil. É o momento em que a revista apresenta o que a vitória de Dilma Rousseff representa para a presidente eleita, para o então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, assim como para o PSDB e José Serra, estes últimos; partido e candidato, que sofrem mais uma derrota eleitoral. Nesta parte da cobertura, a revista consolida as avaliações feitas anteriormente, e situa como os atores sociais estão reposicionados a partir dos resultados vindos das urnas após a eleição.

Com um espaço fixo para abordar a política nacional, o tema está de fato inserido na proposta da revista, mesmo que sua linha mestra esteja representada por matérias que tratam de cultura *pop* em suas mais diversas manifestações. Rolling Stone Brasil não apenas reporta a cena política brasileira, mas também se posiciona em relação a ela, ao confrontar os candidatos e também ao apresentar-se como uma revista que pode abordar política nacional.

A publicação enfatiza que com a história em relação à cobertura política, empreendida tanto no Brasil quanto em outros países, ela está credenciada para abordar as eleições 2010. É algo que se faz necessário para Rolling Stone Brasil porque o processo eleitoral de 2010 é o primeiro em que ela posiciona como um enunciador atento, já que a revista foi lançada em

Outubro de 2006, quando o processo eleitoral daquele ano já se finda. Então, a revista apropria-se de vários temas para demonstrar que está pronta para fazer a cobertura política eleitoral para escolha da pessoa que vai suceder ao então presidente, Luiz Inácio Lula da Silva.

Retratar os candidatos e como ocorrem as disputas por hegemonia entre eles, é outro objetivo que é alcançado com a realização da pesquisa. Isto é perceptível pelas avaliações que a revista faz a respeito dos candidatos ao longo da cobertura das eleições 2010. Nas relações dialéticas entre articulação e internalização, que marcam o discurso como prática social, estão presentes as diferentes posições ideológicas em disputa representadas pelas candidaturas à presidência da República. Rolling Stone Brasil apresenta estas diferentes posições ideológicas, tanto quanto a luta em que os candidatos buscam estabelecerem-se hegemonicamente em relação aos outros.

As disputas ideológicas tornam a campanha eleitoral o campo de batalha pela conquista do consenso, representada pela maioria eleitoral. Em meio a estas batalhas está a cobertura midiática que leva em consideração diversos personagens e as suas lutas, com identificações e explicações sobre o processo. Os principais atores sociais das eleições 2010 são apresentados considerando as relações travadas entre eles ao longo do pleito.

Com Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB) representando uma propalada polarização entre seus partidos no cenário político nacional, a revista destaca Marina Silva (PV) como uma candidata que consegue situar-se entre os dois candidatos no desenrolar da cobertura das eleições presidenciais de 2010. Quanto aos outros candidatos, resta a eles um papel figurativo, representado pelas candidaturas menores e que tem de lutar até mesmo para ter espaço no pleito eleitoral.

A revista apresenta avaliações sobre cada um dos candidatos e posiciona-se firmemente a respeito deles. As avaliações de que Dilma Rousseff é neófito e de que José Serra é velho são recorrentes ao longo da cobertura, e expõem que nenhum dos dois candidatos acaba por representar a mudança de cenário que a revista propõe para a política nacional. Neste caso, a mudança acaba sendo mais visível na avaliação que é feita sobre a candidata Marina Silva.

Rolling Stone Brasil apresenta Marina Silva como uma candidata vitoriosa, pois, para a publicação, ela se situa na terceira via da polarização amplamente divulgada entre PT e PSDB. Este é um exemplo de que as posições não são estanques ou permanentes para Rolling

Stone Brasil, até porque a cobertura da revista se adequa ao crescimento da candidata Marina Silva em relação a José Serra e Dilma Rousseff. Na avaliação da revista são enfatizados apenas alguns aspectos destes personagens com a finalidade de apresentar ao leitor de maneira mais clara como eles são observados pela revista durante a campanha eleitoral. Dilma Rousseff e José Serra são avaliados negativamente, enquanto Marina Silva é vista positivamente pela publicação.

A avaliação dos candidatos, presente em Rolling Stone Brasil, acontece através da articulação de diversos gêneros de discurso, como o discurso político, discursos jornalísticos, inclusive por meio da autenticação de discursos autorizados, representado por vários especialistas convidados para explicarem fenômenos da política nacional para a revista. O discurso político como lugar de memória é o principal a ser requisitado, porque, ao se propor em tratar de política nacional, a revista precisa contar com este discurso para abordar o tema e realizar proposições eficazes a respeito do campo político.

Por diversos momentos Rolling Stone Brasil opta por utilizar-se das vozes políticas representadas pelo discurso autorizado para explicar e problematizar, por exemplo, a influência do presidente Luiz Inácio Lula da Silva no cenário político, ou a vitória de Dilma Rousseff, ou, ainda, a derrota do PSDB e José Serra. São situações em que, para defender o mote escolhido para a reportagem, a revista recorre à especialistas do campo político a fim de tratar do tema com maior profundidade.

O discurso autorizado é representado pelas vozes de especialistas da ciência política e apropriado principalmente para delinear vozes com diversos posicionamentos em torno do tema da reportagem e auxiliar a revista na defesa de seu posicionamento ideológico. Neste aspecto, cabe destacar as reportagens "O Monstro da Derrota", publicada em Julho de 2010, "Na Governança Global" que está presente na edição de Outubro de 2010.

São reportagens em que a aplicação do discurso autorizado é adequada para compreender as situações que passam Dilma Rousseff e José Serra naquele momento da campanha. O discurso autorizado também é aplicado para que a revista possa tecer considerações a respeito do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, de seu governo, e, sobretudo, no que se apresenta para quem o suceder.

Especificamente a respeito do presidente Lula, Rolling Stone Brasil avalia que ele é um "fiador" para a candidatura de Dilma Rousseff à presidência da República. É uma avaliação que aparece na reportagem "O Monstro da Derrota", publicada em julho de 2010 e

se mantem ao longo da cobertura eleitoral para destacar que, para a revista, a candidata petista depende do presidente para ser viável como política. É uma consideração, que além de ressaltar a dependência de Dilma Rousseff, reforça também que Lula continuaria como uma grande força política no Brasil na figura de um “presidente sem mandato”.

A revista qualifica Lula como “polêmico”. A polêmica em torno da figura de Lula é atualizada em diversos momentos, como ao analisar o legado do presidente para o sucessor nas relações internacionais, na reportagem “Na Governança Global”, de outubro de 2010. Além disso, este aspecto é ressaltado ao repercutir a vitória de Dilma Rousseff na reportagem publicada em novembro de 2010, “Sim, Ela Pode”, e na edição seguinte em que aborda a derrota do PSDB, na reportagem “Pecado Original”. São reportagens que reforçam a divisão das opiniões em torno da avaliação sobre Lula em que admiradores e detratores defendem com paixão suas opiniões sobre o então presidente.

Nas defesas e críticas sobre as atitudes do governo Lula na política internacional, o ideológico é tomado como aspecto importante e para isso, vale até mesmo cunhar um termo novo, ou um jargão: pós-lulismo. O termo originário do discurso político e que marca o período em que Lula esteve no poder, mas também pode relacionado às escolhas feitas pelo governo do então presidente a respeito das relações internacionais, analisadas por especialistas ouvidos pela revista para compreender o que acontecerá para a pessoa que suceder Lula a partir das escolhas que Lula fez quando presidente.

Por parte de Rolling Stone Brasil há uma contraposição a respeito dos avanços destas escolhas, destacadas principalmente a partir das opiniões dos especialistas em relações internacionais. Ideologicamente, a revista se posiciona tecendo ponderações sobre o quanto a postura brasileira nas relações internacionais foram realmente benéficas para o Brasil.

As imagens atuam como parte da reportagem a fim de apresentar aqueles personagens da cena política brasileira ao público e realizar avaliações a respeito deles. Neste aspecto, as imagens traduzem a flexibilidade por parte da publicação ao transitar na apresentação de um cenário polarizado e em que há o aparecimento de outra candidatura competitiva que ganha seu espaço, assim como uma avaliação positiva da revista.

Dilma Rousseff e José Serra ganham mais destaque, como parte da apresentação da disputa como polarizada entre PT e PSDB promovida por parte de Rolling Stone Brasil. A primeira imagem, relacionada à matéria “O Monstro da Derrota” evidencia que eles serão aqueles em que as atenções estarão mais concentradas ao longo dos meses seguintes que

compõem o processo eleitoral. Nas reportagens seguintes, também nas imagens, Marina Silva está inserida e passa a ter um papel central nas eleições 2010 para Rolling Stone Brasil.

Nos discursos da revista restará, para os outros candidatos, um espaço menor, como o evidenciado na ilustração da reportagem “À Sombra de Gigantes”. É uma imagem que reforça o estigma de candidatos menores, de não-competitivos diante dos outros, mas que ressalta a flexibilidade de Rolling Stone Brasil ao inserir Marina Silva, não abordada na primeira ilustração, no conjunto dos candidatos que podem ser chamados de gigantes. É algo que pode ser compreendida como uma avaliação positiva em torno da candidata, afinal ela “subiu de patamar”.

A inserção de Marina Silva entre as candidaturas competitivas é perceptível pela inclusão dela na série de entrevistas “O Próximo Presidente do Brasil”. Na compreensão sobre o cenário político brasileiro, Marina Silva atinge um patamar diferente dos candidatos menores. Situada entre os candidatos gigantes e retratada do mesmo modo deles, com uma ilustração ocupando uma página inteira, Marina Silva está em uma categoria das candidaturas que realmente entram para tentar vencer a eleição. É uma proposta de compreensão do cenário político que extrapola a disputa PT contra PSDB, que representa uma compreensão anterior e que coloca Marina como a candidata que representa uma opção aos dois partidos que já detiveram a hegemonia do cenário político brasileiro.

As avaliações sobre os candidatos também acontecem através das ilustrações publicadas pela revista. Alguns dos símbolos mais claros são o tucano e a estrela, presentes na primeira imagem da amostra, referente à matéria “O Monstro da Derrota”. Respectivamente ligados ao PSDB e ao PT, estes símbolos reforçam que a ilustração trata especificamente de José Serra e Dilma Rousseff e o quanto a eleição era crucial para a situação deles e de seus partidos. Estes símbolos evocam a familiaridade que possuem com os partidos e os personagens em questão, Como também estão enraizados na memória do eleitorado pela, podemos dizer, fácil similaridade.

Para lidar com os candidatos menores, na reportagem “À Sombra de Gigantes” recorre-se ao mesmo expediente. Como muitos destes candidatos são desconhecidos eles são apresentados a partir de aspectos que os simbolizem. Ivan Pinheiro (PCB) com a foice e o martelo que são símbolos do comunismo e do partido, José Maria de Almeida (PSTU) com macacão de operário, Levy Fidélis montado sobre o aerotrem e José Maria Eymael (PSDC) com um aparelho de som aludindo ao seu *jingle* são os exemplos mais claros deste intenso

simbolismo presente nas ilustrações de Rolling Stone Brasil. Para a revista há a necessidade de estabelecer uma ligação entre estes candidatos e o seu leitor, e estas marcas são aspectos apresentados para facilitar a assimilação do que aquele candidato em questão representa.

As imagens também traduzem o transcorrer das eleições de 2010, já que a cobertura da editoria “Política Nacional” de Rolling Stone Brasil é marcada por uma pausa na edição de Outubro de 2010. A pausa tem um motivo técnico: no momento em que a revista é editada ainda não está definido o nome de quem vai ocupar a presidência da República. Isso se traduz na imagem da matéria “Governança Global” pela imagem sem nitidez de quem está na rampa do Palácio do Planalto. Sabe-se que é o presidente por causa da faixa presidencial, mas não fica delineado quem é a pessoa retratada ali.

Com a vitória de Dilma Rousseff, a imagem de quem vai assumir a presidência está definida e Rolling Stone Brasil entra na fase final da cobertura das eleições 2010 com o retrato de vitoriosos e derrotados. As ilustrações retomam a ideia da polarização eleitoral entre o PT e PSDB nas imagens. Esta leitura é possível se as imagens forem observadas em conjunto. A vitória de Dilma Rousseff é publicada na edição de novembro de 2010, enquanto a imagem da derrota de José Serra e do PSDB ganha espaço na edição seguinte, em dezembro de 2010.

Na história das eleições 2010 através das imagens, as duas ilustrações atuam como finalizadoras ao apresentarem Dilma Rousseff vencedora, com sorriso, faixa presidencial, holofotes, atenção de assessores. Por sua vez, José Serra aparece como derrotado, roto, esfarrapado, em uma paisagem árida, diante de uma situação difícil e cercado de adversidades. Aqui ficam implícitas também avaliações a respeito das eleições 2010. Dilma está no centro e agora vai ter de lidar com os desafios do País a partir do ano seguinte, enquanto Serra vai ter de passar o comando do PSDB para outros líderes.

Na conexão com o texto, as imagens oferecem ainda a continuidade para outras narrativas. Na mesma imagem em que José Serra aparece agonizante há um cacto que tem uma plaquinha apontando para 2014, ano em que ocorrem as eleições seguintes para a presidência da República. É um símbolo de como o caminho até a próxima eleição seria espinhoso para o PSDB. As imagens da cobertura das eleições 2010 buscam destacar os candidatos também a partir de símbolos de suas campanhas ou atuações políticas a fim de estabelecer, diante do leitor, uma associação rápida com os personagens em questão.

A escolha destes símbolos busca estabelecer um pacto com a linguagem com o intuito de representar o cenário político brasileiro. Assim, as ilustrações fazem parte de textos em que as diversas formas semióticas estabelecem avaliações sobre as disputas entre PSDB e PT pelo poder, assim como a ascensão de Marina Silva como um novo nome na disputa anteriormente polarizada, e a busca dos candidatos menores por espaço. A multimodalidade também é um aspecto de destaque na representação do cenário eleitoral com outros candidatos, principalmente na ênfase em quanto estes outros candidatos estão distantes da realidade dos primeiros nas pesquisas de opinião.

As ilustrações tem o papel de construção da realidade social, em conjunto com o texto, como também de ressaltar aspectos diferentes da política brasileira e a atenção que outros países conferem ao processo eleitoral brasileiro. A importância da ilustração na compreensão do discurso da revista pode ser exemplificada na imagem da reportagem “Na Governança Global”, publicada em outubro de 2010. As imagens destacam-se também pela ausência de neutralidade em relação aos seus retratados e o cenário político brasileiro.

Ao tratar da desigualdade entre os candidatos ao apresentar gigantes e nanicos, a publicação mostra com mais força o quanto as eleições são desiguais e o sistema eleitoral brasileiro possui candidatos “competitivos” e “não-competitivos”. A crítica também é outro aspecto presente ao retratar a organização do PSDB, baseada em brigas internas em que um líder está à espera que o outro caia para poder assumir o comando do partido. Rolling Stone Brasil lança mão da avaliação com a intensão de estruturar uma série de imagens que são marcadas pela criticidade em relação aos personagens retratados.

Na busca por abranger a política nacional, Rolling Stone Brasil utiliza várias possibilidades para situar as imagens nas reportagens. São imagens que atuam como fundo semântico e metaforizam a situação de candidatos e partidos no pleito, assim como que falam em conjunto com o texto sobre a situação dos diversos atores do campo político.

A respeito do objetivo específico de observar se a revista encampa as teses de alguns dos partidos que disputam a eleição, a revista ressalta o protagonismo entre PT e PSDB nas eleições 2010 no cenário político brasileiro. Neste aspecto, a ascensão de Marina Silva não equivale a um movimento semelhante por parte de seu partido, o PV. Os partidos que ocupam a maior parte da atenção de quem observa o campo político são mesmo das duas agremiações que com Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva ocuparam a presidência por

16 anos. É mais perceptível uma simpatia à candidatura de Marina Silva do que em relação ao PV.

O principal exemplo do protagonismo entre PT e PSDB é a respeito da primeira matéria do *corpus* analisado, “O Monstro da Derrota”, publicada em Agosto de 2010. Na reportagem, os dois partidos são identificados a partir de uma possibilidade: a derrota diante do principal adversário naquelas eleições. Além disso, destacam-se as matérias “Sim, Ela Pode”, de Novembro de 2010, abordando a vitória de Dilma Rousseff e “Pecado Original”, de Dezembro de 2010, que aborda as falhas do PSDB que levaram a mais uma derrota nas eleições presidenciais.

Entretanto, PT e PSDB são abordados de modos diferentes por Rolling Stone Brasil ao longo da cobertura, mesmo que a polarização entre eles na disputa seja retratada amplamente. Na vitória de Dilma Rousseff, retratada em Novembro de 2010, ao publicar a reportagem “Sim, Ela Pode”, o PT é pouco mencionado, e ainda sim é lembrado no contexto da necessidade de desfazer as relações fisiológicas entre governo e parlamentares. Já o PSDB é apresentado como co-responsável pela derrota, junto com o candidato José Serra na edição seguinte com a reportagem “Pecado Original”.

Com relação à Marina Silva, destaca-se a escolha da revista por apresenta-la de modo mais sociável do que os outros candidatos na série de entrevistas e de modo mais simpático após a eleição. Nas reportagens em que são retratados os vitoriosos e derrotados das eleições 2010, Marina Silva não é apresentada pela revista entre aqueles que perderam a eleição, mas entre aqueles que ganharam. Para isso, ela é citada como a candidata que fez com que a eleição fosse para o segundo turno devido à força eleitoral que conseguiu. É uma associação que a revista faz com a plataforma de campanha de Marina até mesmo pela ligação proposta pela candidata e a juventude, público alvo da revista.

Utilizando as imagens e os textos, Rolling Stone Brasil trata com mais profundidade a cena política brasileira, convidando especialistas para opinar sobre os temas solicitados como vozes de um discurso autorizado para tratar da política nacional, e também apresentando os posicionamentos próprios. Além disso, os candidatos e políticos em geral, posicionam-se na disputa pela presidência da República e fazem-se presentes nas páginas da revista travando com ela diversas relações.

