

A IMAGEM COMO MATERIALIDADE DISCURSIVA NA COBERTURA DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2014: UM OLHAR SOBRE O FOTOJORNALISMO A PARTIR DA ANÁLISE DE DISCURSO

THE IMAGE AS DISCURSIVE MATERIALITY IN THE COVERAGE OF THE PRESIDENTIAL ELECTIONS OF 2014: A LOOK AT PHOTOJOURNALISM FROM THE DISCUSSION ANALYSIS

Eduardo Silveira de Menezes

Universidade Católica de Pelotas, UCPel, Pelotas, RS, Brasil

Mariana Jantsch de Souza

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense, IFSul, Gravataí, RS,
Brasil

Resumo: Neste texto, propomos um diálogo entre Comunicação Social e Teoria do Discurso por meio do fotojornalismo. Para tanto, tomamos materialidades discursivas imagéticas produzidas na cobertura das eleições presidenciais de 2014 como representativas de disputas que se operam no e pelo discurso a partir de formações discursivas antagônicas. Nesse panorama, o fazer jornalístico é compreendido como prática discursiva, como efeito de sentido entre locutores, para retomar Pêcheux. Ao tratar das especificidades dessa linguagem, buscamos compreender que a notícia produz sentido na medida em que resulta de processos sócio-históricos, sob os quais incidem os níveis político, social, econômico e linguístico.

Palavras-chave: Análise de Discurso; Discurso jornalístico; Fotojornalismo; Cobertura das eleições presidenciais de 2014 no Brasil.

Abstract: In this text, we propose a dialogue between Social Communication and Discourse Theory through photojournalism. For that, we take imagistic discursive materialities produced in the coverage of the 2014 presidential elections as representative of disputes that operate in and through discourse from antagonistic discursive formations. In this panorama, journalism is understood as a discursive practice, as an effect of meaning among speakers, to retake M. Pêcheux. In dealing with the specificities of this language, we seek to understand that news makes sense insofar as it results from socio-historical processes, under which the political, social, economic and linguistic levels take place.

Key words: Discourse Analysis; Journalistic discourse; Photojournalism; Coverage of the 2014

presidential elections in Brazil.

Considerações iniciais: do entrelaçamento entre Análise de Discurso e Jornalismo

A Análise de Discurso (AD) tem muito a contribuir para a teorização do jornalismo no Brasil. Quando tomada pelo viés pecheuxiano, a notícia passa a ocupar uma região de saber que exclui o mecanicismo do processo de produção da informação, colocando em jogo a materialidade histórica da linguagem. Enquanto prática discursiva, todo e qualquer “relato de um fato” precisa ser pensado em relação à trama de sentidos que é inerente ao texto noticioso. Olhar o jornalismo a partir da AD impõe reconhecer que a notícia – seja ela textualizada pela via escrita, oral ou imagética – se constitui em um indício de uma materialidade discursiva mais ampla.

A esse respeito, partimos dos estudos de M. Pêcheux (2009), segundo os quais as unidades de sentido se organizam em relação à situação, podendo o efeito de sentido entre locutores resultar apenas do uso de uma letra, um som ou uma imagem. No âmbito jornalístico, esse entendimento possibilita adotar uma metodologia de interpretação cuja natureza da unidade analítica não é apenas linguística, mas, também, histórica. Partindo desse horizonte, o objetivo não é procurar desvendar o conteúdo do texto noticioso, mas, sim, compreendê-lo em relação à historicidade que lhe é intrínseca.

Com isso, nossas reflexões buscam explicitar que não basta apenas compreender como um determinado fato é discursivizado e transformado em notícia. É preciso reconhecer que, em cada matéria, existem diferentes processos de significação em ação. Outro aspecto que reforça essa perspectiva diz respeito à heterogeneidade própria do fazer jornalístico: o texto noticioso pode ser veiculado em uma página de jornal, em uma plataforma digital, em uma mídia audiovisual ou em rádio. São processos de apropriação e reapropriação que carregam marcas e funcionamentos distintos, pois são modos de produção de sentido próprios.

Para realizar essas análises, selecionamos materialidades discursivas imagéticas (fotojornalismo) produzidas na repercussão das eleições presidenciais de 2014 e representativas de duas formações discursivas antagônicas, as quais denominamos como formação discursiva informativa (FDI) e formação discursiva contrainformativa (FDCI). Nosso propósito é realizar um recorte representativo do embate de forças estabelecido na

produção jornalística nacional.

Em razão disso, entendemos que a FDI é representativa de um aparato midiático hegemônico¹ e comercial, alinhado ao candidato Aécio Neves. Para analisar práticas discursivas produzidas no âmbito desses saberes selecionamos enunciados produzidos pelo grupo Folha. Já a FDCI é compreendida como representativa de saberes contra-hegemônicos² e não comerciais (mídia alternativa), alinhada à candidata Dilma Rousseff. Para analisar tais práticas discursivas selecionamos enunciados produzidos pelo grupo Rede Brasil Atual (RBA)³.

Dessa forma, nosso objetivo é realizar uma análise comparativa das práticas discursivas referentes à cobertura das eleições de 2014, no Brasil, realizada pelos grupos Folha e Rede Brasil Atual (RBA), considerando o tipo de mídia como sendo o ciberjornalismo.