São relações que vão desde a simpatia com a candidatura de Marina Silva, a fortes críticas em relação a José Serra e a manifestação das limitações de Dilma Rousseff. É uma

cobertura em que a própria revista apresenta-se como um personagem devidamente identificado, e que vai dialogar com os especialistas a respeito das posturas dos candidatos e também dos outros políticos. Rolling Stone Brasil organiza diversas representações do campo político e posiciona-se também sem deixar de ser uma revista de cultura pop, mas caracterizando-se como uma revista em que a política nacional tem o seu espaço.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Thiago Meneses; ROCHA JUNIOR, Carlos Augusto de França; SILVA, Emanuel Alcântara. **O papel do contrato de leitura na linha editorial das revistas Billboard Brasil e Rolling Stone Brasil.** In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2010, Campina Grande. Anais XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2010.

ANJOS, Edienari Oliveira dos; MAGALHAES, Francisco Laerte Juvêncio; OLIVEIRA FILHO, Juarez Fernandes; ROCHA JUNIOR, Carlos Augusto de França. **Na linha fina da relevância:** Uma análise dos editoriais da revista Rolling Stone Brasil. In: I Colóquio Discurso E Práticas Culturais, 2009, Fortaleza. Anais On Line I Colóquio Discurso E Práticas Culturais, 2009.

ANJOS, Edienari Oliveira dos; MAGALHAES, Francisco Laerte Juvêncio; OLIVEIRA FILHO, Juarez Fernandes; ROCHA JUNIOR, Carlos Augusto de França. **Um beijo da Manu:** Uma análise da seção política nacional da revista Rolling Stone Brasil. In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2010, Campina Grande. Anais XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2010.

ARAÚJO, Inesita. **A Reconversão do Olhar:** prática discursiva e produção dos sentidos na intervenção social. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2000.

AUBENAS, Florence; BENASAYAG, Miguel. **A fabricação da informação:** os jornalistas e a ideologia da comunicação. [Por: Luiz Paulo Rouanet]. São Paulo: Loyola, 2003.

AUGUSTI, Alexandre. **As relações de poder do campo jornalístico:** reflexões sobre as notícias como construção social. In: Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, v. 1, n. 6, p. 5-32, 2010.

BAUMAN, Zigmunt. **O mal-estar da pós-modernidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1998.

BAUMAN, Zigmunt. **La cultura como práxis.** Barcelona: Paidós, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade:** entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro : J. Zahar. 2005

BENVENISTE, Émile. **Problemas de Lingüística Geral II.** Tradução de Eduardo Guimarães et alli. Campinas/SP: Pontes, 1989.

BORELLI, Viviane. **Jornalismo como atividade produtora de sentidos.** in Biblioteca online de Ciências da Comunicação. <http://www.bocc.ubi.pt/> Acesso em 12/04/2010.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas linguísticas:** o que falar quer dizer. 2 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998.

- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974
- BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. **Os usos sociais da ciência: Por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: Editora Unesp, 2004
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2. ed. rev., Campinas: Editora Unicamp, 2004.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHAUÍ, Marilena. **Conformismo e Resistência: Aspectos da cultura popular no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- CHAUÍ, Marilena. **O Que é Ideologia**. 2 ed. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- COURTINE, Jean-Jacques. **Metamorfoses do discurso político: as derivas da fala pública**. São Carlos: Claraluz, 2006.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Estudos culturais: as margens de um programa de pesquisa**. In: Revista E-compós, v. 06, p. 1-16, ago. 2006.
- FARIA, Maria Alice e ZANCHETA, Juvenal. **Para ler e fazer o jornal na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2007.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. Brasília: UNB, 2001.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Analysing discourse: Textual analysis for social research**. Londres: Routledge, 2003.
- FERREIRA, Jairo. **Dispositivos discursivos e o campo jornalístico**. In: Revista Ciberlegenda, n, 09, 2002.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- HALL, Stuart. **Da Diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG: Representações da UNESCO no Brasil, 2003.
- JAMESON, Frederic. **O pós-modernismo e o mercado**. In: ZIZEK, Slavoj (org.) Um mapa da ideologia. Rio de Janeiro, Ed. Contraponto, 1995.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru, SP: Edusc, 2001.
- KHUMTHUKTHIT, Ploy. **A nova diplomacia pública do Japão**. 28 de maio de 2010. 115 páginas. Dissertação - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2010.

LULL, James. **The Clash of Global Hegemonies**. In: Revista E-Compós, v. 07, p. 01-18, 2006.

MACHADO, Marcia Benetti. **Jornalismo e perspectivas de enunciação: uma abordagem metodológica**. in Intexto. Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 14, 1-11 janeiro/junho 2006.

MAGALHÃES, Izabel. **Análise de discurso crítica: questões e perspectivas para a América Latina**. In: Resende, Viviane Melo; Pereira, Fábio Henrique (Org.). Práticas socioculturais e discurso: debates transdisciplinares. Covilhã: Livros LabCom, 2010. p. 9-28. Disponível em: [www.livroslabcom.ubi.pt](http://www.livroslabcom.ubi.pt).

MAGALHÃES, Francisco Laerte Juvêncio. **Veja, isto é, leia: Produção e disputas de sentido na mídia**. Teresina: Edufpi, 2003.

MAGALHAES, Francisco Laerte Juvêncio; ROCHA JUNIOR, Carlos Augusto de França. **Rolling Stone Brasil: representações da crônica política através de ilustrações na editoria Política Nacional**. Revista Compolitica, v. 3, p. 237, 2013.

MAINGUENAU, Dominique. **Gênese dos Discursos**. São Paulo: Parábola editorial, 2008.

MARCARIAN, Eduardo. **Lugar e papel das investigações da cultura nas ciências sociais modernas**. In ENGELS, F.; GEERTZ, C.; BAUMAN, Z.; LEONTIEV, A.; MARCARIAN, E. O papel da cultura nas ciências sociais. Porto Alegre: Ed. Villa Martha, 1980.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A Ideologia Alemã**. SP: Martin Claret, 2002.

MEDINA, Cremilda. **A Arte de Tecer o Presente**. Narrativa e Cotidiano. São Paulo: Summus, 2003.

NEVEU, Eric. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

PEREIRA, Fábio Henrique; RESENDE, Viviane de Melo. **Práticas Sociais e Discurso Debates Transdisciplinares**. Corvilhã: LabCom, 2010.

PINTO, José Milton. **Comunicação e discurso**. Introdução à análise de discursos. São Paulo, Hacker Editores, 1999.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da comunicação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias - Linhas de análise de discurso jornalístico**. Florianópolis: Insular, 2005. 248 p.

RAMALHO, Viviane; RESENDE, Viviane de Melo. **Análise do Discurso Crítica**. São Paulo: Contexto, 2006.

RAMALHO, Viviane; RESENDE, Viviane de Melo. **Análise de Discurso (para a Crítica): O texto como material de pesquisa**. Campinas, SP: Pontes: 2011

ROCHA JUNIOR, Carlos Augusto de França. **Representações sociais do Brasil no fim do governo Lula através das revistas Rolling Stone Brasil e Piauí**. Temática (João Pessoa. Online), v. 1, p. 1-13, 2012.

ROCHA JUNIOR, Carlos Augusto de França. **O conceito de ideologia e sua aplicação na perspectiva crítica da comunicação**. Temática (João Pessoa. Online), v. 1, p. 1-15, 2014.

ROCHA, Harrison da. **Repensando o Ensino de Língua Portuguesa: uma Abordagem Multimodal** In: VIEIRA, Josenia Antunes [et al.]. Reflexões sobre a língua portuguesa: uma abordagem multimodal. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2006.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é Cultura**. 14 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SILVA, Gislene. **De que campo do jornalismo estamos falando?**. In: Revista Matrizes, v. 03, n, 01, p. 197-212, ago. dez. 2009.

SILVA, Marconi Oliveira. da. **Imagem e verdade: jornalismo, linguagem e realidade**. São Paulo: Annablume, 2006.

SOUSA FILHO, Alípio. **Ideologia e transgressão**. Rev. psicol. polít., São Paulo, v. 11, n. 22, dez. 2011. Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1519-549X2011000200003&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-549X2011000200003&lng=pt&nrm=iso)>. acessos em 20 jul. 2013.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1996.

THOMPSON, John B. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia**. Trad. de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis, PJ: Vozes, 2002.

VIEIRA, Josenia Antunes [et al.]. **Reflexões sobre a língua portuguesa: uma abordagem multimodal**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

VIZEU Alfredo. **A produção de sentidos no jornalismo: da teoria da enunciação à enunciação jornalística**. In: Revista FAMECOS, Porto Alegre: nº 22, quadrimestral, dezembro 2003.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.

VELASCO, Tiago Monteiro. **Onde estão os pop stars?:** a coexistência dos ídolos de massa e de nicho na música pop contemporânea. 26 de abril de 2010. 138 páginas. Dissertação - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação. Rio de Janeiro, 2010.

ŽIŽEK, Slavoj (org.) **Um mapa da ideologia.** Rio de Janeiro, Ed. Contraponto, 1995.

### **ROLLING STONE BRASIL**

ROLLING STONE BRASIL, São Paulo: Spring Publicações, n. 46, Julho/2010.

ROLLING STONE BRASIL, São Paulo: Spring Publicações, n. 47, Agosto/2010.

ROLLING STONE BRASIL, São Paulo: Spring Publicações, n. 48, Setembro/2010.

ROLLING STONE BRASIL, São Paulo: Spring Publicações, n. 49, Outubro/2010.

ROLLING STONE BRASIL, São Paulo: Spring Publicações, n. 50, Novembro/2010.

ROLLING STONE BRASIL, São Paulo: Spring Publicações, n. 51, Dezembro/2010.

ANEXO A - REPORTAGEM “O MONSTRO DA DERROTA”, PUBLICADA EM  
JULHO DE 2010



## O Monstro da Derrota

O que restará da carreira política e do partido que for o perdedor nas eleições presidenciais de 2010? A certeza é uma só: a derrota terá um gosto muito amargo, tanto para PT como para PSDB

★ Por Fernando Vieira e Rodrigo Barros ★ Ilustração Rodrigo Rosa ★

**A** FERRER DA IMAGEM DE CONFIANÇA E FIRMESZA que se esforçam em passar para o povo brasileiro, Dilma Rousseff e José Serra, os dois candidatos à frente da disputa pela Presidência da República, não devem estar muito seguros de si mesmos. Afinal, eles ainda são totalmente dependentes de você e, diante da rampa Palácio do Planalto, não há nada decidido. É certo como até cinco horas após o encerramento das votações, de acordo com decisão do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), como a pontada de um ataque cardíaco fulminante, um deles receberá oficialmente a faixa: “Você perdeu a eleição”.

O ângulo insinuado do resultado das urnas revela pontos da corrida eleitoral de 2010 que vão além do embate corriqueiro pelo poder. Trata-se, inicialmente, de um estimulado tira-teima entre PT e

PSDB, partidos que governaram o país, alternadamente, nos últimos 16 anos. E ainda traz a dramaticidade de uma disputa acirrada, que poderá marcar o fim da linha para uma geração de líderes políticos. Entre os envolvidos, definitivamente, ninguém pensa na derrota. Mas será um resultado inevitável, à sombra do vencedor. O que restará para aquele que perdeu? Qual o impacto para o partido derrotado? Assim como a morte, a única certeza é o terrível gosto amargo de não ser o escolhido pela maioria dos brasileiros para ocupar o cargo-mor da nação.

A *Rolling Stone Brasil* conversou com alguns dos principais cientistas políticos brasileiros, de escolas diferentes, para tentar antecipar as respostas para tais questionamentos. E, diante do cenário atual, pode-se projetar um efeito devastador para o derrotado. Algo muito distante da análise otimista do “acúmulo

de experiência para uma próxima oportunidade”, geralmente utilizada como mecanismo de consolo.

**P**ARA JOSÉ SERRA (PSDB, SEM DÚVIDA, ESTA É sua última chance de ser presidente. Na eventualidade de uma derrota, ele será visto como um “político que teve chances de estar na cúpula, no vértice da hierarquia tucana”, mas que não conseguiu aproveitar a oportunidade, por um motivo ou por outro. “Ele será marcado pela falha em seu objetivo maior. Aquela cara que tentou”, afirma Paulo Kramer, professor do Instituto de Ciências Políticas da Universidade de Brasília (UnB). Pessoalmente, o custo da derrota seria elevado porque o ex-governador paulista ficaria de fora das disputas eleitorais, pelo menos, até as próximas eleições municipais. Na teoria, a situação seria a mesma de Lula, que tam-

sem gerar seu mandato. Mas o efeito prático dessa realidade seria diverso no caso de petista.

Explica-se: "Se sua candidata [Dilma] vencer a eleição, tudo indica que Lula conservará uma posição forte no sistema político brasileiro, como um 'presidente sem mandato'. Essa situação poderia equivaler um almejado terceiro mandato e a preparação para os quatro", diz Luciano Martins Rodrigues, professor titular de ciência política da Universidade de São Paulo (USP) e da Universidade Estadual Paulista (Unicamp). Se a derrota nas urnas não significaria, necessariamente, o fim da capacidade de interferência política de Serra. Os políticos geralmente têm vida longa e, geralmente, aqueles que ascendem a posições importantes acumulam um ciclo eleitoral elevado, o que possibilita a ressurreição depois de derrotas importantes. São, por exemplo, os casos de Jairo Nicolau e, antes, Paulo Maluf.

Nesse sentido, o cientista político Jairo Nicolau, diretor-executivo do Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro da Universidade Cândido Mendes (IUPERJ) - UCAM, explica que é impossível afirmar se a derrota presidencial poderia selar o "fim da linha" mesmo para qualquer candidato. "Vimos isso no caso Maluf, que depois de tudo [perder o eleição de 2002] governar a cidade de São Paulo anos depois. E do eleito Sarneyzinho Braga, do Rio de Janeiro, que deixou vários senadores. Então, os políticos são dados como vivos, mas a vida segue os passos, a popularidade vai se reafirmando e pessoas vão mudando opinião que têm", diz. O uso de "quase" na eventual derrota do candidato PSDB teria ainda a

vez de um político que já ocupou os principais cargos eletivos, como ocorreu em trajetórias históricas. A vitória eleitoral de José Serra é praticamente completa, faltaria apenas a cereja do bolo. "Se não tem ainda, não, a joia da coroa", brinca Nicolau. Mas tamanha experiência, ironicamente, acaba se tornando um impedimento para novas aventuras eleitorais, porque é justamente resultado de uma equação envolve idade. E, nesse quesito, os 65 anos de Serra não a contam de maneira desfavorável. "Ficaria difícil Teixeira tentativa. A política muda. Pelo perfil e pelo próprio espaço que ele ocupou no partido, após uma derrota significa o fim do sonho da presidência para Serra", afirma Nicolau. E conclui com cautela: "Não que ele morra politicamente. Poderia continuar operando dentro da legenda". Marco Antônio Mira, professor de ciência política da Fundação Getúlio Vargas (FGV), concorda com a opinião e diz que Serra poderia se manter pelo "prestígio". Teixeira afirma que, na derrota, o candidato tucano continuaria um político de projeção nacional, "uma pessoa reconhecida em todo o país". Porém, o cenário negativo atrapalharia bastante os planos nacionais de crescimento do PSDB e, consequentemente, a força do político paulista diminuiria dentro da nova partidária. "Perderia a capacidade de lidar com o que ele vem fazendo hoje", conclui Teixeira. Um exemplo é o caso de Leonel Brizola (PDT), que se a ocupar uma posição secundária após ser eleito em uma eleição decisiva para presidente, só Paulo Kramer. Depois de quase chegar lá,

em 1988, Brizola ainda se elegia para o governo do Rio de Janeiro, mas a derrota anterior, nas eleições diretas, pôs fim a sua carreira como líder nacional, quando ele não conseguiu passar ao segundo turno. "Brizola batizou a bola. A derrota selou a carreira nacional dele", diz Kramer.

Como outra especificação, uma sobrevivência eleitoral poderia ser garantida para Serra com o retorno às urnas na eleição municipal, em São Paulo. Mas ainda é cedo para considerar a entrada dele em uma nova disputa pela prefeitura paulista, daqui a dois anos. Dependeria da conjuntura, da disposição do eleitorado, dos opositores e de vários outros fatores imprevisíveis, segundo Jairo Nicolau. "Acho impossível. Alékrim voltou a tentar a prefeitura após a derrota presidencial, mas não



UMA PELO FUTURO Dilma e Serra poderiam disputar uma eleição que defina as carreiras políticas de ambos

### Os políticos geralmente têm vida longa, o que possibilita a ressurreição até mesmo depois de derrotas importantes



acho que seja essa a votação de Serra", aponta.

Marco Teixeira reforça a ideia de que seria difícil Serra disputar novas eleições. "Do ponto de vista do processo eleitoral, do ponto de vista de cargo de projeção nacional ou da disputa à prefeitura de São Paulo, não vejo horizonte, embora não esteja dizendo que não vai acontecer", diz. "É meio como o fim da carreira eleitoral de Serra. Será que ele poderia voltar ao Legislativo daqui a quatro anos?", questiona. E observa a trabalhando no partido, visando até mesmo minimizar o impacto institucional. Uma eventual derrota poderia gerar reflexo na diminuição de representatividade do PSDB em outros cargos eletivos, como a diminuição no número de cadeiras na Câmara e no Senado, já que a eleição para o executivo é a única para a qual a maioria esmagadora do eleitorado migra.

Para tentar voltar a ocupar cargos, o destino de Serra estaria ligado a voltar ao cargo para se candidatar novamente às eleições municipais e, assim, tentar se fortalecer novamente. Segundo Teixeira, "não pode ser tentado se organizar para voltar ao Senado da Câmara Federal daqui a quatro anos".

É fato é que Serra viveu um período de liderança, que começou a sair com a morte de Aécio Neves em Minas, em 1998, e a de Marco Costa, em 2001, e com a aposentadoria eleitoral de Fernando Collor em Curitiba. Lideranças que participaram da economia da democracia. Este mesmo também teve a oportunidade de assumir de outros grupos. Até porque uma vitória de Alckmin, em São Paulo, não representaria necessariamente uma vitória de Serra. Afinal, os dois fazem parte de grupos entre os tucanos.

No caso de Paulo Kramer, um dia depois de uma geração apertada o início de ex-governador de Minas Gerais: "A fila vai acabar. E no novo fila quem se encontra primeiro lugar é Aécio Neves", diz. "O primeiro lugar hoje como a única liderança que de certa forma não tem sobre si o ritual de candidato derrotado". O ex-governador do PSDB, sobrevivente a petista, no entanto, nacional, seria evitado, segundo ele. Mas a derrota eleitoral eventual poderia depender da existência de outros candidatos que possam disputar, dentro e fora de São Paulo. "Além, obviamente, outros estados derrotados por lideranças novas e, provavelmente, outras opções para o ex-governador de Curitiba, Beto Richa", explica.

Em qualquer situação, no entanto, após um resultado não bom para petista entrar em contato. Para Beto Richa, que faz um retrospecto da

projeção, o PSDB tem a sorte de já contar com o legado de um novo ciclo de quadros. O partido, portanto, poderia, mesmo com a derrota, desenvolver ainda em São Paulo e Minas, e conseguir uma boa base eleitoral, o que daria base para uma a rigla se manter se nunca estada nos próximos quatro anos e voltar voltar depois ao governo federal. "Mas, provavelmente, o PSDB se sairá melhor do que na última eleição, mesmo caso a derrota presidencial", avalia.

**E**SSENA SERIA UMA ÚLTIMA TENTATIVA, uma eventual derrota de Dilma Rousseff (PT) não teria deixado aberta a de vez de uma segunda corrida presidencial. O motivo principal é o peso do principal líder, o presidente Lula, se tornaria um elemento direto na indicação de candidatura dentro do quadro partidário petista. E, nesse caso, as opções são impensáveis, baseadas na conjuntura atual. Ao mesmo tempo, ainda que sem a presença de Lula como candidato no futuro, dificilmente ela conseguiria reunir tantos apoios, inclusive, internamente no PT. Na virada, o apoio de Dilma é Lula. É mesmo como a indicação do presidente honesto forte resultaria a um novo de início. O que a inevitabilidade no futuro. "Como ele não foi uma escolha do partido e, sim, de Lula, seria difícil que se lizes da Bibalza, digamos assim, além de apoiar muito copulamente para a carreira eleitoral de ex-ministros", analisa Paulo Kramer, da UAB.

Mas o impacto pessoal de sua derrota seria bem diferente que o de Serra, segundo a opinião de outros especialistas políticos. "Serra aponta a interferência de



ANEXO B - REPORTAGEM “À SOMBRA DE GIGANTES”, PUBLICADA EM  
AGOSTO DE 2010



## À Sombra dos Gigantes

Eles representam 1% do Congresso, e, juntos, poderão ocupar um quarto da propaganda eleitoral gratuita. Mas quem são e o que pensam os chamados candidatos nanicos à Presidência nas eleições de 2010?

★ Por Fernando Vicira e Rodrigo Barros • Ilustração Rodrigo Rosa ★

A CORRIDA PRESIDENCIAL É UMA DISPUTA de gigantes. Quem diz, nem sempre. A eleição à regra aparece em todas as eleições, com as candidaturas da minoria. Diante da estrutura cinematográfica dos três candidatos que disputam nas pesquisas, há sete presidenciais que se esforçam para sobreviver em um combate mais discreto. Não porque assim o queiram. Mas a realidade é que acabam à sombra dos líderes, praticamente alheios ao próprio desempenho na corrida eleitoral mais importante do país.

No mesmo tempo que permite uma proliferação de partidos sem fim, o sistema político brasileiro coloca as candidaturas pequenas em condições desiguais frente ao eleitor.

Popularmente chamados de nanicos, esses candidatos de menor expressão, oriundos de partidos de pouca ou nenhuma influência no meio político, representam em torno de 1% do Congresso Nacional. E juntos poderão ocupar cerca de um quarto do tempo dedicado à propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão.

Pode parecer uma eternidade sob o aspecto da representatividade, mas é pouco se comparado à exposição que os candidatos ditos principais encontram na mídia em geral. O prejuízo é grande para o resultado nas campanhas, reclamam os pequeninos.

“Com uma única cobertura do portal Terra, dobrei o número de meus seguidores no Twitter. Imagine se eu aparecesse no *Jornal Nacional*”, diz o presidencial José Maria Eymael (PSDC), que saltou de mil para

dois mil seguidores em praticamente uma entrevista.

O termo utilizado para constantemente identificá-los na imprensa também é considerado pejorativo e incômodo alguns dos candidatos. “O nanico não tem nada atrás, não tem história alguma. Se apresenta de uma brecha da legislação para fazer um oportunismo. Não sou nanico, porque isso não é uma questão de tamanho, mas de seriedade”, critica o candidato Plínio de Arruda Sampaio (PSOL), que tem mais de meio século de vida política.

Com maior ou menor destaque, o fato é que qualquer um deles, em teoria, poderá ser o próximo presidente do Brasil. E as dificuldades para chegar lá são inversamente proporcionais às dimensões de suas campanhas.

"EY / EY / EYMAEL..."

Se a proposta fosse aprovada, o candidato do Partido Social Democrata Cristão (PSDC), José Maria Eymael, 59 anos, apresentaria as primeiras eleições. Quem não se lembra da sigla "EY / EY / Eymael...?" - provavelmente, não lê. Para este ano, ganha novas versões em estilos variados, como certezas universais, sal e salmoura. Vem aí o rei.

Criado em 1983, pelo então governador Raimundo de Castro - hoje dirigente nacional da sigla -, o sistema se confundiu com a história do presidencialismo, marcando o lançamento da democracia criada na carreira política eleitoral, quando disputou pela primeira vez o cargo de prefeito de São Paulo.

Eymael é galês de nascimento. Cresceu filonista e clerical, começou seu envolvimento político no campo católico e religioso. Em 1982, filiou-se no Partido Democrata Cristão (antigo PSDC). A vida profissional o trouxe a São Paulo dois anos depois.

Ele lembra da "primeira viagem da Democracia Cristã ao Brasil", com o 30º Congresso Nacional em 1982 (AI-5), que estrepou a sigla juntamente com outros 11. "Ficamos duas décadas fora do cenário político brasileiro", afirma o presidente, que passou a se dedicar

nas eleições de 1994 e 2000, ao disputa a Presidência da República. "Foi um erro geracional não disputar a eleição em 2000, porque esse que não joga não tem torcedor. Os partidos só criam disputando eleições majoritárias", avalia.

Neste ano, Eymael, que se considera um candidato "semelhante ao Lula", faz sua terceira tentativa. Com um olho, a primeira medida como presidente será promover a reforma trabalhista. Na esteira do PSDC, há uma carta com as disposições gerais da proposta de governo em 17 pontos, entre eles as mudanças de agenda.

O espírito do projeto é uma mudança no modelo de gestão atual. O candidato, que se considera o quarto colocado na disputa, acredita na vitória. "Nossa meta é chegar a 3% nas pesquisas para avançarmos em outras áreas e chegarmos ao segundo turno. Há casos semelhantes na história política", justifica.

AEROTREM, NEIL ARMSTRONG & MARCO POLO

Natural de Minas (MG), Levy Fidelis, 53, desfruta na sede do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), no bairro de Moema, uma sul de São Paulo.

"Vou lá, estou preparando uma mensagem, vou lá, vou lá, vou lá. Não se liga depois a gente não", ele corre com atenção. E responde rapidamente à pergunta na outra linha. "Muito obrigado. Eu vou lá, vou lá", segundo a amiga, o momento na TV é marcado por "o momento do Levy Fidelis falando para o povo", com a assinatura de Lula. "Não há nenhuma preocupação com o futuro", ele aponta para a mesa com um sorriso orgulhoso de si mesmo. "Assim como Marco Polo foi história por estar aqui, vou para o mundo ocidental, Levy Fidelis estará no Brasil e o momento da modernidade do transporte."

Mas ele faz questão de dizer que não é um candidato de uma nota só. O governo do PTB pretende um acordo com o Brasil político e econômico que o governo que tem, sim, a bomba atômica, pois se deve fazer política "por dentro, respeito e condições de trabalho a Ananias e o Povo-Sul". Levy segue no discurso: "Se quiser paz, prepare-se para a guerra". "Não sou uma pessoa belicosa", ele diz, "mas tenho visto de perto a situação internacional, não só para assuntos brasileiros (sic) brasileiros."

E ele lembra: "Eu não quero ser nenhum Estorac - que Deus o tenha, com todo o respeito. Mas o Brasil precisa diminuir o ciclo da energia nuclear, o que significa o ciclo de arsenal atômico, se possível e se necessário."

Ao mesmo tempo em que permite uma proliferação sem fim de partidos, o sistema político brasileiro coloca as candidaturas pequenas em condições desiguais frente ao eleitor. Os candidatos oriundos de partidos de pouca influência na política representam uma parcela ínfima do Congresso Nacional

exclusivamente a vida empresarial nesse período.

No final de 1983, com a Democracia Cristã, Eymael volta à política com passagens rápidas pelo PTB e PDT. Três anos mais tarde, o PSDC é criado para as eleições de 1994 e ele é chamado para reestruturar o partido e concorrer à prefeitura de São Paulo.

Entre os companheiros de partido, a maioria achava que o então candidato, conhecido profissionalmente como Eymael, deveria usar outro nome para a campanha. Aquilo que defendiam era tão justificável a dificuldade para o eleitor.

"Ninguém nunca viu nada e não eletrônicos, poderia ficar difícil entender o 'y' ou mesmo o nome em si. Tinha gente que falava Eymael e por aí vai", ele conta. "Mas o filho resolveu esse problema com gentileza, apresentando o 'ey', que é tão tradicional entre os brasileiros".

Eymael perdeu a eleição. Mas, no ano seguinte, foi deputado constituinte e se reeleger em 1993. "Foi aí que praticamente eu saí do cenário político eleitoral". Dois anos depois é derrotado mais uma vez na disputa pela prefeitura paulista.

Em 1993, o PSDC novamente some, fundindo-se com o PSD, que deu origem ao PPB (já absorvido por outra agremiação política), e Eymael não se realça. "Foi um desastre. Tínhamos uma grande estrutura partidária, com três governadores." O presidencialismo, que era contra a fusão, funda em 1995 o PSDC, incorporando mais uma palavra (Social) ao nome da antiga sigla.

É sua primeira campanha presidencial - já havia tentado disputar a eleição de 1994, na época pelo então PTBB -, mas foi impedido pela Justiça Eleitoral.

Fidelis concorreu ao cargo de vereador, prefeito e governador de São Paulo, e deputado federal. Nunca se alçou. As tentativas tentativas acabaram por deixá-lo conhecido pela proposta voltada ao transporte, especialmente em áreas de trabalho, paradas com estacionamentos da Wall Street World, como ele mesmo define. Segundo o presidente, a solução dos problemas de mobilidade urbana tem estratégias para necessariamente pela construção de aeroportos, sua marca.

Ele vai direto ao assunto: "Estamos muito contentes com o 'meu avião', concorrencia. A minha grande tarefa, disse que era simples, é o Lula assumir o controle das ferrovias para em seguida ser feito o melhor internacional" diz, se referindo ao lançamento do edital de trem-bala entre São Paulo e Rio de Janeiro, ocorrido no dia da entrevista.

A modernização da infraestrutura nacional é considerada "a solução para os problemas de exportação e de mobilidade urbana, que estão entre os maiores problemas do país". Fidelis considera que a proposta inovadora faz parte uma espécie de Neil Armstrong das ideias de transporte. "O mundo está pronto para o espaço", diz, "e enquanto o avião é feito por cima, o metrô se faz a partir do terno". Sobre a mesa, um de seus dois celulares toca. Levy pede licença e atende à ligação.

Outro tópico do programa de governo trabalhista prevê que todo brasileiro não terá uma conta poupança paga pelo União. Desde o nascimento, será depositado mensalmente o valor de quatro salários mínimos (hoje R\$ 2.044,00), resgatável após o beneficiário completar 20 anos de idade. A ideia é fazer com que o Governo Federal lance bilhões de reais durante toda a vida do cidadão brasileiro, segundo Levy. Outra proposta é a criação de pensões vitalícias em áreas e setores estratégicos que lutem em alto-mar para conter fogueiras e crescer em estímulos nas regiões.

NO XADREZ COM LULA

Nascido em Santa Albertina, interior de São Paulo, José Maria de Almeida, 82, começou a trabalhar como metalúrgico aos 14 anos de idade. Criou o ensino médio e fez carreira como fundador de movimento. Participou dos movimentos sindical de ABC no final da década de 1970 e foi preso em três ocasiões, sendo a última junto com Lula, na prisão de 1980. "Ajudei na organização dos movimentos grevistas. Acabei ficando preso quase 40 dias, por ser histórico", conta.

Marcado por um panfleto sobre o Dia do Trabalho, a primeira prisão, em 1977, foi a mais marcante

"Nunca quis uma carreira apertando no Daga", ele lembra. "Era de tudo, de choque elétrico, sapatos e pente-chama de cabelo de dragão, sem contar a vontade de alambicar e com dois fios, um pra cada lado." Ele não teve problemas físicos permanentes, só psicológicos. Já a Maria Bassotto (Povo) e o Celso (Cristovani) Brambilla ficaram com sequelas graves.

Já Maria, como é conhecida, deixou a ABC porque não conseguia mais emprego. Mudou-se para Minas Gerais, onde se manteve empregada nos movimentos sindicais, fundadora da Central Única dos Trabalhadores (CUT) e do PT, deixou o partido em 1982, por "diferença nas ideias" e "enfrentamentos com a direção" da vigia à época - Lula e Zé Piauza, respectivamente, presidente e secretário-geral.

"Quando surgiu o 'Povo Colôr', a direção do PT era contra o lançamento do movimento. Por quê? Era melhor deixar o Colôr sob aquelas condições, que ele iria se desgastando e facilitar a vitória do PT em 1994", afirma. "Não tínhamos outra opção, de tentar derrubar o governo e reconstituir a antecipação das eleições perto no país. Obviamente, era uma opinião diferente dada direção do PT, que queria deixar tudo em bucho-morça."

O candidato hoje é anistiado. Não mudou valores milionários, mas sua aposentadoria similar à função que exercia. Zé Maria disputa norte em sua terceira eleição presidencial. O Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU) defende como programa assegurar o pleno emprego para todos, com redução da jornada e salário digno, estatizar as grandes empresas e o sistema bancário, parar de pagar as dívidas externas e internas e promover a reforma agrária, com o fim das grandes propriedades. "É a inversão da ordem capitalista atual", resume.

## "MEU NOME É PLÍNIO"

Plínio de Arruda Sampaio (Partido Socialismo e Liberdade - PSOL) tem mais tempo de política do que alguns candidatos têm de vida. É o político mais velho na disputa presidencial. Mas os 80 anos do paulista, recém-completados, não o impedem de responder entrevista em meio a deslocamentos e viagens de campanha. Faz tudo ao mesmo tempo com agilidade. "Se tem saúde, qualquer coisa permanece perfeitamente ok", afirma.

O tempo, para Plínio, é relativo na questão eleitoral. "Há pessoas que não gostam de votar em gente velha e outras que não dão a menor importância"

Para ele, o que vale mesmo é a experiência. "A grande vantagem é que todos sabem que sempre passará pelos fatos públicos que estão determinando a realidade atual do país como eu passo", orgulha-se.

Fornado em direito pela Universidade de São Paulo (USP), em 1954, o candidato é promotor de Justiça e colige uma série de cargos públicos. An-

tes podem ser desproporcionais para obter a desconcentração das funções, para servir para o povo que não tem terra", diz. Depois, a redução da jornada de trabalho. "Aumentar imediatamente o emprego" e reformas tributária para as empresas. E, com ele, a promessa de duplicar imediatamente o investimento em saúde e educação, "por meio do aproveitamento de força pública que hoje chega 30% do orçamento", ele afirma. "Não é um colosso, o que ele diz não vamos pagar".

Depois de lutar por mais de 20 anos com o PT para chegar à Flóres, não entende a dificuldade de seu novo projeto. "Não entendo e candidato para ganhar a eleição, mas tenho de ser realista e perceber que não tenho um partido com condições para uma probabilidade maior de vitória", afirma.

Por isso, o desafio é mostrar que seria candidato principal diante a mesma coisa e tentar "montar a lista eleitoral popular para deixar claro". Nada fácil considerando que o próprio presidente do PSOL, Helvécio Helena, manifestou apoio à candidatura de Maria Lúcia (PT). "É mais uma dificuldade. Eu não é uma estratégia de minha campanha. Não fletamos e não fletamos nada, porque respeito sua posição", diz.

É um um problema ainda maior, segundo Plínio. "É que me chama Arruda. Não se pode ser uma aliança Arruda com ninguém", brinca. "Mas é um consenso que há com que a gente tenha lutado para enfrentar. Temos a time e muito boa, a população reconhece. E dificuldade é feita para ser superada. Temos

projetos maciços de investimento. Não são para receber, que seja para depois, porque o país não para."

## CONTRA O "CACHA LIMPA"

Plínio de Arruda Sampaio há três décadas, começando em movimentos sindicais e operários. Sua luta foi sempre a paridade e participação dos funcionários. "Fizemos o Partido dos Trabalhadores, só não foi o PT por volta de 1980".