O fotojornalismo a partir da lente da Análise de Discurso

Neste texto, tratamos do fazer jornalístico em sua materialização discursiva imagética, por meio fotojornalismo. Ao tratar das especificidades dessa linguagem, acreditamos estar colaborando para a compreensão de que a notícia produz sentido na medida em que resulta de processos sócio-históricos, sob os quais incidem os níveis político, social, econômico e linguístico.

Antes das análises, faz-se necessário explicitar como o fotojornalismo e

¹ De acordo com Gramsci, a hegemonia “representa, para além do progresso político-prático, um grande progresso filosófico, já que implica e supõe necessariamente uma unidade intelectual e uma ética adequada a uma concepção do real que superou o senso comum e tornou-se crítica, mesmo que dentro de limites ainda restritos” (1999, p. 104). É dizer, em Gramsci, a hegemonia é concebida como a obtenção de um consenso cultural, político e ideológico de uma classe sobre as outras, ainda que sem o exercício arbitrário da força. Nessas reflexões, tal conceito é utilizado apenas para demarcar, especificamente, o espaço em que se inscrevem os grupos de mídia dominantes (também chamada de “grande mídia”). Contudo, enfatizamos que a hegemonia não pode ser entendida como algo homogêneo, pois a acepção gramsciana não remete ao mesmo entendimento da heterogeneidade do discurso, que é própria da análise de discurso.

² A contra-hegemonia, na presente análise, está sendo tomada como o que “institui o contraditório e a tensão no que até então parecia unísono e estável” (MORAES, 2010, p. 73).

³ A entidade com maior participação acionária na RBA é o Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema. Todo o conteúdo transposto para a linguagem de jornal, revista, rádio e TV é disponibilizado, mensalmente, a entidades parceiras, associados e colaboradores, em sua maioria sindicatos filiados à Central Única dos Trabalhadores (CUT).

a imagem jornalística são compreendidos, por meio de uma breve abordagem histórica. Não é do nosso interesse estabelecer qualquer comparação entre o que seria uma imagem estática e uma imagem em movimento, visto que toda imagem em movimento resulta da composição de imagens estáticas ao entrarem em movimento⁴. Mas, pensar a prática da reportagem fotográfica requer uma preocupação em abordar aspectos teóricos próprios desse espaço de construção de sentidos. No que tange à análise da fotografia jornalística, defendemos a ideia de que, ao analisá-la, é preciso separar o objeto-empírico do objeto historicamente determinado.

Na mesma direção de Ernst-Pereira e Quevedo:

o pressuposto de que partimos aqui é de uma divisão radicalmente constitutiva, realmente inscrita na objetividade material contraditória de todo produto do discurso (como o são as imagens), e de uma assunção da opacidade material que pretira, sob a alegação do consenso, a admissão de uma posição interpretativa (ERNST-PEREIRA; QUEVEDO, 2013, p. 267-268).

Não é de hoje que a imagem, apropriada jornalisticamente pelas câmeras fotográficas, empresta “veracidade” à informação. De acordo com Traquina (2005), dentre as diversas inovações tecnológicas que marcaram a mudança de paradigma do jornalismo a partir do século XIX, ressalta-se a invenção da máquina fotográfica. Segundo o autor, ela “iria, como veremos, inspirar o jornalismo no seu objetivo de ser as ‘lentes’ da sociedade, reproduzindo *ipsis verbis* a realidade” (2005, p. 38).

Nas palavras deste mesmo autor:

é no século XIX, em que o positivismo é reinante, que todo o esforço intelectual tanto na ciência como na filosofia como ainda, mais tarde, na sociologia e outras disciplinas, ambiciona atingir a perfeição de um novo invento, invento esse que parecia ser o espelho há muito desejado, cujas imagens eram reproduzíveis, cuja autoridade era incontestável – a máquina fotográfica (TRAQUINA, 2005, p. 51).

A busca por uma jamais alcançável “verdade” da fotografia se deu com

⁴ A medida utilizada para se referir à quantidade de informação visual necessária para compor um produto audiovisual é conhecida como FPS (*Frames Per Second*) – quadros por segundo –, na qual cada quadro representa uma imagem estática. O olho humano só consegue perceber o movimento das imagens a partir da exibição desses quadros em rápida sucessão. É assim que o audiovisual é decodificado pelo cérebro.

base naquilo que ficou conhecido como realismo fotográfico. A compreensão que se tinha, em 1855, era de que o repórter poderia ser considerado como uma máquina que repete um dado da realidade, apesar de ser orientado por uma linha editorial. Ele teria, nesse sentido, um dever: fornecer uma verdade que se reivindicava exata. Foi justamente nesse contexto que surgiu a figura do repórter, em um ambiente no qual o imperativo era de culto aos fatos (TRAQUINA, 2005).

Somente em meados dos anos 20, do século XX, surge na Alemanha, após a Primeira Guerra, aquilo que veio a ficar conhecido como fotojornalismo moderno. Tal novidade não demorou a repercutir na imprensa, fazendo com que, em pouco tempo, a fotografia ganhasse força para, enfim, o fotojornalismo se tornar referência obrigatória nas redações de todo o mundo. Na década de 1930, esta prática já integrava de forma absoluta os jornais diários norte-americanos. Após a Segunda Guerra Mundial, no entanto, na mesma medida em que cresceram as agências fotográficas, o produto fotojornalístico foi se banalizando, com a produção em larga escala de fotos de *fait-divers* (SOUSA, 2004).