Em 1984, fundou a Classe Operária (COO), a primeira organização dos segundo nível profissional em São Paulo, com uma candidatura para governador da população empregada pelo TSE, por problemas na prestação de contas de 1982. "Nada aconteceu, mesmo foi derrotado, nunca foi perseguido. É mais como jornalista, escritor e propagandista das organizações". Primeiro hoje escreve e edita o part. Classe Operária.



tes da ditadura, foi secretário de Planejamento e de Justiça no governo Carlos Faria (de quem é um dos deputados federais, até que acabou com o cargo 30 dias dos primeiros dias do regime).

Ficou 12 anos exilado no Chile e nos Estados Unidos, onde foi recebido. E retornou ao Brasil, ajudando na fundação do PT. Depois Helena, um intelectual respeitado e ligado ao Brasil operário. Plínio deixa o partido em 2008, após mais de 20 anos no PT. Migra para o PSOL, pelo qual é eleito deputado do estado de São Paulo em 2008. É uma das últimas palavras na ponta da língua - o nome - para o partido. Lula antes de chegar ao governo, foi sua primeira empreitada rumo à Presidência.

"Reduzir as desigualdades sociais entre os brasileiros, a distância abismal entre ricos e pobres. Todas as medidas de governo serão voltadas nesse sentido", afirma. "E vamos apontar soluções reais para que o povo tenha consciência delas", enfatiza.

A primeira medida em seu governo seria a reforma agrária. "Todos os proprietários acima de mil hecta-

## O FUTURO PRESIDENTE DO BRASIL

Sereno e realista, ele afirma que não entra na disputa presidencial com esperanças de vitória. É incisivo: "Consideramos que está fora de cogitação, neste momento, o nosso partido eleger o presidente da República ou fazermos bancada". "Não fazemos esse jogo de fingirmos que vamos ganhar. Damos claramente o programa que defendemos depende de uma evolução do movimento dos trabalhadores e, no momento, isso se dá de forma muito lenta", explica.

Como por que participa do processo eleitoral? "O objetivo é criar condições para no futuro realizarmos o programa que defendemos. Não é porque não vamos conseguir hoje que não vamos trabalhar para o futuro." Fomenta, diz ainda, que o programa do PCO não é uma relação de promessas, que inevitavelmente não poderão ser cumpridas. "Não será a mera eleição que já vai proporcionar a mudança que a gente precisa. Dizer isso é vender ilusões."

O lema do partido é salários, trabalho e terra, sendo

ligada a uma vitória no pleito 2010.

Ele se dá fôlego: "Não haverá o 'meu' governo, porque estamos diante de uma eleição manipulada", diz. "A mídia, a serviço da burguesia, já esculheu os dois ou três candidatos que poderão no máximo divergir na administração do capitalismo." O presidencial sabe que dificilmente um candidato com perfil socialista irá ao segundo turno. "É uma



Até o fechamento desta edição, João Américo de Sousa, 78, ainda não havia conseguido obter na Justiça Eleitoral o registro para ser candidato. Apesar de seu nome ter sido aprovado em convenção partidária, o ex-senador maranhense estava na disputa à revelia, contra a vontade de seu próprio partido, o PSL (Partido Social Liberal).

Nascido em Cururu (MA), Américo de Sousa, como pode ser chamado, é economista, advogado e administrador de empresas. Ocupou o cargo de secretário e procurador-geral da Justiça do Maranhão, cargo pelo qual se elegeu deputado federal e senador. Foi fundador do CDB-DF e ministro do Tribunal Superior do Trabalho (TST), o partido desistiu de disputar a Presidência devido à resolução do TST que limita as participações de candidatos a presiden-

Não importa o destaque: o fato é que qualquer um dos candidatos, em teoria, poderá ser o próximo presidente do Brasil. E as dificuldades para chegar lá são inversamente proporcionais às dimensões de suas campanhas

que o primeiro ato de Fomença, caso seja eleito, será a reforma agrária. Para manter a coerência com a "liberdade popular", o candidato aborda a polêmica do Ficha Limpa sob um ponto inusitado. Ele é contra a lei. "Se você tem uma regra que proíbe tal candidato sob essa ou aquela condição, já há um filtro para apresentar um preto pronto ao eleitorado. E entra o poder de decisão do eleitor. Quem é o juiz da idoneidade: o povo ou indivíduos isolados que representam o poder estatal?", justifica.

### A SUPERACÃO DO CAPITALISMO

O presidencial do Partido Comunista Brasileiro (PCB) quer inverter a base de poder político atual. Ivan Martins Pinheiro, 64 anos e carioca, pretende construir o socialismo no país, por meio do chamado poder popular. O candidato rejeita a possibilidade de reformar o capitalismo. Prefere superá-lo.

Natural do Rio de Janeiro, Pinheiro é advogado e atual secretário-geral do PCB. Já foi candidato a senador, deputado federal e prefeito do Rio, mas não se elegeu. Agora, disputa pela primeira vez a Presidência da República. E a essência revolucionária de seu programa de governo não estaria exatamente

luta longa, em que o protagonismo tem que ser do povo mobilizado."

A consolidação de sua proposta, não implica, necessariamente, em uma entrada na luta armada como forma de transformar o Brasil. "A atualidade brasileira é oposta a essa forma de luta", explica Pinheiro, "estamos dizendo que a revolução será no sentido de mudanças profundas". Ele afirma que há aqueles que acreditam que podem corrigir o capitalismo e melhorar até chegar ao socialismo: os chamados de reformistas.

E existem os que acham que o capitalismo é irreformável, ou seja, desumano e antagônico pela sua própria natureza. A revolução, para ele, portanto, seria no sentido de que "o capitalismo tem de ser superado e não reformado".

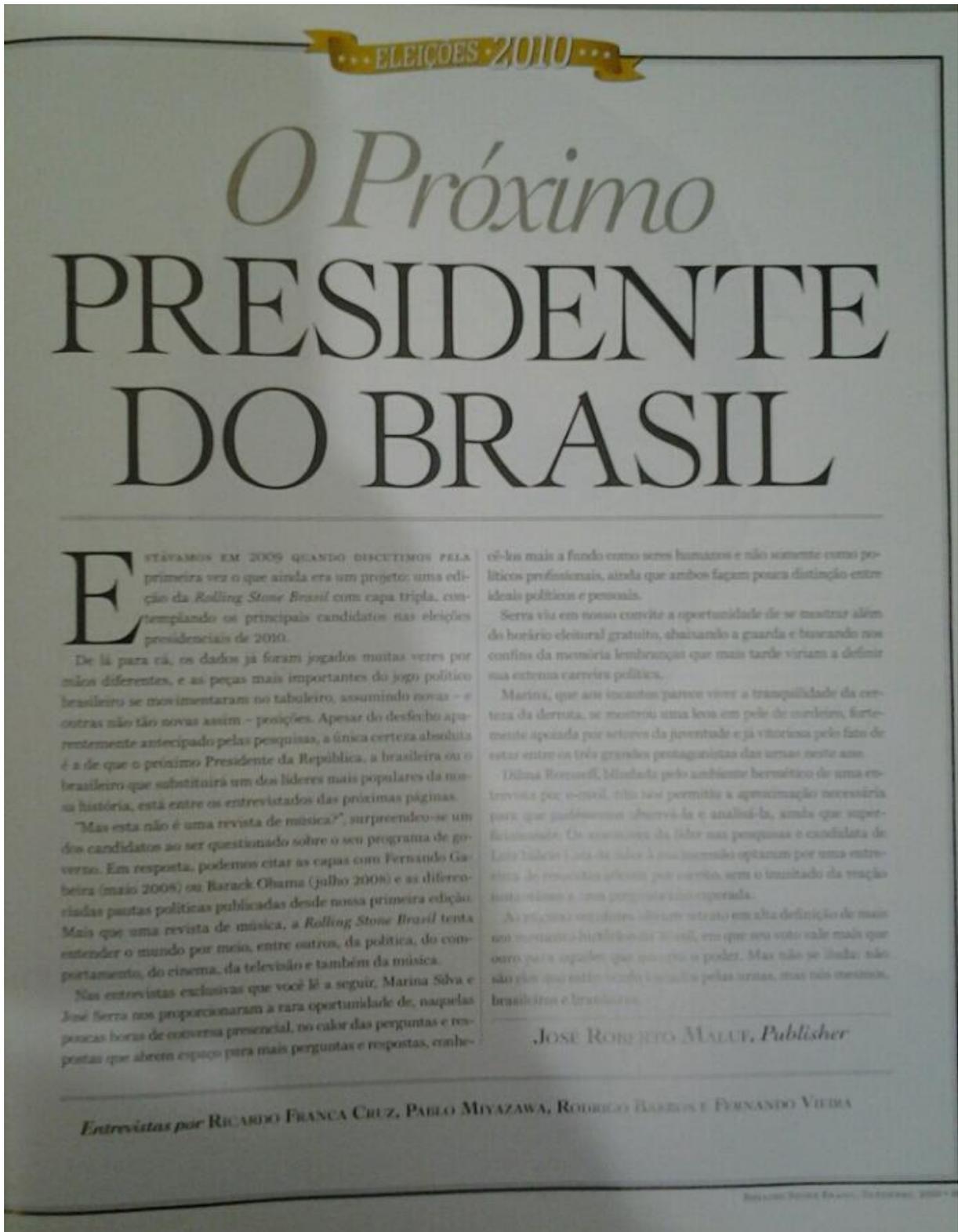
Explicação: "Na Bolívia, está havendo uma revolução, mas não se trata de uma revolução socialista. E o que eles chamam de revolução cultural e democrática. Então, é nesse sentido que falamos da superação revolucionária do capitalismo."

Uma das medidas tomadas seria uma mudança imediata em um campo da política internacional. "Retiraríamos as tropas brasileiras do Haiti", afirma os armamentos sejam substituídos por equipamentos agrários e médicos."

se em programas eleitorais. Pelo regra, estaria vedada a participação de presidencialistas nas campanhas injunção nos estados em que ocorrerem coligações diferentes da nacional. Souza não concorreu. E resolveu aceitar candidatura por conta própria nos 47 minutos do segundo tempo. Ele atende à reportagem no momento em que aguarda a primeira decisão da Justiça Eleitoral sobre os candidatos. Está bastante seguro. "Superespartanista!" E acrescenta: "Na hora em que o TSE vai fazer o candidato, eu serei o futuro presidente da República."

O programa de governo de Américo é fundamentado em saúde, educação e segurança. Ele garante que irá reverter o déficit educacional durante os quatro anos de governo e conta que acabará com a "bandalagem" e a falta da saúde em apenas seis meses. E afirma, de um candidato com a sua "experiência toda a verdadeira noção do que é a falta de segurança". Explica-se: Souza é moçambicano da praia Turismar, Balmorais Guarani, sul carioca. Em 2004, bandalagem invadiam a residência de ex-senador. "Puseram o resolver na minha cabeça e na de minha mulher. E ficaram perguntando: Onde está o cofre? Onde estão os dólares? Onde está a senhora?" ele conta. Encerrada a entrevista, o presidente do TSE, Ricardo Lewandowski, informou o registro de candidatura de ex-senador. Souza entrou com pedido de reconsideração. Segundo a Justiça Eleitoral, todos os recursos que se julgados até o dia 19 de agosto. ☐

ANEXO C - REPORTAGEM “O PRÓXIMO PRESIDENTE DO BRASIL”,  
PUBLICADA EM SETEMBRO DE 2010



... ELEIÇÕES 2010 ...

# O Próximo PRESIDENTE DO BRASIL

**E** STÁVAMOS EM 2009 QUANDO DISCUTIMOS PELA primeira vez o que ainda era um projeto: uma edição da *Rolling Stone Brasil* com capa tripla, contemplando os principais candidatos nas eleições presidenciais de 2010.

De lá para cá, os dados já foram jogados muitas vezes por mãos diferentes, e as peças mais importantes do jogo político brasileiro se movimentaram no tabuleiro, assumindo novas – e outras não tão novas assim – posições. Apesar do desfecho aparentemente antecipado pelas pesquisas, a única certeza absoluta é a de que o próximo Presidente da República, a brasileira ou o brasileiro que substituirá um dos líderes mais populares da nossa história, está entre os entrevistados das próximas páginas.

“Mas esta não é uma revista de música?”, surpreendeu-se um dos candidatos ao ser questionado sobre o seu programa de governo. Em resposta, podemos citar as capas com Fernando Gabeira (maio 2008) ou Barack Obama (julho 2008) e as diferenciadas pautas políticas publicadas desde nossa primeira edição. Mais que uma revista de música, a *Rolling Stone Brasil* tenta entender o mundo por meio, entre outros, da política, do comportamento, do cinema, da televisão e também da música.

Nas entrevistas exclusivas que você lê a seguir, Marina Silva e José Serra nos proporcionaram a rara oportunidade de, naquelas poucas horas de conversa presencial, no calor das perguntas e respostas que abre espaço para mais perguntas e respostas, conhe-

cê-los mais a fundo como seres humanos e não somente como políticos profissionais, ainda que ambos façam pouca distinção entre ideais políticos e pessoais.

Serra viu em nosso convite a oportunidade de se mostrar além do horário eleitoral gratuito, abaixando a guarda e buscando nos confins da memória lembranças que mais tarde viriam a definir sua extensa carreira política.

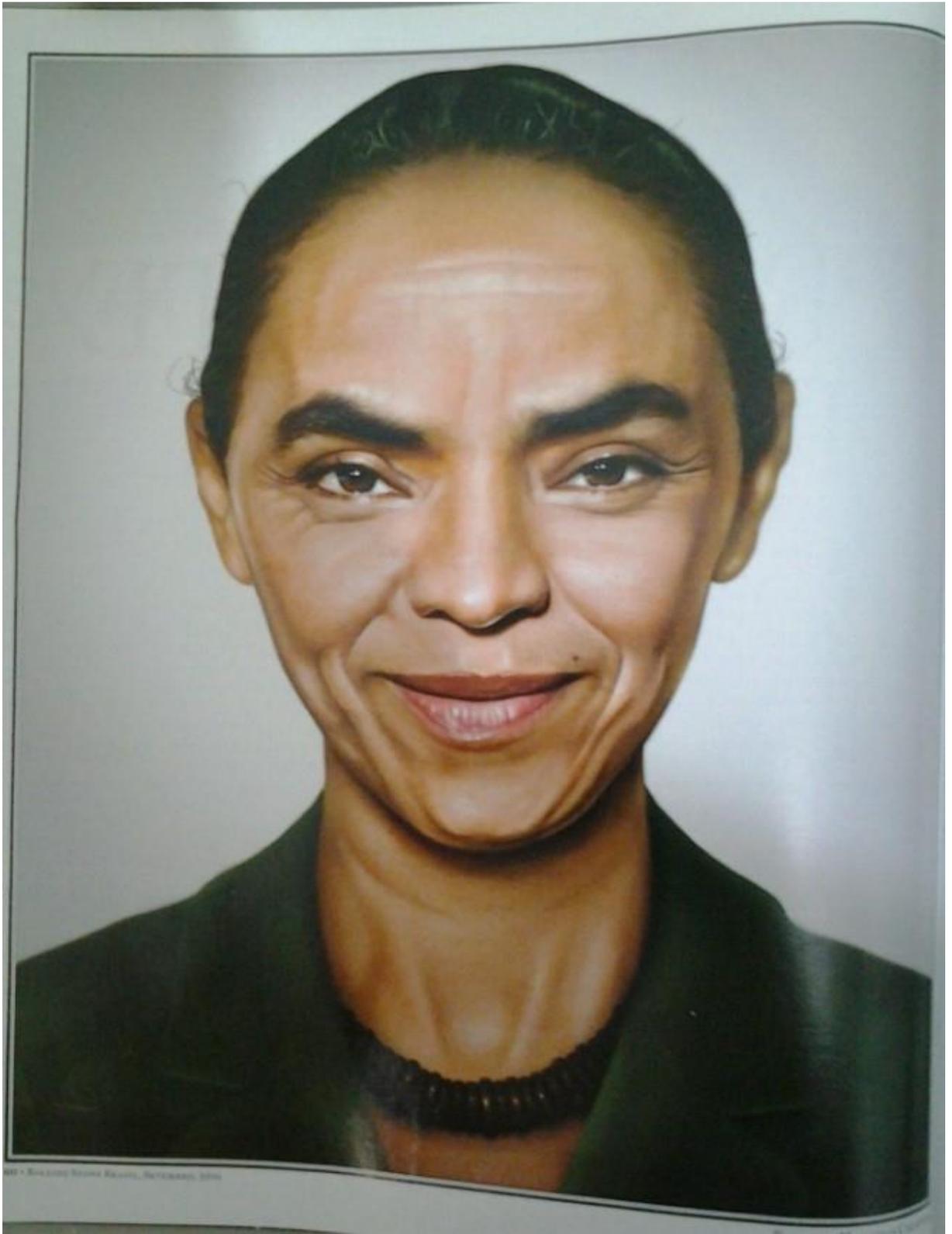
Marina, que aos incertos parece viver a tranquilidade da certeza da derrota, se mostrou uma leoa em pele de cordeiro, fortemente apoiada por setores da juventude e já vitoriosa pelo fato de estar entre os três grandes protagonistas das urnas neste ano.

Dilma Rousseff, moldada pelo ambiente herético de uma entrevista por e-mail, não nos permitiu a aproximação necessária para que pudéssemos observá-la e analisá-la, ainda que superficialmente. Os argumentos da líder nas pesquisas e candidata de Luiz Inácio Lula da Silva à sua presidência optaram por uma entrevista de revistas apenas por escrito, sem o imediatismo da reação instantânea a uma pergunta não esperada.

As próximas páginas oferecem retrato em alta definição de mais um momento crucial da história, em que seu voto vale mais que outro para saber quem ganhará o poder. Mas não se iluda: não são eles que estão sendo fotografados pelas lentes, mas nós mesmos, brasileiros e brasileiras.