Quanto à imagem no âmbito jornalístico de modo geral, partimos de uma perspectiva teórica segundo a qual “considerar as imagens não-manipuladas como reflexo de verdade e, portanto, de imparcialidade fotojornalística é uma inocência preocupante” (OLIVEIRA; VICENTINI, 2009, p. 117). Decorre dessa premissa inicial a proposta de um entrelaçamento entre as áreas em discussão.

Diante disso, entendemos ser imprescindível considerar os mais variados momentos de apropriação e (re)significação de uma imagem durante o processo hierárquico de produção e edição da fotografia em uma redação de jornal. Do nosso ponto de vista, todos os elementos que envolvem a produção de sentido por meio da fotografia jornalística – os operadores discursivos dos quais nos fala Souza (2001) – decorrem de uma construção anterior, que é ideológica. Isso porque “o sentido de uma fotografia sempre é uma construção ideológica, e sua simples inserção na imprensa já é, por si só, também um ato ideológico, porque afeta a percepção que dela temos” (OLIVEIRA; VICENTINI, 2009, p. 117-118).

Sendo assim, abandonamos a ideia de que toda imagem, no fotojornalismo, resulta, simplesmente, de escolhas. A AD como suporte teórico não nos permite pensar em intencionalidade do sujeito jornalista, pois nos convoca a compreender que cada olhar sobre uma mesma pauta é passado por uma formação ideológica (FI) e por uma formação discursiva

(FD). Devemos, então, reportar-nos não só ao lugar social que cada repórter fotográfico ocupa ao fazer uso de seu instrumento de trabalho, mas, sobretudo, às condições sócio-históricas que o determinam e à ideologia que lhe é constitutiva e que, portanto, lhe interpela, enquanto sujeito. É dizer, levar em conta o lugar discursivo a partir do qual o texto jornalístico é produzido, a FD que o subjaz. O reconhecido fotógrafo brasileiro, Sebastião Salgado, costuma dizer que “um repórter fotográfico não fotografa com a sua máquina e sim com a sua cultura”. Neste trabalho, reforçamos essa ideia ao mobilizar o aparato teórico da AD e retomar o que diz Orlandi: “não há discurso sem sujeito nem sujeito sem ideologia” (1993, p. 31).

Para exceder o limiar da transparência da imagem é preciso estar disposto a abandonar qualquer resquício de intencionalidade sobre o trabalho do repórter fotográfico; o que não é uma tarefa fácil, pois não só parece ferir o direito autoral como também as ilusões referenciais. Ou seja, retomando o aporte teórico que sustenta essas reflexões, é necessário desconstruir a ilusão de que o sujeito está na origem do que diz (esquecimento nº 1) e de que aquilo que diz (fotografa) só pode ser dito (fotografado) daquela maneira (esquecimento nº 2), conforme Pêcheux e Fuchs (1993). A esse respeito e do ponto de vista técnico podemos explicitar, exemplificativamente, que a opção por um determinado equipamento, o formato da imagem, a legenda, o enquadramento, as técnicas de abertura do diafragma (*f*), de ajuste da velocidade do obturador, do uso do ISO, do flash, do balaço de branco (*white balance*) e a edição se consagram em elementos constitutivos do dizer no âmbito do fotojornalismo. Passemos, agora, para a descrição e interpretação de todos esses aspectos em funcionamento no processo de produção de sentido no âmbito do fotojornalismo em nosso corpus.

A imagem como materialidade discursiva na cobertura das Eleições de 2014

Uma definição bastante simples da palavra fotografia nos permite entendê-la como o ato de “escrever com a luz”, uma vez que o prefixo *foto* significa luz e o sufixo *grafia* indica escrita. Com base no entendimento de que a fotografia jornalística deve ser interpretada tal qual o é o texto (enquanto unidade analítica), retomamos Ernst-Pereira e Quevedo, que ao analisar materialidades discursivas imagéticas explicitam a perspectiva teórico-metodológica que adotamos:

empreendendo uma leitura do texto enquanto processo de textualização (não de reconhecimento), não perdemos o caráter propriamente discursivo do trabalho analítico. Ao discernirmos o objeto de uma troca social (no caso uma foto) de um objeto de discurso (cuja evidência é tecida no entrecruzamento de memórias), o gesto de leitura supõe um olhar que vá para bem além da superfície do texto. O gesto de leitura será uma produção historicizada, bem como o texto o é (ERNST-PEREIRA; QUEVEDO, 2013, p. 284).

Esse procedimento analítico é fundamental para a compreensão do fotojornalismo sob o ponto de vista discursivo. Procuramos demonstrá-lo a seguir em nossas análises, para as quais selecionamos quatro fotografias jornalísticas que foram publicadas nas páginas da *Folha* e da *RBA*, durante a cobertura das Eleições 2014. Tais imagens ilustram a repercussão da vitória de Dilma Rousseff (PT) e a repercussão da derrota de Aécio Neves (PSDB), com isso buscamos analisar os conflitos e tensões entre as FDs em pauta. Começemos pela cobertura dos referidos grupos de mídia quanto à vitória da então Presidenta Dilma:



Figura 1: A repercussão da vitória de Dilma Rousseff (PT) na *Folha* - *FDCI*.