JOSE ROBERTO MALUF, *Publisher*

Entrevistas por RICARDO FRANCA CRUZ, PABLO MIYAZAWA, RODRIGO BARRIOS E FERNANDO VIEIRA



# Entrevista RS

# MARINA SILVA

**M**ARINA SILVA RECLAMA DO FRIO. É O FIM DE UM DIA molhado de maio quando a candidata a presidente pelo Partido Verde enfim se desencilha da agenda e se coloca disponível para a entrevista com a *Rolling Stone Brasil*. O local escolhido foi o escritório de seu escritório, no 2º andar de uma ampla casa reformada a partir dos resquícios de uma casa noturna, na Zona Oeste de São Paulo. Com um salão para cachorros e recreada em uma caduça de escritório, a senadora de 52 anos nascida em Rio Branco (AC) chega a apresentar desconforto e agilidade. Mas a imprensa se distrai no exato momento em que começa a digitar suas respostas, elaboradas com um misto de seriedade, clareza de discurso e agitada eloquência - conforme foram avisados a todo instante, a candidata precisaria estar no aeroporto em menos de duas horas para voar a Salvador. Compromissos obrigatórios de uma campanha que oficialmente ainda nem havia começado.

#### **Caso eleita, o que a senhora vai fazer pela Brasil?**

A minha resposta depende do que queremos fazer. Acho que cada vez mais os desafios que estão postos para a humanidade - e aquilo que eu chamo de exercício da política, do exercício da gestão pública em concreto - são sempre um dividir de responsabilidades. Quando você passa por um processo como esse, o que você vai fazer depende muito do acordo social que sai das urnas. E o que estou pensando como o termo de referência é a sustentabilidade social, ambiental, cultural, política e ética, para produzirmos uma economia do século 21, baseada nos valores do século 21, orientados pela nova visão que se deve ter do mundo. Até há bem pouco tempo, se achava que os recursos naturais eram infinitos, que o desenvolvimento era linear. Hoje, sabemos tecnicamente e cientificamente que não é assim, e mudando a realidade, muda também o olhar para a realidade. Então, a realidade que nós temos hoje é a que vai exigir cada vez mais de nós. É uma nova forma de relação dos homens uns com os outros, dos de nós. É uma nova forma de relação dos homens com a natureza. Esse Brasil que queremos para o século 21 é aquele capaz de integrar as conquistas que já tivemos para o século 21 e aquele capaz de integrar as conquistas que já tivemos, os avanços econômicos, sociais, e transitar para os novos desafios do século 21. O Brasil é hoje o país que reúne as melhores condições para fazer esse trânsito, porque tem uma base de recursos incomparavelmente maior do que qualquer outro, e uma base de conhecimentos, de tecnologia racional. E é possível iniciar, no século 21, o mesmo processo que os

Estados Unidos fizeram no início do século passado. E, junto aos países de cultura milenar, entrar num processo e se tornar mais desenvolvidos que os que os países de cultura milenar. O Brasil pode dar esse passo se tiver a visão, o processo certo e se criar as estruturas para viabilizar isso.

#### **Tem de haver uma mudança comportamental nos brasileiros?**

Acho que as grandes transformações são sempre precedidas de mudança de mentalidade. Primeiro você tem uma percepção das coisas, uma opinião sobre uma determinada situação, que vem sempre acompanhada de uma mudança de atitude. Mas, obviamente, as grandes transformações acontecem em função de uma mudança de mentalidade. A gente não consegue sair ter os contrários dessa mudança por dentro, além nunca vai ter. Mas, hoje, eu diria que as pessoas começam a perceber muito claramente que o padrão de vida que temos é insustentável. Um dia dizem: "é o mesmo que a pessoa dizia que ainda existia aqueles que queriam criar a "quarta-terra planetária". É aquele que acha que o mundo inteiro se tornou um desenvolvimento de modo a ficar semelhante à Europa e aos Estados Unidos. Três, quatro bilhões de seres humanos ficarem como os padrões de consumo e produção iguais aos da Europa e dos Estados Unidos, não conseguiríamos de nossa planeta. Logo, não temos como alcançar esse modelo, pois não temos um planeta. Temos que buscar outro modo de vida. Como fazer para produzir mais utilizando menos recursos naturais? Vamos fazer para evitar os danos que levam à mudança dos sistemas climáticos e evitar as alterações irreversíveis da mudança de modelo de desenvolvimento?

#### **É possível realmente ter desenvolvimento com a sustentabilidade?**

#### **Ou a sustentabilidade pode atrasar o desenvolvimento da Brasil?**

É perfeitamente possível, e o bom de tudo isso é que ainda temos tempo para fazer essa transição. E os cientistas estão dando uma data: até meados do século, nós temos que reduzir em 80% as emissões de CO<sub>2</sub>, não para elevarmos a temperatura da Terra acima de dois graus e instabilizarmos a vida no planeta. Essa é uma questão que está colocada para a humanidade. O como que você me pergunta, ninguém no planeta tem a resposta definitiva, mas a gente já tem vários elementos e uma base material que nos dá todas as condições para o começo - graças aquelas pessoas que tiveram a visão antecipatória de mundo e de realidade. Hoje, sabemos que é possível gerar energia dos ventos, do Sol, da água, da biomassa, entre, das várias fontes que estão surgindo por aí, como é o caso da energia do hidrogênio. Por quê? Porque existiram pessoas que há muito tempo foram capazes de antecipar esse futuro que estamos começando agora.

**O exato dia da compensação?**

Quando se está diante de um desafio tão grande que compromete a vida e o futuro do planeta, compensa-se qualquer esforço. Se os Estados Unidos colocaram quase US\$ 12 bilhões para salvar o sistema financeiro, se o Brasil é capaz de colocar US\$ 12 bilhões para isso, o que um comportamento idoso, uma visão conservadora, não faz para salvar a vida e o planeta? Isso é o paradoxo, o estanco diante dele. Como a gente consegue mobilizar tantos recursos - e perfeitamente justificáveis, porque não queremos uma crise que inviabilize a economia, a qualidade de vida das pessoas - e não temos a mesma compreensão em relação a salvar o planeta? Então, obviamente, compensa.

**Quando ser presidente se tornou uma ideia fixa na sua cabeça?**

Eu tenho uma grande dificuldade em saber quando foi que eu abracei essa ideia e quando essa ideia me abraçou [risos].

**A senhora foi envolvida por um de alguma maneira?**

Eu sempre digo que a gente pensa que tem uma causa, mas é a causa que tem a gente. Essa ideia me abraçou, com certeza, desde que essa causa me teve... E porque sempre viro candidato a presidente da República de repente. Acho que era bom eu ser candidata, isso faz parte de mim mesma. E ainda que o indivíduo tem esse lugar como o respeito que se recebe, ele também é colocado nesse lugar. E aí ele vai ter que fazer uma mudança entre aquilo que as pessoas têm como expectativa e o que ele se dispõe a fazer. E aí, nesse caso, chegou o momento que eu me dispus a fazer.

**Vale a pena abrir mão de uma vida digna e normal, para ser presidente?**

O que é uma vida normal? [Levanta] Não acho que já fosse assim tão normal.

**De todas as entregas que a senhora já teve na sua vida política, na sua história de luta, seria essa a maior de todas até o momento? Dá a pergunta: vale a pena?**

Vale a pena se a alma não é pequena [risos]. Dizer que queria não é de quem faz, é de quem precisa, então já estou tentando emprestando aqui para ajudar nas entregas.

**E a decisão de deixar o PT, foi difícil? Por quê?**

Foi porque são 26 anos de militância, de construção e isso não é algo que se elabora facilmente, nem politicamente, nem afetivamente. Eu ainda estou fazendo este luta.

**Foi como a fim de um casamento longo?**

Como quando você pertence a um partido, tem o nome de Eládio, é como se fosse uma espécie de desfiliação, no sentido de deixar de fazer parte daquele grupo, ainda mais com o nível de construção que a gente tinha, de iniciar aquilo nas condições mais adversas, quase que batendo a ideia em cima da mesa e dizendo: "Como a gente faz agora para tornar isso realidade, como trans-

formar esse desejo de ter um partido democrático, popular, que tenha os valores do socialismo, mas que não seja um partido centralizado, com centralismo democrático, que tenha um comitê central, uma participação dos diferentes segmentos da sociedade, que seja capaz de juntar os intelectuais, enfim, os movimentos sociais, dos excluídos". Isso foi uma construção, uma grande contribuição para a democracia brasileira de que tenho orgulho de ter feito parte. Para mim, essa é uma herança que nunca será inútil.

**Foi uma decisão sábia?**

Eu diria que, espero que se a decisão foi sábia, ela se revelará no futuro. O que posso dizer agora é que foi uma decisão necessária.

**A senhora acha que se desfiliou dos ideais do PT ou o PT se desfiliou desses mesmos ideais?**

Eu diria que os ideais que o PT colocou como os seus

é o de descontinuar, de negar, de usar dois pesos e duas medidas. Eu acho que o descontinuar é exatamente em relação a vários aspectos. O que me fez sair do PT foram as mesmas razões pelas quais fiquei durante 26 anos. Eu só para manter a minha consciência com os ideais que eu acredito. E o PT não foi capaz de se conectar com as utopias do século 21. A grande utopia do século 21 é fazer uma inclusão civilizatória no sentido de desenvolvimento, e essa é uma contribuição vital do Brasil, é do planeta inteiro. É de reverter paradigmas. Não dá mais para pensar num mundo com os velhos conceitos "esquerda" e "direita". O que temos como desafio é algo muito maior do que isso. Vai exigir um esforço de todas as pessoas, de todos os segmentos para que a gente possa dar conta do recado, e infelizmente essa percepção o PT não foi capaz de ter, ainda que tivesse milhares pessoas que pensassem como eu, mas que não conseguiram fazer com que isso se colocasse como eixo estratégico da sua atuação. Quando digo que realmente em parte, se não o suficiente para o propósito de inclusão social, eu diria que progressivamente há uma contribuição nessa direção. Temos 25 milhões de pessoas da linha da pobreza em oito anos - isso é altamente relevante e significativo.

**O que a sua experiência lhe ensinou sobre o Brasil e os brasileiros?**  
A primeira coisa que aprendi é que a sociedade brasileira, graças a Deus, está sempre à frente das suas liberdades...  
**Ela avança mais longe?**  
Avança mais longe e antecipa primeiro. Isso eu aprendi com a sociedade brasileira. Por exemplo, o Chico Mendes, analfabeto, praticamente isolado com um grupo de aringuairenses e índios, começou a lutar que a saída para a Amazônia não era transformar a sua biodiversidade e sua floresta apenas em pasto e soja, preservar as comunidades locais e buscar uma nova forma de desenvolvimento, ainda que ele não tivesse palavras para dizer isso. Ele estava ali, antecipando em visão e atitude algo que só muito depois é que foi percebido. Então, aprendi primeiro isso que a sociedade está muito além das suas liberdades.

**Mas isso significa que os líderes não estão sendo bem escolhidos pela própria sociedade, já que ela está tão à frente?**

É que a sociedade faz um processo que não é assim, dicotômico. O Chico Mendes era uma liderança certa? Só que uma nova liderança. Porque serão as lideranças ficariam eternas, sempre as mesmas lideranças. Aquelas que estão constituídas como lideranças não são exclusivas, e a sociedade vai criando essa dinâmica. Ela vai antecipando não só nas ideias e nos procedimentos, ela vai antecipando as lideranças. Há 20 anos, quando começamos este movimento, ninguém jamais poderia imaginar que você a esta hora da noite estariam aqui me entrevistando. A sociedade antecipa na história, antecipa no saber, no fazer.



**COM CALMA**  
Em meio à luta por Cambóia, a senhora acredita que está à frente da luta por Brasil

**"A GENTE PENSA QUE TEM UMA CAUSA, MAS É A CAUSA QUE TEM A GENTE. NINGUÉM VIRA CANDIDATO A PRESIDENTE DA REPÚBLICA DE REPENTE"**

grandes ideais, em parte, vêm se realizando. Obviamente que houve um descolamento da parte de alguns em relação a certas questões, mas, em parte, vêm se realizando. Uma pessoa como eu, por exemplo, analfabeta até os 16 anos, filha de seringueiros, que eram excluídos dentro os excluídos, pertencente a um segmento que não tinha voz, não tinha audiência nenhuma, co-empregada doméstica, vivendo na periferia de Rio Branco - eu acho que participar de um processo de organização e virar senadora da República e hoje estar dos Trabalhadores de lá. Olhando para a realidade política e partidária do meu estado, em que campeava a jagunçagem, em que pessoas como eu eram consideradas atrasadas, contra o progresso e prejudicadas, eu vejo como uma contribuição, sim. E eu quero participar destas eleições sem ir para o caminho mais fácil, que



... sempre, mesmo ter sempre razão. E que há quem se vá...  
... que não muda para coisa nenhuma em sua existência...

... Mas há o espírito de descontentamento da população...  
... que não faz o país rico, não é felicidade...  
... que não faz o país rico, não é felicidade...  
... que não faz o país rico, não é felicidade...

**É igual a posição da senhora em relação à mudança e sua possível legalização?**  
Uma coisa é a proposta, isso é possível. Eu tenho uma posição...  
... que não muda para coisa nenhuma em sua existência...

A melhor forma de governar é uma democracia e...  
... que não muda para coisa nenhuma em sua existência...

de que não muda para coisa nenhuma em sua existência...  
... que não muda para coisa nenhuma em sua existência...



**"AS MELHORES FERRAMENTAS PARA COMBATER A CORRUPÇÃO SÃO INSTITUIÇÕES E PESSOAS VIRTUOSAS. MAS AS PESSOAS ESTÃO SUJEITAS A FALHAS"**

perfeitamente possível - inspirados na figura do [Nelson] Mandela - o Lula e o Fernando Henrique...  
... que não muda para coisa nenhuma em sua existência...

pode depender da virtude das pessoas. Porque individualmente somos falhos...  
... que não muda para coisa nenhuma em sua existência...



# Entrevista RS

# JOSÉ

# SERRA

**A**O CUIDAR A SEU COMITÊ DE CAMPANHA NA BARRA DOESTE de São Paulo, em uma tarde seca de agosto, José Serra contrasta de uma só vez duas das características que normalmente são atribuídas à sua pessoa: foi com evidente bom humor e apenas 20 minutos de atraso que o candidato do PSDB à presidência da República se apresentou para a entrevista para a *Rolling Stone Brasil* - não sem antes digitar algumas rápidas mensagens em seu Twitter pessoal. Político de 68 anos com longa biografia política, Serra fez questão de ressaltar não em suas pesquisas que o apontaram naquele momento como segundo colocado nas intenções de voto, atrás da adversária petista. Mantendo uma linha de discurso fortemente otimista com lampejos nostálgicos, o ex-ministro da Saúde e ex-governador do estado de São Paulo, hoje candidato do PSDB ao maior cargo da nação, demonstrou impaciência somente diante de questões relacionadas a seu ego.

#### **O que a senhora pretende fazer pelo Brasil se eleita?**

Fundamentalmente, ampliar oportunidades para as pessoas, que é o que o Brasil mais precisa. Oportunidades, evidentemente, para a juventude, porque é o Brasil do futuro, mas não só para a juventude. Hoje, uma mulher de 40 anos não consegue emprego. Esse é um problema que eu nunca consegui entender como economista e quando fazia análise de mercado de trabalho. Porque a discriminação por idade em relação às mulheres é pior sempre. Então, o importante é a abertura de oportunidades - de vida, para viver melhor, para ter mais cultura, mais lazer, para os brasileiros serem mais felizes. Em termos de cultura, acredito que o desconhecimento trará a liberdade. Ninguém é livre ou mais livre com menos conhecimento. Ninguém é plenamente feliz sem conhecimento. É indiscutível que o conhecimento aumenta as possibilidades nessa área.

#### **Você a pena abrir mão da sua vida pessoal para ser presidente da República?**

Eu não acho que seja abrir mão da minha vida. Para mim, o sentido da vida, tirando os aspectos materiais que são fortes em mim, é a realização de mim, poder realmente mudar o meu país. Parece uma coisa megabombônica, poder realmente mudar o meu país. Parece uma coisa megabombônica, mas para mim não é sacrifício. Aliás, eu não acho que política seja sacrifício. Essa é uma merendinha que se vende e é falsa. Sacrifício significa sacrifício. Essa é uma merendinha que se vende e é falsa. Sacrifício não é sacrifício, você só faz se quiser, segundo, quando você faz por

alguém que não seja diácono, ele tende a ser mais generoso. Se fazer política por dinheiro, por um partido como corporação, por um agrupamento de interesses, daí talvez cause. De contrário, não. Não me lembro nos últimos anos de ter tanta energia como nos últimos meses. Eu fiz muitos anos de análise, então o que tinha que ser aprendido a meu respeito, aprendi do ponto de vista individual. Mas, muito especialmente agora, fica claro para mim que, realmente, a religião, a corporação, são generosas. Então não me dá chato quanto tenho corporação, com todas as coisas, com toda a dificuldade, é algo generoso. E o fato de me dar prazer me dá energia. Tem gente que trabalha naquilo de que mais gosta e isso é uma maravilha porque quase ninguém ama fazer o que está fazendo. Algumas que conseguem isso vivem felizes. E, nesse sentido, então viverei muito feliz.

#### **O que a sua experiência política e, particularmente, este momento de campanha lhe ensinaram sobre o Brasil?**

Que o Brasil é um país muito complexo e pelo qual vale a pena lutar. Eu não penso como Maurício, que disse a respeito da Itália, era uma frase famosa, inclusive: "Nós é difícil governar a Itália, é fácil". Eu penso justamente o contrário.

#### **E o que a senhora aprendeu sobre os brasileiros?**

É muito difícil fazer uma síntese, mas acho de que uma reflexão intelectual, tendo em sentimento, não tem os brasileiros e acredito que eles me sentem bem também. Em qualquer lugar que eu vá não sinto uma familiaridade, não há barreiras de espécie alguma, do Amazonas ao Rio Grande do Sul. Com todos que encontro, sinto que tenho um ponto de identidade. Meu sentimento é de proximidade.