Fonte: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1537894-dilma-e-reeleita-presidente-do-brasil.shtml>>.



Figura 2: A repercussão da vitória de Dilma Rousseff (PT) na RBA - FDI.

Fonte: <<https://www.redebrasilatual.com.br/eleicoes-2014/em-discurso-da-vitoria-dilma-prega-dialogo-e-reforma-politica-com-participacao-popular-3634.html>>.

Mesmo que pouco legível, vemos o nome do repórter fotográfico acima das duas fotografias (circulado em vermelho): trata-se da mesma pessoa (o mesmo sujeito empírico), identificado como Pedro Ladeira/FolhaPress. Além de divulgar o nome do fotógrafo, percebemos que os dois veículos também destacam, no crédito da fotografia, o órgão para o qual ele trabalha: Folhapress – uma agência de notícias, pertencente ao Grupo Folha e responsável por comercializar/distribuir material fotográfico, audiovisual e textual a partir do que é produzido no âmbito da parceria Folha/UOL. Ocorre que não é na foto que o sentido “está presente”. Os sentidos são produzidos a partir da relação que os elementos significativos mantêm com as formações discursivas:

o sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição etc., não existe 'em si mesmo' (isto é, em sua relação transparente com a materialidade significante), [...] as palavras, expressões e proposições etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aquele que as empregam, o que quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em referência às formações ideológicas nas quais essas posições se inscrevem (PÉCHEUX, 2009, p. 146-7).

Entendemos, assim, que os sentidos são produzidos na FD e em relação à exterioridade: são uma trama construída em relação aos saberes da FD, às filiações que a sustentam e, dessas filiações, decorre uma forma específica de relação com o interdiscurso. É por isso que

uma palavra, uma expressão ou uma proposição não tem um sentido que lhe seria 'próprio', vinculado a sua literalidade. Ao contrário, seu sentido se constitui em cada formação discursiva, nas relações que tais palavras, expressões ou proposições mantêm com outras palavras, expressões ou proposições da mesma formação discursiva (PÊCHEUX, 2009, p. 147-8).

Esta é uma das razões de ser do trabalho do analista: a consideração de que os sentidos não estão dados, mas são produzidos segundo as relações que o discurso estabelece com o político, o histórico, o social e o econômico.

Sendo assim, independentemente de ser o mesmo fotógrafo, a mesma foto (mesmo enunciado) produz sentidos diferentes em cada enunciação, justamente porque está inscrita em diferentes FDs. Esse processo ocorre a partir da determinação dos limites do dizível no âmbito de cada FD, que regula o que pode/não pode, deve/não deve convém/não convém ser dito, o dizer em si (a foto utilizada por um dado veículo) não é determinante.

Compreendemos, com isso, que as imagens referentes à repercussão da vitória de Dilma, na Folha e na RBA, levam o fotógrafo a um retorno constante ao espaço do dizível. Não há, como na polissemia, uma ruptura nos processos de significação. Com base em Pêcheux (1993), podemos dizer que a produção de sentido em cada uma das fotografias jornalísticas só se torna materialmente concebível na medida em que se compreende que tal sequência pertence a uma ou a outra formação discursiva (FDCI ou FDI). Isso explica o fato de que uma dada sequência discursiva possa carregar vários sentidos, não necessariamente opostos. Assim, compreendemos que os operadores discursivos atuam como uma espécie de base material – (semio) linguística – a partir da qual, por meio da foto(grafia), são construídos os processos parafrásticos.

Uma análise mais aprofundada das imagens em questão nos permitiria dizer, ainda, que, embora o repórter fotográfico da FolhaPress ocupe uma posição-sujeito que está inscrita na FDI, ao retratar a vitória de Dilma, precisa, de alguma forma, se contraidentificar com o sujeito universal da FDI, pois a formação ideológica que o subjaz, marcadamente capitalista, anseia pela comercialização/distribuição destas imagens para outros veículos de mídia, inclusive, como podemos perceber, para veículos que se inscrevem

em formações discursivas antagônicas às da Folha.

De outro lado, aguçando o olhar, observamos que as duas fotografias discursivizam o mesmo momento (o discurso da Presidenta eleita após oficialização de sua vitória), mas em instantes distintos e a partir de enquadramentos distintos. Vejamos como isso funciona no processo de produção de sentido.

A figura 1, inserida no âmbito da FDI, é produzida a partir de um plano médio em um enquadramento mais distante. Neste enunciado, temos a Presidenta eleita sorrindo e abanando com vigor para a multidão. Considerável parte da equipe de governo surge compondo o plano de fundo da imagem e estão todos com ares sorridentes, aplaudindo vigorosamente. Ou seja, todos na imagem estão manifestando a alegria da vitória. Dessa forma, neste enunciado, a vitória assume ares coletivos.

Um dos membros dessa equipe é o então vice-Presidente, enquadrado à direita da Presidenta. Michel Temer surge como a última figura que compõe esse quadro, representado em posição e papel secundário, em segundo plano na imagem, assim como os demais membros da equipe governamental.

Os sorrisos e entusiasmos dessa imagem podem ser compreendidos como um modo dicotômico de significar o resultado da eleição presidencial: eles ganharam, vejam como comemoram. Com isso, a eleição é significada como um jogo e de forma dual, polarizando os grupos em vencedores versus perdedores. Assim, no âmbito da FDI as diferenças e divergências são significadas de modo negativo, em lugar de explicitar a diferença como constitutiva do processo democrático, do viver em sociedade.

Na figura 2, produzida em um plano médio e inserida no âmbito dos saberes da FDCI, temos um enquadramento mais próximo, de forma que a equipe de governo surge reduzida compondo o plano de fundo. A Presidenta está no centro da foto, assumindo um destaque maior em relação à figura 1. Neste enunciado, o vice-Presidente é cortado do enquadramento e a vitória é comemorada de forma mais contida pelas poucas figuras que compõem o primeiro e o segundo plano da imagem.

Considerando o embate de forças discursivizado no contexto das eleições presidenciais de 2014, podemos compreender que na figura 2, em razão do destaque maior dado à Presidenta, a vitória é significada a partir do protagonismo de Dilma: a vitória é dela e de todo o aparato político e ideológico que ela representa. Por isso, a equipe de governo é reduzida, uma vez que há figuras vinculadas a diferentes partidos, representando aparatos políticos e ideológicos distintos e até disjuntivos em relação ao representado

por Dilma, como é o caso do vice-Presidente omitido do enunciado em análise.

Podemos observar que as expressões contidas de comemoração conferem mais seriedade à situação, amenizando a dualidade de vencedores versus perdedores. A vitória, aqui, não é significada em prejuízo do candidato oposto, mas é ressaltada como sendo exclusiva de Dilma e seu partido (em meio a todo movimento anti-petista). Por isso, também colabora para o movimento de polarização referido anteriormente.

Nas duas fotos a iluminação recai exclusivamente sobre a Presidenta; nas duas ela está no foco do enquadramento. Contudo, na figura 1 o protagonismo de Dilma não é tão intenso e marcante quanto na segunda. Os dois enunciados representam e significam os antagonismos e tensões em funcionamento no cenário político-ideológico nacional. Observamos um movimento discursivo que retoma e alimenta a polarização dos conflitos sociais, sendo representado pelo par antagonístico nós/eles; perdedores/vencedores.

Por fim, a partir dessas reflexões podemos compreender que os enquadramentos e enfoques analisados revelam o dizível no âmbito de cada FD: a vitória de Dilma com mais ou menos entusiasmo, representada acompanhada ou não da equipe governamental atende ao que pode, deve ou convém ser dito em cada processo discursivo (FDCI e FDI).

Passemos aos outros dois enunciados que compõem nosso corpus nesta análise.

As imagens que analisaremos a seguir nos permitem trabalhar com outro aspecto que consideramos fundamental para a leitura/interpretação das fotografias jornalísticas: a criatividade. Um elemento que, segundo Orlandi:

implica na ruptura do processo da linguagem pelo deslocamento das regras, fazendo intervir o diferente, produzindo movimentos que afetam os sujeitos e os sentidos na sua relação com a história e com a língua. Irrompem assim sentidos diferentes. Nesse modo de considerar a produção de sentidos, não se banaliza a noção de criatividade. O que vemos com mais frequência – por exemplo, se observarmos a mídia – é a produtividade e não a criatividade (ORLANDI, 2007, p. 37).

De fato, o meio jornalístico é muito mais propenso à produtividade do que à criatividade. Existe uma abundância de fotografias jornalísticas que produzem uma variedade do mesmo. Parte-se de um conjunto de regras,

estipulado nas próprias redações dos jornais, que procuram “orientar o olhar” do repórter fotográfico, para garantir uma mesma “forma de ver” o que será retratado. Mas, por outro lado, há os momentos em que aparecem indícios de uma desidentificação: “quando determinado saber não pode mais ser suportado na FD, aí sim temos a emergência de um novo sentido: temos a polissemia” (QUEVEDO, 2012, p. 69).

Vejam as fotografias jornalísticas que repercutiram a derrota do então candidato tucano para, na sequência, tratarmos desse processo:



Figura 3: A repercussão da derrota de Aécio Neves (PSDB) na *Folha* - *FDCl*.

Fonte: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1538756-combati-o-bom-combate-afirma-aecio-em-discurso-apos-derrota.shtml>>.



Figura 4: A repercussão da derrota de Aécio Neves (PSDB) na *RBA* - *FDI*.

Fonte: <<http://www.redebrasilatual.com.br/eleicoes-2014/em-discurso-curto-aecio-se-despede-com-citacao-a-sao-paulo-e-sem-falar-de-minas-8529.html>>.

Novamente, é preciso remeter aos repórteres fotográficos de Folha e RBA. Não nos interessa o fato de que, na imagem reproduzida pela Folha, desta vez, a repórter seja Raquel Cunha (e não o repórter Pedro Ladeira), mas sim a posição discursiva que ela ocupa ao retratar a derrota de Aécio Neves nas eleições presidenciais, por meio da FolhaPress. Do mesmo modo, não é o sujeito empírico – Walter Campanato, da Agência Brasil⁵ – que irá balizar nossa análise de discurso da fotografia publicada pela RBA, mas a posição discursiva que ele ocupa, no âmbito da FDCI, uma vez que a Agência Brasil, à época, era comandada pelo governo petista e, portanto, “recomendava” uma maior identificação dos sujeitos-jornalistas com a então candidata Dilma Rousseff.