#### **O senhor tem a fama de ser nostálgico, de trabalhar muito cedo. Ainda é assim?**

É, mas cada vez menos. A correria e a ansiedade, de vez em quando, de fazer algo mais cedo, estão encurtando a minha jornada noturna, mas ela ainda existe. Segundo vários astrólogos, a minha melhor hora, o pico da boa disposição e da inteligência é aos 20 para os 2 da madrugada. Eu digo não porque acredito necessariamente, mas porque foram muitos momentos que disseram a mesma coisa. Uma das vezes por semana eu durmo bastante. Fundamentalmente de sábado para domingo, especialmente. Eu tentava tirar o domingo para descansar, mas agora já não dá.

#### **O senhor não consegue planejar uma folga do trabalho na campanha?**

Recentemente, fui ao Rio Grande do Sul visitar um fábrica de sapatos









© 2004 by the artist. All rights reserved.

Portrait of a Woman, 2004



*E quais foram as atividades e os artistas que ajudaram a sua vida? Qual é a sua trilha sonora pessoal durante esta campanha?*

Como músico MPB e gosto também de rap, a classe artística parece bastante destas eleições, artistas que historicamente sempre se posicionaram preferiram permanecer em silêncio neste pleito. Na sua opinião, por que isso acontece? Isso é, de alguma forma, prejudicial, do ponto de vista da participação política?

Participar não em nome de uma campanha política é um direito de qualquer brasileiro em qualquer, seja artista, empresário, profissional libéral, dono de casa ou operário. No caso das pessoas públicas, livres a expressão é maior em relação à sua participação. Mas me permito discutir dessa perspectiva distantes da classe artística. A participação pode ser de várias formas e a classe artística de uma maneira geral está se organizando. Eu me lembro de ter estado mais de uma vez no Rio e em São Paulo, em grupos de artistas. São encontros, atos públicos, participação em atividades que se estendem pelo Brasil afora.

*A senhora tem grande participação política quando jovem. Hoje, a classe política está descredibilizada por grande parte da juventude. O que fazer para trazer a massa de jovens de volta para o interesse político? Existe um desejo por parte da senhora ou é melhor por enquanto manter a jovem distante da política?*

Não, não tenho qualquer interesse em que a jovem fique distante da política. Ao contrário. E acho até que ele tem participação bastante, como já posso perceber em minha caminhada pelo país e também nos debates sociais da internet. Mas acho que não promovemos, sim, fazer com que todo o Brasil participe e se interesse pela política. O brasileiro está buscando a melhoria do futuro do país e dos brasileiros. É uma evolução essencial para o aperfeiçoamento da nossa democracia. É muito importante ainda trazer uma mudança para a juventude participando porque dela dependerá o futuro do país. Será sempre melhor manter a jovem próxima da política e política no sentido pleno, ou seja, no trabalho coletivo em nome de um bem comum. Isso se dá na escola, na comunidade, nos grupos sociais e que pertençam até na escolha de seus representantes. Para trazer a massa de jovens de volta para o interesse político é preciso trabalhar muito já começando a fazer, engatar a mudança no futuro, trabalhar a importância que tem um governo sério e honesto ao grande bem da sociedade. Um passo igualmente fundamental está na educação. Temos uma educação de qualidade e não propomos para a sociedade de conhecimento sério sempre mais interesse com a política, porque sabemos que, por isso, dela, é possível proporcionar grandes transformações no país.

*Os jovens reclamam que não têm emprego, reclamam da segurança nos ruas, da falta de*

*incentivo social e cultural. O que mudou, efetivamente, para os jovens brasileiros em um governo? Vale a pena entrar com a participação da juventude no que diz respeito aos programas de governo?*

O governo Lula mudou completamente a forma de pensar a política de juventude no Brasil. Acabamos com aquela ideia antiga de que os jovens têm de ser tutelados. Temos os jovens como cidadãos que têm seus direitos, seus deveres, suas especificidades. Abriam espaços para os jovens se manifestar, ajudar a pensar a política que o abriam. Criamos o Conselho Nacional de Juventude e realizamos a I Conferência Nacional da Juventude, chamando os jovens para pensar em questões políticas de juventude. Reforçamos as políticas existentes, criando a Secretaria Nacional de Juventude e o programa Projovem, que tem o objetivo de investi-

explicação bem sucedida das UPFs do Rio de Janeiro e diversas outras especial no ambiente rural. Tudo isso para criar as oportunidades que os jovens precisam para se desenvolver plenamente.

*Recentemente, a senhora passou a usar o Twitter como ferramenta de campanha. De que modo este "corpo a corpo virtual" colaborou no aperfeiçoamento de suas ações como presidenta? Sua seguidora no Twitter realmente quer a senhora, diferentemente da grande maioria das pessoas públicas presentes nas mídias sociais, nunca lhe responde. Por quê?*

Como meio de me comunicar pela internet, o Twitter não tem sido para mim tempo e muito mais do que um meio de comunicação. Então, alguns ficam sem resposta, mas isso não me incomoda de nenhum jeito. Considero todas as redes sociais da internet importantes meios de comunicação com a sociedade. São instrumentos da democracia e acho que devemos ter cada um mais usado.

*É possível observar um tratamento diferenciado de certos assuntos de comunicação em relação à sua candidatura. É a senhora acessível em suas mensagens à sua candidatura por parte da grande mídia ou só que há intenção de favorecer a sua maior adversária?*

Faço parte de uma geração que tem profunda consciência da importância dos valores da democracia. Acredito no valor da liberdade de expressão e no valor da liberdade de informação. Um dos grandes valores de uma democracia é ter uma imprensa livre. Eu já disse, muitas vezes, que não quero, em nenhum momento, o uso de meios de comunicação, no sentido das instituições de mídia.

*A classe governante apresenta alguma maneira voluntarista a menos que envolva corrupção, como Fernando Collor e José Sarney. É possível proporcionar melhor a governabilidade sem a senhora e seus aliados?*

Nenhuma geração e governo de um partido, sobretudo numa grande democracia como o Brasil, são capazes de compreender a importância da compreensão e da comunicação. Devemos ter mais diálogo, negociação e não há no Congresso espaço de desconfiança nos grandes projetos de mudança. A melhor solução é sempre o trabalho de uma aliança em nome de progresso. Não quero ter a grande mídia política, mas os governos de presidente Lula. Construímos uma aliança bastante ampla e diversa com o governo. Acredito, não só nisso e não há de deixar nada a mais governo para construir relações políticas transparentes e de alta qualidade. Todos os meios e partidos estão trabalhando juntos para trazer mais progresso de comunicação da sociedade brasileira nos últimos anos. Assim, devemos ter as alianças políticas.

*Em alguma outra parte a final de seu governo mandou que, com a senhora não consegue mais*



**"TODOS OS PARTIDOS ALIADOS APOSTAM NUM PROJETO DE CONTINUIDADE DA MUDANÇA INICIADA NOS ÚLTIMOS ANOS. ASSIM DEVEM SER AS ALIANÇAS"**

var e garantir as condições para que aqueles das classes mais pobres consigam terminar os estudos e se profissionalizarem. Além disso, os programas educacionais, como a geração de empregos, a distribuição de renda, o acesso à cultura, a melhoria da educação, as políticas de segurança pública como o Procuca, todos eles, são ações que beneficiam especialmente os jovens. Meu governo, se eleito, vai seguir essa linha, pois compreendemos a papel estratégico dos jovens para o crescimento do país. Na educação, continuaremos a reforçar a expansão do ensino técnico, criando institutos federais nos estados com mais de 30 mil habitantes ou que não sejam regimentos. Também continuaremos o expansão da rede de ensino superior e reforçaremos o Proim. Vamos triplicar o acesso à banda larga, tornando mais rápida e mais barata sua forma de acesso à internet e ao conhecimento. Na segurança, trabalharemos para todo o Brasil a

completa, passando pela diversificação, pela multiplicação de empreendimentos e de investimentos. Devemos ter mais diálogo, negociação e não há no Congresso espaço de desconfiança nos grandes projetos de mudança. A melhor solução é sempre o trabalho de uma aliança em nome de progresso. Não quero ter a grande mídia política, mas os governos de presidente Lula. Construímos uma aliança bastante ampla e diversa com o governo. Acredito, não só nisso e não há de deixar nada a mais governo para construir relações políticas transparentes e de alta qualidade. Todos os meios e partidos estão trabalhando juntos para trazer mais progresso de comunicação da sociedade brasileira nos últimos anos. Assim, devemos ter as alianças políticas.



quem corrigiu suas propostas no governo. A grande questão é esta: vamos continuar a tarrafa tentada pelo presidente Lula, mantendo o mesmo modelo que está dando certo ou vamos voltar àquela mentalidade que marcou os oito anos do governo Fernando Henrique Cardoso, de qual terra foi essa?

**Os oposicionistas criticam muito a sua "Julia de Inúgnara política" e o fato de "ser a Negra-flix na hora de virar a chave nas urnas". Dizem: "Todos os homens do presidente entram de um jeito ou outro - Dirceu, Palocci, Jânio... Dilma é uma inovação de Lula, motivada pela falta de quadros dentro do próprio PT". Como a senhora responde a essas críticas?**

Eu sou uma mulher de elevada experiência eleitoral e experiência administrativa. Nunca desconfiei e não de que eu tenho experiência no governo federal nos últimos sete anos e mais. Nunca desconfiei a falta de que eu coordenei todos os programas do governo do presidente Lula, que tem aprovação de quase 80% da população. Conheço o governo e o eleitorado no Brasil, porque sou não apenas brasileira, mas a parte do Brasil. Fui em todos os estados, discursando em cada governador, independentemente do partido político, dialogamos com os profetas, minha relação república com todos os setores. Presidi o Conselho de Administração da Petrobras. Conheço os problemas das municipalidades porque fui secretária da Prefeitura de Porto Alegre. Conheço os problemas das entidades porque fui duas vezes secretária de Estado, na área de Energia e Comunicação. De fato não tenho experiência eleitoral, mas durante toda a minha vida fui política, sempre política e aprendi a ser sensibilidade política. Sou o resultado da minha história e do que fiz no governo do presidente Lula e do PT. Uma trajetória da qual eu me orgulho, o presidente Lula se orgulha, o PT se orgulha e os partidos que integram a nossa coligação se orgulham.

**Critica-se muito que a senhora não poderia "andar com as próprias pernas" sem Lula e seu lado. Qual o papel que o entusiasmado presidente teria em um governo seu?**

O presidente Lula é o meu grande aliado e meu grande apoiador. É um presidente que trabalha como ninguém a realidade brasileira. É curioso quando me criticam por ter Lula a meu lado. No fundo, ter Lula como aliado parece ser também o grande desejo do candidato da oposição, que tentou, em seu programa na TV, aproximar sua imagem à do presidente Lula. Mas esse tipo de atitude não muda. Em 2002, ele não conseguia dizer o nome do então presidente Fernando Henrique Cardoso. E não conseguia dizer o nome dele e porque não gostava do presidente, mas porque a população rejeitava FHC. Vejam quanto diferença de lá para cá! Por que não acha que o mesmo candidato tenta hoje passar um aliado do presidente Lula

quando foi oposição durante os dois mandatos? Trabalho diretamente com o presidente Lula nos últimos anos. Seu fato é meu também. Foi um longo diálogo e respeito. Sempre estava aberta às suas propostas. Tenho uma relação muito forte, que se mantém. Então creio de que o presidente Lula participará de todos os atos do meu governo porque ele continua a lutar para eu vencer.

**São as eleições mais importantes do Brasil. A senhora, pessoalmente, estaria em um candidato à presidência da República que estaria disputando uma eleição?**

Claro que sim, esse momento eu não seria uma candidata. Estou concorrendo ao cargo de principal executiva do país e posso dizer, sem falsa modestia, que de execução, de comando e de produção eu entendo, e entendo muito. Foi executiva e servidora a

segunda mulher a presidir no Brasil. O Brasil, o governo atual debruçou-se sobre o crescimento de R\$ 20,2 bilhões, referente à obra do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) construído nos anos 2007 e 2008 e que não seria possível sem o apoio ao atual governo. Por não conseguir recuperar o processo de construção, o atual governo anunciou uma nova billonária para o sucessor de Lula (até de construção). Qual a sua avaliação sobre os resultados do PAC e como responder esta dúvida, que ainda deve permanecer até o fim da mandatos atuais?

O PAC representa o sucesso do investimento em infraestrutura, em habitação, em saneamento, em logística, em transportes... No PAC7 e no PAC8, em logística e planejamento, introduzimos parcerias público-privadas e o primeiro para realizar obras entre o setor público e o privado para realizar os novos investimentos, através de parcerias. Há muitos anos não se via isso no Brasil. Esse governo começou em 2007. Iniciamos uma série de projetos para o setor público, governamental e empresas. O Brasil havia perdido a capacidade de fazer isso porque não tinha regras para isso. Conquistamos as obras em 2008, assinamos em 2009 e agora, em 2010, elas estão sendo mais em parceria com o setor privado. São muitas obras, muitas delas bastante complexas. Não dá para fazer uma conta bilionária para o próximo governo, devemos ter uma nova cultura de investimento público e privado e uma série de projetos estruturais e um modelo para garantir competitividade à economia brasileira, através de parcerias de empresas, parcerias privadas para obras, parcerias, melhorar a infraestrutura das cidades e elevar a qualidade dos transportes e dos serviços. As ações do PAC serão mantidas em vários níveis. A Renda Investimentos, 70% do total de R\$ 400 bilhões planejados em investimentos no período de 2007-2010. São obras concretas, serão serão implementadas por meio de investimentos privados no PAC7, que será implementado no período de 2010-2013. É claro que o Brasil precisa, continuidade de projetos estruturais da cultura de investimentos.



**PAZ E AMOR**  
Dilma Rousseff, esposa do Lula, disse promover continuidade na estratégia de marketing do atual presidente

**"O QUE SE PODE DIZER É QUE NÃO SOU UMA POLÍTICA TRADICIONAL, MAS SERÁ QUE ISSO É UM DEFEITO? SOU UMA NOVIDADE NESTA DISPUTA"**

maior parte da minha vida. O que se pode dizer é que não sou uma política tradicional, mas sim que isso é um defeito? Sou uma novidade nesta disputa, e tenho consciência de que sou uma novidade. Eu poderia dizer que, sendo mulher e não sendo uma política tradicional, represento a novidade. Uma representante do novo que pode dizer que é a porta-voz da continuidade do melhor governo que este país já teve. As mulheres estão preparadas para governar o Brasil e, mais do que isso, o Brasil está preparado para ser governado por uma mulher. As mulheres, eu digo sempre, são sensatas, práticas, sensíveis e não temem a dor. São qualidades importantes para quem quer governar um país. Além disso, como já afirmei, experiência de ação executiva não me falta. Tive muito de aprender muito do que sei com um líder chamado Luiz Inácio Lula da Silva.

que será implementado no período de 2010-2013. É claro que o Brasil precisa, continuidade de projetos estruturais da cultura de investimentos.

**Sabe-se que hoje não existem partidos políticos que não estejam divididos internacionalmente. Com esse grupo do PT a senhora pretende governar?**

Primeiro, é preciso lembrar que a constituição do 1º país democrático de um sistema partido é o Brasil. Nenhum partido é unânime. Os partidos do Fernando são um acordo geral de pensamento por uma visão de país, mas as divergências são claras porque são normas e bens comuns. Em segundo lugar, ninguém governa com um só partido, ninguém com um só grupo de um partido. Governar exige diálogo, diversidade, respeito por quem possui diferentes. É uma aliança em termos de um propósito comum. Não que tenhamos esses atributos.



relações internacionais em busca de uma resolução mais simples entre os Irã...

mente internacional socialista. No mesmo tempo, pouco se vê a aproximação de forças...

A intenção de Ramaraty no Oriente Médio trouxe de imediato evidências para a imagem nacional. Hillary...

O comentário, ainda que sutil, reflete o desagrado dentro do Departamento de Estado, em Washington. Um alto-diplomata do governo americano, que devida...

"O presidente Lula tentou o diálogo porque tem a tradição de sempre ser as resoluções do Conselho de Segurança...

Faça os críticos, o país tem precedido em uma diplomacia comparada desastrosamente ao privilégio pessoal do presidente Lula, que muitas vezes acaba agindo de forma atropalhada. A conclusão natural é que, sem o resultado no Médio Oriente, seria difícil para o próximo governo...



LUÍZ INÁCIO LULA DA SILVA E ANTONIO GARCIA, em uma reunião em Washington

O Itamaraty decidiu que deveria tentar resolver a complexa questão do Irã. Nesse aspecto, a política externa pode ser definida como fracassada

No caso das negociações brasileiras nos grandes conflitos que atingem o Oriente Médio, seria o Itamaraty não tentou por não conseguir fazer "só" no primeiro presidente? É possível...

"A política externa do presidente foi muito criativa, cheia de inovações, descobertas, parcerias, invenções, por assim dizer, novas formas de trabalhar no plano internacional. E isso foi muito positivo", avalia o diplomata...

Mas os elogios parecem por si. A análise é que, sobretudo na etapa final dos oito anos de governo, o chefe de missão teve conquistas surpreendentes, "certas transações diplomáticas, certas negociações, certas diplomacias na diplomacia, que faziam com que milhões de capital...

No entanto, para a diplomacia, que tem mais de 150 anos de existência, em se tratando de projetos para o mundo, os governos não podem fazer grandes. Lula não acabou a crise e ganhou terreno no cenário dos grandes debates graças ao fato de ser o primeiro...

crisis. É preciso muita experiência para poder lidar com tal situação."