A fotografia jornalística do Grupo Folha (Figura 3) dá início a uma sequência de imagens destacadas no interior da matéria que trata da repercussão da derrota de Aécio, cujo enfoque principal é a reação dos eleitores ao resultado das eleições de 2014. Assim, dividem espaço com o choro da eleitora tucana, os sorrisos dos eleitores petistas. Esta galeria aparece na matéria intitulada: “Cumprida minha missão, afirma Aécio em discurso após derrota”, fazendo emergir, por meio da imagem, um outro sentido, ao se concentrar na dor da derrota. O discurso de Aécio, ao ser noticiado pela Folha, faz ressoar dizeres do apóstolo Paulo, enquanto “dever cumprido” na campanha eleitoral. Esse dizer, analisado em relação aos sentidos autorizados no âmbito da FDI, discursiviza a necessidade de destacar que não só a disputa foi muito acirrada, mas, sobretudo, o caráter emocional e afetivo com o qual o então candidato reconhece a derrota em seu discurso oficial.

Nessa imagem, temos um plano fechado em que a câmera está bastante próxima do objeto retratado (uma eleitora do candidato Aécio Neves), fazendo com que ele ocupe quase todo o enquadramento em primeiro plano, sem espaço para retratar o cenário em volta num segundo plano. Nesta angulação, a proximidade em formato close-up produz um sentido de intimidade em relação aos eleitores de Aécio Neves e seu sofrimento pela derrota do candidato. Sob a legenda “eleitores reagem ao resultado” podemos compreender que este texto fotográfico propõe manifestar as expressões da derrota, enfatizando os sentidos negativos que esse resultado eleitoral produz no âmbito da FDI.

Nesse processo discursivo o resultado eleitoral é significado em

⁵ A Agência Brasil é uma agência de notícias público-estatal, gerida pela EBC, cujo trabalho de produção e divulgação das informações responde aos interesses do poder Executivo.

termos emocionais e afetivos a partir de imagens que materializam o luto por uma derrota tão apertada do ponto de vista numérico. Para esses saberes e no contexto das eleições presidenciais, o acontecimento histórico a ser discursivizado é a derrota do candidato Aécio e não a vitória da candidata Dilma.

A última fotografia que utilizamos nesta análise ajuda a tocar em outro ponto que consideramos sensível para o fotojornalismo: a não-literalidade e univocidade de sentido a partir de uma dada fotografia jornalística. Diante de um texto, neste caso uma foto, é necessário que o analista de discurso tenha em mente que qualquer enunciado só produz sentido porque emerge de condições de produção sócio-históricas e circunstanciais. E em razão de ser colocado em movimento pelo sistema (semio)linguístico – enquanto estrutura. Sendo assim, nos importa compreender como esta imagem significa ao considerar que o sentido pode ser “sempre outro”, polissêmico.

A legenda da foto nos apresenta algumas pistas importantes para a análise discursiva da imagem, mas não pelo efeito de homogeneidade que procura produzir em relação à imagem e sim por representar um gesto de interpretação auxilia na compreensão das tensões e embates que subjazem ao texto como um todo.

Na figura 4, foi utilizado um plano médio, em que as pessoas são retratadas da cintura para cima. Trata-se de uma angulação clássica para este tipo de foto, uma vez que, nos manuais da área, é possível encontrar descrições que apontem para o uso deste plano em função de que, em tese, ajudaria a relacionar objetos/sujeitos fotográficos, levando a uma suposta visão objetiva da realidade. No entanto, é impossível afirmar que uma fotografia jornalística irá apresentar uma única e consensual interpretação acerca do fato traduzido em imagem. Mesmo que o cenário possa ter sido montado pelos assessores do então candidato tucano, antes de começar a coletiva, não é possível se antecipar a cada clique dos fotógrafos lá presentes, pois as expressões dos aliados de Aécio e a dele própria se modificam conforme o que está sendo dito. E o gesto de interpretação do qual resultará o texto fotográfico é um recorte de toda essa situação movente/movediça.

Durante o discurso de encerramento da campanha foram registradas diversas cenas, com expressões mais ou menos tristes. O uso de uma imagem, na qual a maioria dos sujeitos que a compõem está com um olhar de resignação ou de cabeça baixa, é representativo do modo como a FDCI se relaciona com o acontecimento histórico da eleição presidencial de 2014 e produz sentido acerca do mesmo. Os sentidos autorizados pela FDCI

são apenas os que atribuem um caráter central à Dilma Rousseff: o foco é repercutir a sua vitória e não a derrota do outro candidato. Percebemos, com isso, que os movimentos discursivos produzidos pelas duas FDs vão em direções opostas, explicitando o antagonismo entre elas e as tensões socio-históricas que perpassam o acontecimento histórico da eleição presidencial de 2014.

Assim, a escolha da RBA por uma foto que busca retratar um sentimento de tristeza revela muito mais do que apenas isso: “gerada e gerida discursivamente, devemos admitir que o que a imagem “mostra”, o seu “visível”, não lhe é intrínseco, mas sim (sobre)determinado pela formação discursiva a partir da qual o sujeito histórico a produz” (QUEVEDO, 2012, p. 2710). Sob esta perspectiva, a FDCI produz um gesto de determinação do que pode, deve ou convém ser dito (visto/mostrado) e o que não pode, não deve ou não convém ser dito (visto/mostrado). Isto é, que, em diversos momentos de sua fala, o então candidato tucano sorriu e acenou com a esperança de “reverter” o resultado das urnas. Para os saberes desta FDs a vitória de Dilma deve ser significada de modo definitivo e qualquer discussão em torno desse resultado deve ser silenciada. Qualquer possibilidade de dúvida em torno desse acontecimento histórico deve ser negada e denegada⁶.

É importante, portanto, que, ao trabalhar o fotojornalismo, se parta de algumas premissas básicas: 1) o olhar do repórter fotográfico é sobredeterminado, seja pela possibilidade de construção anterior da cena, seja pelo direcionamento da empresa na projeção do clique; 2) a busca pela “condução” do olhar do outro leva a uma teia de (in)visibilidades que também produz sentido.

Considerações finais

Neste texto, buscamos desfazer a evidência da imagem como reprodução da realidade e ressaltar que a fotografia jornalística é discurso, é um modo (entre tantos) de produção de sentido. Conforme nossa perspectiva, a isenção, imparcialidade ou neutralidade de que tanto se fala no jornalismo se trata, em verdade, do discurso dominante em uma sociedade concreta. Tal fenômeno pode ser identificado ao levarmos em conta a lógica da formação social capitalista, que aponta para uma profunda mercantilização das práticas sociais. Compreendemos que o embate que se estabelece entre as chamadas “mídia comercial” e “mídia alternativa”, no Brasil, está no cerne

⁶ Conforme Indursky (1990) trata o conceito de denegação em AD.

dessa problematização. É por isso que buscamos identificar as formações discursivas que estão em jogo nos discursos jornalísticos em funcionamento no Brasil.

Ao partir da premissa de que o texto noticioso é discurso, defendemos em nossas análises, conforme Souza (1997 e 2001) e Quevedo (2012), que as imagens jornalísticas também resultam de gestos de interpretação. Buscamos compreender como esses gestos se mostram intrinsecamente ligados ao fazer jornalístico. Com isso, desnaturaliza-se a ilusão de que o que é dito só poderia ser dito daquela forma, pois cada gesto assinala o posicionamento político-ideológico dos diferentes veículos de comunicação regulados por FDs antagônicas. E, assim, levamos em conta que aquilo que é perceptível (ou não) no âmbito de uma dada FD determinará a produção de sentidos.

A esse respeito, a identificação de que existem duas FDs, antagônicas (FDI e FDCI), disputando a consciência do público, por meio de produções jornalísticas, já é capaz de negar a existência de qualquer possibilidade de transparência ou neutralidade da linguagem em pauta.

É esse panorama que nos permitiu conceber a imagem enquanto materialidade discursiva que produz sentido para além do ponto de vista técnico fotográfico. E, então, buscamos demonstrar que o texto noticioso imagético deve ser lido em relação ao contexto de sua produção (socio-histórico e circunstancial), à FD que o regula, aos conflitos pela dominação do sentido, etc.

O viés discursivo, enquanto proposição teórica que subjaz um modo de olhar para o jornalismo, parte da língua, mas não se encerra nela. Isso porque ao fazer uma referência analítica aos AIE, Pêcheux (2009) chama a atenção para o caráter heterogêneo das formações discursivas. É por esta via teórica que o autor coloca em causa a luta de classes, trazendo à baila a relação entre infraestrutura (base econômica) e superestrutura (ideológica) como um processo de reprodução/transformação das relações de produção existentes.

Para o autor a luta de classes se dá não só na estrutura econômica, mas também nos AIE, sem propor a sobreposição de uma estrutura sobre a outra, pois há um inegável processo de influência mútua. Sendo assim, embora seja correto pensar que existe uma sobredeterminação do poder econômico no processo de construção da informação, é preciso ponderar, também, conforme demonstramos em nossas análises, que, ao assumir diferentes posições no seio de uma das duas FDs, é possível que se produzam

diferentes sentidos.

As análises aqui apresentadas podem ser lidas como uma possibilidade de fotograma do panorama social atual, pois mostram como a mídia, enquanto AIE e a partir de duas FDs antagônicas, produz sentido em relação aos conflitos e tensões vivenciados no Brasil. Nosso gesto analítico buscou evidenciar a trama histórica funcionando na imagem enquanto texto jornalístico que põe em funcionamento o jogo de forças para dominação dos sentidos produzidos na cobertura da eleição presidencial de 2014.

Ao abordarmos esses aspectos em relação ao fazer jornalístico e ao texto noticioso, compreendemos que, na mesma medida em que há dominação (por parte do poder político-econômico que controla os diferentes grupos de mídia), há, também, resistência no processo de produção de discursos jornalísticos.

Referências

ALTHUSSER, L. Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado. In: ZIZEK, S. **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p. 105-142.

CUMPRI minha missão, afirma Aécio em discurso após derrota. **Folha de São Paulo**, outubro de 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1538756-combati-o-bom-combate-afirma-aecio-em-discurso-apos-derrota.shtml>>. Acesso em: 29 out. 2016.