Nesse sentido, o BRASIL TEMIA DE FRACASSAR, segundo o ex-embaixador das Relações Exteriores de FHC, Luis Felipe Lampreia. "O grande erro foi a tentativa pessoal de resolver a questão apenas no plano", diz. "Estávamos ainda tentando, não podíamos fazer como no caso do Irã, que já tinha uma estratégia clara lá." E ele aponta: "Demora até a situação que não tem-lhe resposta."

Desde então, a partir de 2003, deverá a chancelaria brasileira ter uma atuação mais discreta no plano interno mundial. Apesar das impressionantes conquistas a nível interno de "Itamaraty", se compararmos a um certo nível de governo, ainda há muito para o país. O Brasil deve...

de uma estratégia, a análise política não seria suficiente. O papel do diplomata brasileiro está para ser...

articulador-chave na governança global. Um exemplo de destaque, utilizando o jargão da diplomacia, é Julia Buxton, Ph.D em ciências políticas da Universidade de Bradford, Inglaterra, o país possui uma tradição importante para o debate nuclear e deve manter suas linhas.

A Europa vê o Brasil como um contraponto às mudanças e da influência dos EUA no continente americano, ela conta, "por mais que existam esforços internacionais à atuação brasileira no cenário internacional, pouco dizem que, na perspectiva europeia, o Brasil 'joga' muito importante, que queira ser mais ativo em suas negociações".

O Ramaraty é respeitado, segundo ela. "Acredito muito por aqui faziam preocupações se não fossem essas negociações com Cuba, Irã, Venezuela e outros países."

A especialista reconhece que o peso do Brasil maior que a figura do presidente Lula. Explícito na comunidade internacional, em especial a Europa Ocidental, vai resolver a sua diplomacia brasileira com o mundo, e trabalhar com ela nas negociações globais. "Ninguém está muito preocupado com a saída de Lula do Brasil, finaliza de forma incisiva.

Não há dúvidas de que a personalidade de do presidente tem um impacto muito importante do ponto de vista externo. Mas o papel como ator global é mais principalmente a questões internas, de acordo com o analista político argentino Sergio Cárdenas.

"E essa liderança não vai muito para Lula não estar mais em Brasília" diz o presidente do Instituto de Planejamento Estratégico de Buenos Aires, sendo...

especializado em análise de potencial de um país e de uma potência global política em nível mundial.

O Brasil era uma potência regional da América do Sul há oito anos atrás. De 2003 para cá, a divisão de poder no redor do globo mudou. E isso aconteceu de forma mais acelerada a partir da crise financeira internacional de 2008, quando os emergentes, responsáveis por 75% da expansão do PIB do planeta, ganharam um atrevo.

Atualmente, o maior parceiro comercial brasileiro é a China. Os asiáticos cresceram na casa de 40% há anos e inundam economias mundo além com produtos que vão de móveis baratos a computadores condutores. Logo, o Dragão do Oriente também acompanha de perto o que acontece por aqui. E quando os rumos que o país deve tomar.

"Quando você tem, como neste ano, USA e China em investimentos em um lugar, é claro que vai ter de olho", conjectura o diretor da Câmara de Comércio Brasil-China, Kevin Yang. O executivo detalha que trocas comerciais entre as duas potências cresceram saltaram de US\$ 2,5 bilhões em 2000 para US\$ 100 bilhões em 2010. E que o comércio bilateral tende a crescer.

Yang explica que o governo de Pequim...

possíveis alterações nas regras brasileiras para importação de produtos, participação estrangeira em determinadas setores da economia, aquisição de terras para mineração" e tudo o mais que possa afetar a China e alcançar o topo do mundo.

"Política sobre a política externa? Inevável. Mas porque a China não admite que outros países possam interferir em assuntos internos", define Yang, que também aponta na continuidade do mesmo Brasil.

Ao que parece, é que a China quer mesmo o direito. O interesse é maior para certos tipos de investimentos, como o que se destina à compra de terras produtivas ou recursos de matéria-prima. Mas o controle da economia tende a limitar a negociação estrangeira.

"Não é de menos interesse um investimento de fora muito concentrado em áreas de recursos naturais ou de terras que escapam de nosso controle. Pode ser que ocorram novas restrições aos estrangeiros, mas isso será algo bastante limitado", prevê.

Rapidez comandada e embalsada em Washington durante o governo Fernando Collor. Ele alerta que a política externa geral pode ter repercussões também no lado econômico. Lobbistas já estiveram pressionando o Congresso Americano por reduções fiscais, em resposta à aproximação do Brasil com o Irã. Mas ele não acredita que haja um projeto iminente. Ainda assim, é bom se cuidar.

Rapidez reforça: "A relação com Tóquio pode atropelar, se dependermos de uma decisão dos congressistas a respeito de nossa permanência no Sistema Geral de Preferências [SGP] - mecanismo que prevê isenção de tarifas de importação para determinados produtos de países em desenvolvimento dos Estados Unidos".

Exigência é uma de questionamentos sobre as unidades brasileiras, o diretor do Centro para o Desenvolvimento Internacional da Universidade de Harvard University, Ricardo Hausman. Ele não se assusta na hora de criticar a postura de Lula na esfera global. "Tudo se automatizando porque não tem sido um governo confiante", diz após o especialista sem certas palavras.

Hausman fala que há uma certa "arrogância macroeconômica epidêmica" devido aos bons resultados na economia. Por isso, segundo ele, o governo tem credibilidade que pode fazer o que tem costado nas mesas de negociação. "A política externa está sendo usada para atender às altas expectativas de expansão do guarda", completa o professor de Harvard, citando os casos do Irã, da Venezuela e do Honduras.

Para ele, há uma confiança entre alguns setores da imprensa e crescimento sustentado. "Teragir-se um um mundo em que a China não está crescendo tanto, onde os preços das commodities estão caindo, os recursos para financiamento, não apenas, e o consumo interno desacelerando. Então, é que vai

acontecer?" E ele segue: "O país vai precisar de um governo com a cabeça fria, para que possa ter uma visão clara dos obstáculos e ações necessárias. Não são temas vistos nos no Brasil", conclui, apontando a troca de comando no Palácio para que o governo "vire a página para o futuro".

Larry Risher é outro conhecido dos brasileiros. O jornalista norte-americano foi correspondente do The New York Times, Protagonista e mais emblemático episódio de arde entre o presidente Lula e a imprensa internacional. Em 2004, Risher escreveu: "Lula fez Lula da Silva iniciar o processo de uma aproximação com o resto do mundo, uma fase de ajuste no, melhor, um tempo de mudança, e portanto ajustando do Brasil. Mas alguns de seus comentários começaram a se perguntar se a presidência do presidente por Lula das forças está afetando sua atuação no governo". Foi o suficiente para o Presidente tentar explicar o



REUNINDO A PARCEIRA Barack Obama, Lula e Hu Jintao, líder da China

### Será preciso aguardar o novo governo para ver as modificações na política internacional. Mas, ao que tudo indica, os interesses do Brasil serão os mesmos

esperar. Já que a questão tem o efeito inverso e gera mobilização. A imprensa brasileira, mesmo não tendo agido o tempo, defendeu a liberdade de expressão. O jornalista agora estúpido e decidiu manter o custo de ser o americano que permaneceu no país em 2002.

"Agora precisamos, de governo. Mas não devemos a desculpas ao indivíduo e ao assunto. Para não é difícil falar sobre o Lula porque todos dizem. Ah, você tem o presidente. Não são todos iguais dar uma opinião", diz ainda.

Risher passou quase uma década no Rio de Janeiro. É casado com uma brasileira há cerca de 30 anos. Lendas que tem no país, chamado The Day of Brazil em inglês, "A Libertação do Brasil".

"Lula é um país com uma grande tradição e economia que independe do presidente", Risher fala. "O Brasil, que ainda a manter. Nesse tempo planeta, independentemente, o dinheiro fala alto. E isso dá ao Brasil uma imagem de um país bem prospero, que está ganhando um lugar

no mundo das grandes potências." O jornalista também diz: "Talvez, a diplomacia brasileira, a partir de agora, tenha um governo e uma campanha para garantir um acordo permanente no Conselho de Segurança [ONU]. Há um esforço de não uma que não deve ser muito despendido".

O correspondente do diário El País, Marcelo Lima descobriu no Rio de Janeiro no início de 2004, em uma temporada de quase uma década no Brasil. Três anos depois, sentiu no pélo que estava em um momento crucial e refletiu do cotidiano de Lula.

Em setembro de outubro de 2009, o correspondente foi dado por indicados fortemente armados no Rio de Janeiro, após o confronto que resultou em a libertação de um helicóptero da Polícia Militar. Após depois de um período de um mês em São Paulo, o jornalista escreveu: "O relatório se identifica, como jornalista estrangeiro, e chegou a implorar para que o libertador, o país de mostrar que não tinha nenhuma material que pudesse comprometer o brasileiro. Depois que foi publicado no jornal estrangeiro, o assunto não ganhou destaque na imprensa internacional.

**A** FRENTE DA ECONOMIA internacionalmente, há uma política que começa uma nova etapa. Não se de certeza e consolidação de que o governo brasileiro produzirá, mas de governo que ainda precisam ser elaborados, como ele aponta: "Quando de uma criação, liberdade social e política, os mesmos sendo discutidos nos últimos anos, realmente em projetos e perspectivas. O espaço está aberto, mas há um esforço de

"Não há, dentro de um processo, os melhores nos próximos anos".

Hausman ainda não se a liberdade e que o Brasil não pode ter um espaço no mundo, mas uma abertura que

se aproxima à de países desenvolvidos como Reino Unido e Estados Unidos. Ainda não chegou ao nível, mas estamos nos aproximando", diz ele. "A realidade é de que os brasileiros estão em um nível muito melhor do mundo. Por isso, há eventos como a Copa e as Olimpíadas".

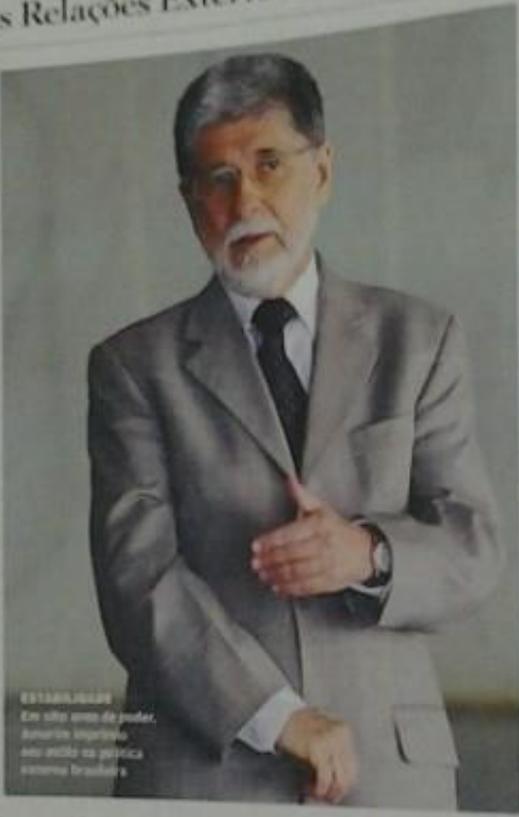
Será preciso aguardar o novo governo para ver as modificações na política internacional. Mas, ao que tudo indica, os interesses do Brasil serão os mesmos. Há um caminho definido. Não haverá nenhuma mudança de que, de repente, haja uma mudança de governo. O sistema político está consolidado. E há consenso sobre o rumo a seguir.

No geral, não há uma grande expectativa de que vai acontecer a partir do ano que vem. É uma promessa feita boa e uma má notícia para o país, porque o Brasil não é um problema, não é uma economia, não é um Oriente Médio, e que vai ter algumas questões com o mundo lá fora. Por isso, uma postura muito mais relevante de não de uma forma de peso significa ter algumas negociações com os Estados Unidos.

# Entrevista: Celso Amorim

## O atual Ministro das Relações Exteriores faz um balanço do governo Lula

**I**NDICOU OS VEREDICTOS PARA UM trabalho que não tem de chegar somente aos olhos, mas para discutir questões que podem mudar o curso do planeta. E ainda de manter o interesse de mais de 130 milhões de brasileiros. Essa tem sido a tarefa de Celso Amorim, 66, nos últimos oito anos. O Ministro das Relações Exteriores efetuou 107 viagens, perfazendo 220 visitas oficiais a 117 países diferentes. Não é à toa que, em novembro de 2003, o diplomata vai subseqüente a Barão de São Brás, como o homem que por mais tempo esteve a frente de chanceler brasileiro. Nasceu em Santa ZEP, o Barão pelo Instituto São Brás. Amorim ajudou a construir a nova política externa do país. Além de críticas e de ataques em alguns momentos, ele se manteve na pasta desde o primeiro dia de mandato do presidente. Acumou o general Jorge Armando Faria, chefe do Gabinete de Segurança Institucional (GSI) da Presidência da República, depois o brigadeiro Antonio, assumindo o cargo de ministro desde o começo de governo. Em maio a nova secretaria considerada neutral por seus assessores, incluindo os reuniões com líderes de todo o planeta e o discurso de abertura da Assembleia Geral da ONU, onde representava Lula, o ministro das Relações Exteriores falou de Nova York com exclusividade à *Batling Show Brasil* sobre a sua gestão no Itamaraty. E confessou: é hora de dar mais atenção à família.



**ESTABELEÇA**  
Em oito anos de poder, Amorim manteve seu estilo na política externa brasileira

**O senhor acredita que há uma "partidarização" das críticas a respeito das posições adotadas pelo Itamaraty?**

Os objetivos da política externa brasileira baseiam-se na Constituição, DA, no entanto, entre os vários governos, diferenças de visão sobre a equidade do Brasil de influir em questões internacionais. Muitos gostam ainda sobretudo a equidade do país de estabelecer positivamente para a agenda internacional. O Brasil tem posições coerentes em todas as áreas, tanto que se tornou uma força nos grandes diálogos mundiais, das negociações à resolução de conflitos, passando por negociações e questões de segurança. Entendemos que a política externa deve ter um certo grau de unidade. Conseqüentemente, a imprensa estrangeira valoriza a política externa brasileira, mesmo quando discorda de algum aspecto específico, o que é normal. As críticas não costumam vir da imprensa brasileira, que parece não gostar do novo papel do Brasil.

**Qual foi o momento mais tenso para o senhor durante estes oito anos?**

Eu já vivi tensões mesmo em situações que envolviam outros países. Entretanto de uma forma muito concreta, quando tivemos que negociar a abertura do mercado de brasileiros que viviam no Líbano durante a situação israelense, em questão o exército brasileiro liderado por Yasser Arafat. Isso foi uma situação

de morte no campo, na tem a perda de milhares e até de milhões de vidas no Haiti. Evidentemente, eu gostaria de ter testemunhado a conclusão da chamada "Rodada de Desarmamento" da ONU e a tão necessária reforma das Nações Unidas. Mas essas são condições complexas e colossais, que vão com o tempo. Orgulho-me de ter feito o que fiz. Muitas vezes os frutos se vão colhidos muito tarde.

**Quanto as posições do presidente Lula e influência no tomado de decisões e quanto o senhor e influência nos momentos de crise externa?**

No momento, o presidente é quem define as linhas da política externa e o Itamaraty executa. O presidente não "influencia", ele decide. Mas é evidente que cabe a sua opinião, que pode ou não ser aceita. Eu diria que sempre houve muita reconciliação.

**Senhor Lula, será possível para o próximo governo manter o país como um "player" de destaque nas negociações globais, dando continuidade, inclusive, às políticas divergentes das anteriores de grandes potências?**

Além do cenário pessoal do presidente Lula, a política externa se beneficia das mudanças no cenário econômico, político e social. Embora haja diferenças fundamentais para o momento, não necessariamente

das empresas da sociedade brasileira continuarem a dar sentido a uma política externa. Divergências com grandes potências ocorrerão e devem ser resolvidas com naturalidade. Há pontos subvertidos de acordos de ninguém.

**O senhor se arrepende de alguma medida adotada neste governo?**

Foi justamente por não termos ações concretas que colhamos inúmeros resultados: integração sul-americana, consolidação do Mercosul, criação do G-20 essencial na ONU, que mudou a maneira de se negociar com a Organização -, maior presença no Afego, missão de paz no Haiti e um crescimento expressivo da presença diplomática brasileira no mundo. O Brasil não poderia esperar reforma da ONU - Japão, Alemanha, Índia, África do Sul, Nigéria e vários outros países trabalham pela reforma. Mas esse processo envolve a concordância de muitos países, e é natural que leve tempo. Ninguém em consciência pode acreditar que um impasse reflita a distribuição de poder militar ou que faça sentido hoje. Quanto à questão energética, Brasil e Turquia buscam criar um ambiente de confiança e de proteção do país, com base nas propostas feitas por parte que, depois, por motivos internos ou outros, apoiaram as sanções contra o Irã. Isso me faz lembrar de que a Declaração de Tóquio, assinada pelo Brasil, pela Turquia e pelo Irã, assinada há 100 anos, ainda que não tenha sido uma vitória nas negociações subsequentes.

**Ainda existem alertas a serem feitos para que o Brasil acompanhe o desenvolvimento visto em países do BRIC. De que forma a falta das reformas políticas e tributárias empalham o desenvolvimento da nação no plano internacional?**

Não me parece que o Brasil esteja em risco de desenvolver-se inferior aos dois demais países do BRIC. Em uma série de aspectos, por sinal, temos indicadores mais consistentes. Quanto às reformas políticas e tributária, são temas que dizem respeito à estrutura institucional doméstica do país. O maior equívoco do Brasil tem ocorrido no cenário internacional devido da percepção objetiva de uma série de fatores, seja quanto ao potencial de crescimento da nossa economia, nosso comprometimento firme com o desenvolvimento, nossas posições construtivas nas negociações, as mudanças do clima e em outros temas, nossas ações na área de combustíveis, o tipo de desenvolvimento e o caráter plural de nossa sociedade.