DELA-SILVA, S. A televisão na imprensa brasileira: sujeito e sentidos entre os acontecimentos histórico, jornalístico e discursivo. In: INDURSKY, F; MITTAMANN, S; LEANDRO-FERREIRA, M. C. (Org.). **Memória e história na/da análise de discurso**. Campinas: Mercado de Letras, 2011. p. 287 – 306.

_____. (Des)construindo o acontecimento jornalístico: por uma análise discursiva dos dizeres sobre o sujeito na mídia. In: FLORES, G. G. B.; NECKEL, N. R. M.; GALLO, S. M. L. (Orgs.). **Análise de discurso em rede: cultura e mídia**. Campinas-SP: Pontes Editores, 2015, v. 1, p. 213-232

EM discurso curto, Aécio se despede com citação a São Paulo e sem falar de Minas. **Rede Brasil Atual**, outubro de 2014. Disponível em: <<http://www.redebrasilatual.com.br/eleicoes-2014/em-discurso-curto-aecio-se-despede-com-citacao-a-sao-paulo-e-sem-falar-de-minas-8529.html>>. Acesso em: 29 out. 2016.

EM discurso da vitória, Dilma prega diálogo e reforma política com par-

ticipação popular. **Rede Brasil Atual**, outubro de 2014. Disponível em: <<http://www.redebrasilatual.com.br/eleicoes-2014/em-discurso-da-vitoria-dilma-prega-dialogo-e-reforma-politica-com-participacao-popular-3634.html>>. Acesso em: 25 jun. 2016.

ELEIÇÕES 2014 – **Folha de S. Paulo**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/especial/2014/eleicoes/>>. Acesso em: 18 jan. 2016.

ELEIÇÕES 2014 – **Rede Brasil Atual**. Disponível em: <<http://www.redebrasilatual.com.br/eleicoes-2014>>. Acesso em 18 jan. 2016.

ERNST-PEREIRA, A. A Falta, o Excesso e o Estranhamento na Constituição/Interpretação do Corpus Discursivo. 2009. Trabalho apresentado no IV Seminário de Estudos em Análise do Discurso - **SEAD**, Porto Alegre, 2009.

ERNST-PEREIRA, A; QUEVEDO, M. Uma mesma diferente imagem: que objeto é esse? In: **Entretextos**, Londrina, v. 03, n. 02, jul./ dez. 2013, p. 266-287.

GUARESCHI, P; BIZ, O. **Mídia e democracia**. Porto Alegre: Evangraf, 2005.

INDURSKY, F. **A fala dos quartéis e as outras vozes**. Campinas, Editora da Unicamp, 1997.

_____. A memória na cena do discurso. In INDURSKY, F; MITTMANN, S.; FERREIRA, M. C. L. (Orgs.). **Memória e história na/da análise do discurso**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2011.

_____. O sujeito e as feridas narcísicas dos linguistas. In: **Gragoatá**, n. 5. Niterói, RJ: EdUFF, 2º sem. 1998.

_____. Polêmica e Denegação. In: **Cadernos de Estudos Linguísticos**. Campinas: Unicamp, nº 19 jul/dez, 1990.

_____. Unicidade, desdobramento, fragmentação: a trajetória da noção de sujeito na Análise do Discurso. In: MITTMANN, S.; GRIGOLETTO, E.; CAZARIN, E. A. (Orgs.). **Práticas discursivas e indentitárias: sujeito e língua**. Porto Alegre: Nova Prova, 2008. p. 9-33.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34 Ltda, 1999.

NA disputa mais acirrada da história, Dilma é reeleita presidente do Brasil. **Folha de São Paulo**, outubro de 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1537894-dilma-e-reeleita-presidente-do-brasil.shtml>>. Acesso em: 28 jul. 2016.

OLIVEIRA, E. M.; VICENTINI, A. **Fotojornalismo: uma viagem entre o**

analógico e o digital. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

ORLANDI, E. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 1996.

_____. **Análise de discurso. Princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes. 2007. 7. ed.

_____. Discurso e argumentação: um observatório do político. In: **Fórum linguístico**. Florianópolis, julho a dezembro de 1998.

_____. **Discurso e Leitura**. São Paulo: Cortez; Campinas, SP: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1993.

_____. **Interpretação**: Autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. 4. ed. Campinas: Pontes, 2004.

_____. Segmentar ou recortar? In: **Linguística: Questões e Controvérsias**. Uberaba, n. 10, 1984, p. 9-26.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 4. ed., São Paulo: Editora da UNICAMP, 2009.

_____.; FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas. In: GADET, F.; HAK, T. (Orgs). **Por uma análise automática do discurso**. São Paulo: UNICAMP, 1993.

QUEVEDO, M. **Do gesto de reparar a (à) gestão dos sentidos. Um exercício de análise da imagem com base na Análise do Discurso**. Dissertação de Mestrado. Universidade Católica de Pelotas, 2012.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2 ed., 2005.

_____. **Teorias do jornalismo, A Tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, V. II, 3 ed., 2013.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1985.

ŽIŽEK, S. Como Marx inventou o sintoma. In: ZIZEK, S. **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

ZOPPI-FONTANA, M. **Cidadãos Modernos**: discurso e representação política. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.