**Após oito anos de governo, quais são os pontos em que o senhor a partir do dia 1º de janeiro de 2011?**

Tenho um compromisso para dar aulas na USP. E tenho um compromisso dos meus filhos para dar respostas para os meus filhos, e de meus netos, para passar mais tempo com eles. ☺



podem dominar a maior parte das negociações entre o Palácio do Planalto e a assembleia bicameral.

O fisiologismo impedia desde que Dom João VI partiu para o exílio em 1808. O debate em torno da próxima equipe ministerial torna o momento mais que oportuno para discutir o assunto. Chega à hora de estabelecer um ponto de ruptura na sociedade brasileira, em que o Executivo possa tomar decisões pragmáticas com o Congresso Nacional.

Os espaços dos chamados "interesses comuns da política" são que nos encontramos, até que sejam definitivamente extintos. Dilma Rousseff deve encerrar a máxima da "base de sustentação do governo", como ela de fato tem se apresentado: não passa de um grupo "que se mantém no governo". A vitória do PT nas eleições foi expressiva e, em grande parte, sustentada por uma enorme coligação partidária formada, principalmente, pelo gigante das siglas o PMDB. A futura será cobrada.

O historiador Marco Antônio Villa, professor de ciências sociais da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), afirma que "a questão é muito complicada. O vice-presidente, Michel Temer, já disse que quer repartir o pão". E o especialista conta que "repartir o pão, em se tratando de PMDB, sempre significa prejuízo da interesse público".

Uma coisa é formar alianças com base em propostas de governo. Outra, angariar parlamentares tirando cargos públicos. E, enquanto a corrupção não acabar, a economia é afetada pelo infinito problema do campo político. "Uma relação saudável com o Congresso faz bem para a democracia, sustenta a economia e progredir a política nacional", reforça Villa, apontando para o fim do fisiologismo, "porque, sendo assim, as discussões se dão em torno de programas".

Na visão da senadora Marina Silva, esquerda para que a eleição fosse ao segundo turno, os últimos 16 anos ensinaram "muito", mas os partidos e as lideranças "não conseguiram" aprender a lição. Para ela, é necessário unificar o Congresso em torno de projetos nacionais. "Se conseguirmos mobilizar um grupo de parlamentares para além das divergências partidárias em termos de questões estratégicas", comenta Marina, "meu caminho já estará andando, inclusive para espargar aqueles que gostam de governar eternamente sobre os seus comandos".

Os avanços nas áreas econômica e social são importantes, mas ainda há um atraso muito grande, segundo a líder do PV. "Se até as lideranças que tinham um papel relevante em determinados momentos ficaram reféns de situações difíceis no Congresso, fico imaginando como alguém que não tenha esse protagonismo enfrentará determinadas movimentações".

Trocando em miúdos, a reforma política é considerada vital para o progresso. O jogo corre solto e ao bel prazer daqueles que têm poder de barganha. E isso representa "um problema antigo na história do Brasil",

conforme relatos o governador rodado de Minas Gerais, Antônio Anastasia, a um grupo de empresários em São Paulo. "Lembra o famoso caso de Getúlio Vargas, quando em 1934, chefe do governo provisório, e depois de quatro anos de poder sem Congresso, sem limites, ele é submetido à Constituição para assinar. E pergunta: 'Isso significa que eu terei que escrever agora em papel pautado?' Ou seja, dentro das margens. E lhe respondem: 'Pautado não, senhor presidente. Quadrilado'".

Anastasia indica que os avanços não vão ocorrer da noite para o dia. "Se vamos alterar alguma coisa com um pacto social para daqui a alguns anos." A política acaba sendo a "ide" das outras reformas.



**RESPONSABILIDADE**  
Dilma Rousseff comemora a vitória e presidente pega a uma máquina auxiliar, mas a política será necessário

de acordo com a análise do tucano, no sentido de que "se tivermos transformações profundas se houver um Congresso bastante focado e com vontade de aprovar essas mudanças".

A moral da história é que promover reformas nunca foi uma tarefa fácil. Ninguém quer perder terreno. A sucessora de Lula chega ao Palácio do Planalto com a maior base aliada governista desde a redemocratização, o que, supostamente, daria a ela o quase impenetrável poder de mudar até a Constituição. Algo que nem mesmo Hugo Chávez consegue mais. "Ela não poderá dizer que não promoveu as reformas por falta de força parlamentar", analisa Villa. "A questão é se vai querer implementá-las ou não".

Por outro lado, o fato de reunir uma base governista tão representativa pode ser perigoso? "Não há

nada pior do que a soberba", alerta o historiador da UFPA. "Ela precisa ouvir a população, negociar o Congresso e colocar em prática o seu programa de governo. Ninguém pode achar que sabe tudo porque votou a eleição e comanda o Congresso".

**D**ALTE INVESTIGADOR, QUÊ LORRA OBRIGADO DA oposição? Marina Silva, que promete manter-se como "a terceira via", aponta que "o modelo de situação por situação e de oposição por oposição está esgotado. O Brasil tem novos desafios que são velhos desafios: educação, saúde, segurança e desemprego".

Tanto que os avanços na economia ainda não se refletem na formação dos cidadãos. Prova disso é que, mesmo tendo o oitavo maior Produto Interno Bruto (PIB) do mundo, o país ocupa apenas a 56ª posição no ranking educacional. É, portanto, indispensável que a nação assuma o compromisso de promover uma verdadeira revolução na área. E só assim buscar uma transformação econômica e social a partir de avanços no conhecimento e na tecnologia.

O modelo atual de sociedade valoriza de forma excessiva a produção e o consumo, mas se esquece que a cultura e a formação são aspectos fundamentais. O filósofo Mário Sérgio Cortella, professor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), explica que a educação apresentou avanços significativos nos últimos 16 anos. Há um impulso de gestão. Mas por que os resultados não são mais rápidos e seguros tão pouco perceptíveis? "É necessária, sim, acelerar mais este processo", ele aponta, "para que cheguemos em 2022, quando completarmos o bicentário da nossa independência formal, com um parâmetro de desenvolvimento mais significativo entre as principais nações".

Cortella considera que a recita para atingir o objetivo está diretamente relacionada à ampliação dos investimentos públicos no setor. A Unicef (Fundo das Nações Unidas para a Infância) recomenda que o Brasil aplique pelo menos 8% do PIB na área. Atualmente, o governo tem investido menos do que em educação. Pode parecer suficiente, porque é o que fazem os grandes países", ele segue, "mas isso como tende a manutenção. Não estamos em ritmo de decolagem. É, portanto, é preciso usar mais combustível". O caminho, na opinião dele, passa necessariamente pela elevação dos investimentos e pelo menos 6,3% do produto interno bruto.

Tal como já existe a Lei de Responsabilidade Fiscal, que prevê punição para membros do Executivo que realizem investimentos de forma indevida. Mas, no curto prazo, são boas as perspectivas para o terceiro mandato seguido do governo petista? O cidadão acredita no aperfeiçoamento do Ensino Básico Nacional do Ensino Médio e na concretização do novo Plano Nacional de Educação (PNE), em 2014.

Um grande movimento, que se primeiro tem pode ser adotado, é a "verticalização" maior articulação de uma nacionalidade descentralizada, porque alguns estados e municípios, chegando falta de recursos, não estão conseguindo a legislação".

O ponto seguinte está justamente em não dar uma taxa discricionária durante a campanha eleitoral e Bolsa-Família. Atualmente, o programa - que pode ser considerado o "voto-chefe" do governo Lula - gasta cerca de 12 milhões de famílias. O benefício varia entre R\$ 20 e R\$ 200, dependendo da renda familiar por pessoa e do número de filhos. Além disso, um comodatário está vinculada às chamadas "condições-salvadoras", regras mínimas impostas pelo governo. Inclusive, manter os filhos na escola e cumprir a agenda de vacinação.

Outro item após a implementação do projeto, seja regra, agora, não consideradas fracas. É o que se encontra a relação para o acesso ao programa, resulta a favor do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (CPSV), Marcelo Iório. "É preciso fazer um upgrade na Bolsa-Família", salienta o economista, "eliminar mais os desequilíbrios sociais, passar um fortalecimento social forte". Por outro lado, "alcançar os serviços básicos de melhor qualidade na educação, saúde e criminalidade, com mais intensidade e qualidade".

Os estudos de Iório sugerem que os programas sociais em curso não, sim, uma forma importante de combate à pobreza e de movimentação positiva da economia. Entretanto, é fundamental que haja aprimoramentos que estabeleçam a credibilidade a um novo patamar. "Talvez isto seja mais um desejo do que uma previsão", leciona o professor, que afirma:

... que, em um primeiro ano de governo, Dilma não se baseie na fórmula que combina reajustes no salário mínimo com aumento para aposentados, o que reitera uma decisão acertada. Acho que, basicamente, vai ter uma continuidade, sem grandes diferenças sob a forma de conduzir a economia".

A aposentadoria é simples. A previdência representa 12% da economia. O Bolsa-Família, 0,8%. "E, como o programa chega aos mais pobres, sua despesa adicional, que não é tanta, acaba tendo mais impacto na vida das pessoas do que o reajuste do mínimo. O aumento da aposentadoria não deveria ser feito. Ouça muito os meios e não deixe-se acanhar mais bilhões".

Os levantamentos mostram que, no caso do Bolsa-Família, há uma boa relação "custo-benefício/benefício social". Contudo, um ponto lamentável é que a valorização desses projetos aconteceu em sintonia com o realinhamento eleitoral, o que não é produtivo. "Deveria, de alguma forma, evitar mudanças", afirma o professor da FGV. "Embora hoje em dia não ocorra mais como antigamente, quando em véspera de eleição se distribua certa bacia, se não olhar para os meios de pobreza verá que eles sempre caminham em direção de eleição e sabem, em geral, depois das eleições, o que não é desejável".

Se os programas sociais não são fonte de distribuição renda, combater a pobreza, ampliar o acesso à educação e melhorar o funcionamento, fica evidente a relação com outro grande desafio do primeiro governo - combater a violência. Na área da segurança pública,

a expectativa também é de continuidade em que um sendo feito, dos investimentos, dos projetos estaduais e do fortalecimento do papel federal. Historicamente, debater a violência e manter a criminalidade longe das cidades era tarefa exclusiva dos governadores. Hoje a realidade é diferente. Existem alguns importantes nos municípios, mas se ancora ainda em considerações limitadas se comparados à atuação de segurança presente em praticamente todos os estados, inclusive dentro de casa. Muita coisa precisa mudar.

"Condições ou investimentos federais à adoção de políticas e práticas por parte dos estados. Uma condição essencial existe na teoria, mas a obrigação é bastante fraca", destaca o sociólogo Ignácio Cano, do Laboratório de Análise da Violência da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Ele deseja que o primeiro passo da nova administração seja marcado pelo papel mais ativo do Planalto.

Sob essa ótica, a presidenta tem de harmonizar as várias estratégias, introduzir diálogos, princípios e critérios comuns. Basear em que haja interação entre os estados para que as políticas sejam mais homogêneas e menos dispersas. O que ocorre é que cada jurisdição funciona individualmente, sem um comando central para se alinhar a uma estrutura de segurança pública integrada. E essas disparidades resultam na produção de crime organizado, que invade os territórios da sociedade

Integrar-se em uma rede totalmente integrada. Litígios penais, processos penais, a polícia de cidade e os problemas sociais relacionados com o acesso à vida legal. Isso que pode funcionar na vida de um cidadão comum. Mas o cenário está insustentável para uma família que pretende crescer e mudar fora de casa. Ainda mais com 100 milhões de moradores sob o mesmo teto.

O Brasil conta hoje com um sistema de saúde que, em sua teoria, é adequado ao perfil do mundo. Na prática, a história é outra. O SUS (Sistema Único de Saúde), criado pela Constituição Federal de 1988, sofreu o que Barack Obama chama de "uma grande mudança nos Estados Unidos". De a população universalmente universal em longas e complexas burocracias. É a falta de recursos e a deficiência no estabelecimento de prioridades que impede sistematicamente a fazer funcionamentos de saúde pública.

O médico Marcos Rios, diretor de Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (USP), compara a situação da economia ao momento crítico da expectativa de vida dos brasileiros. "Se pensarmos apenas saúde, se vamos melhorar, não mais apenas nos serviços básicos, e não o fundamental". Cabeza virada a ideia de saúde destina-se sistematicamente no mesmo momento que impugna nos outros países.

Rios espera que a política, em um primeiro ano, seja o Brasil para promover a saúde: ampliar as prioridades no área. Não é suficiente, por exemplo, que uma das maiores economias do mundo tenha saúde profissionalmente qualificada em quantidade baixa para todos os seus habitantes. As competências de investimento devem estar programadas nos

planos de saúde, de forma integrada. E isso não é uma tarefa simples, porque precisa.

"O primeiro é que os governos adotem medidas preventivas", diz Rios. "Trabalho a melhoria, melhorando a saúde, depois de alguns meses, vamos melhorar a saúde. Isso não é suficiente preventivo. É preciso evitar que tenhamos grandes gastos com a saúde".

De Dilma Rousseff não se pode esperar o perfil de planejamento e de organização, não se pode esperar fazer performance, entre outras e expectativas técnicas de saúde. Também não se pode esperar, mas que seja o primeiro passo e as medidas preventivas para produzir mais e com melhor custo.

O ministro Fernando Haddad, que trabalhou na campanha presidencial de Dilma, afirma que em 2011 se trata de uma tentativa. Não porque a sua gestão tenha sido ruim, mas porque "uma a política que Lula promoveu, de não se ver, que foi como que a consequência dessa campanha chegou a um nível que nunca vi, quem governa o país está entrando em apuro pelo desempenho. É não que não seja mais um plano que vamos melhorar. Isso é bom. Política e administração pública devem ser sempre para o futuro e não para o presente".

Governo e administração pública devem ser sempre para o futuro e não para o presente. Não no sentido técnico. O grande desafio é a implementação. Não que se possam atingir metas. Não se pode esperar que há um horizonte pelo Brasil em uma situação transformadora. De fato, a cultura está, em alguns casos, a não poder se tornar outra coisa. ■

## Primeira mulher eleita ao cargo máximo da nação, Dilma Rousseff chega ao Palácio do Planalto com o apoio da maior bancada governista desde a redemocratização

de cinco em cinco. E se aprova as deliberações do Senado para gerar mudanças em todos os níveis.

A homologação das políticas de segurança e parte do aumento em que está sob o governo político em um nível de apoio, afirma Cano. "Um estudo que critica, desmonta. De qualquer forma, a realidade de parte dos políticos, que deveria ser controlada no Brasil de forma comum, podem estar algumas condições para operadores de segurança pública, que desmonta os limites também de forma controlada". A partir disso, os planos de ação podem ser modificados dentro das características de cada estado.

O professor não acredita que uma homologação será uma das prioridades da re-estruturação da Casa Civil. Mas espera que as ações tenham algum alinhamento, no mínimo, para resolver problemas existentes. Como "melhor o modelo constitucional das políticas, desmilitarizar a PM, trazer o inquérito policial mais eficiente, trazer o Ministério Público para trabalhar em conjunto, melhorar as taxas de esclarecimento de crimes e fortalecer o controle das armas". Há um hope de modelos muito grande e uma tradição histórica positiva. Inclusive, o caminho é árduo.

**S**ABER que há mudança no sistema, parte do princípio de se estabelecer um plano estratégico. Definir prioridades, investimentos e distribuir recursos. Conhecer gestores que trabalhem com qualidade e competência. Planos é a chave do sucesso.

ANEXO F - REPORTAGEM “PECADO ORIGINAL”, PUBLICADA EM DEZEMBRO DE 2010

POLITICA NACIONAL



## Pecado Original

A desunião faz parte do DNA do PSDB. Será que o partido conseguirá juntar os destroços de 2010 para se reconstruir nos próximos anos?

• Por Rodrigo Barros • Ilustração Rodrigo Rosa •

**O**PORTUNO NA ÚLTIMA DEMOCRACIA BRASILEIRA (PSDB), que governou o país por sete anos, vive hoje um purgatório sem fim – a julgar pelo acordo repetitivo de governo e oposição para o Palácio do Planalto. Seus principais personagens seguem no conflito pelo poder sempre. O futuro é incerto. A arte de fazer alianças.

Se não conseguindo um trabalho importante para o partido, ele não se preocupa com a oposição, mas de um trabalho de outro para José Serra – o último dos governantes paulistas –, os mesmos assuntos, os mesmos assuntos. O PT se destaca no cenário de mídia. No PSDB, resta o sentimento de

profundo “gosto feio”, que ainda mais tem a acrescentar – pelo nome do ponto de vista presidencial. Em uma única sentença, o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso definiu o resultado das eleições de 2010 para seu partido: “O PSDB precisa calçar as sandálias da humildade”.

Alguns dos envolvidos já somiram do mapa e não quiseram comentar o tema. Sérgio Iatene, que atuou no governo do Pará, estava na África. Marcos Pereira, eleito em Goiás, em Jerusalém. Alberto Goldman, governador de São Paulo, não quis falar, dizendo outros políticos de perfil amarelo-bandeira seriam em memória. Entre os que, Geraldo Alckmin, governador eleito de São Paulo,

O PSDB perdeu para Lula, para um governo que é aprovado pela maioria dos brasileiros (final, a economia vai bem). Perdeu para uma estrutura na máquina do poder. E também para si mesmo. E a derrota poderia ter sido menor com a resolução das intrigas internas no partido.

Se a construção das alianças já contribuiu o fracasso mesmo antes do dia do pleito final, um telefonema entre Aécio Neves e José Serra, líderes da oposição, uma semana antes do começo o segundo turno, deu a tônica da época: “Depois das eleições, não quero olhar na sua casa”, contou-se de um dos lados. Mas, antes de encerrar a festa, cabe restaurar um pouco sua autoestima.

Revista Época Negócios, Dezembro 2010, p. 80



