



**“Eles Sabiam de Tudo”:
O Dito e o Não Dito no Discurso de Capa da Revista Veja.¹**

Cleófanés Noronha Felipe e SOUZA²

Adriano Lopes GOMES³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN.

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar a manchete de capa da revista *Veja* (edição nº 2397, de outubro/2014), que traz o enunciado: “*Eles sabiam de tudo*”. Na imagem, a presidente Dilma Rousseff, então candidata à reeleição, aparece ao lado do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. A revista chegou às bancas três dias antes da votação do 2º turno, gerando grande impacto nas mais diversas mídias. A análise das “vozes” presentes nesse enunciado, embasada na teoria polifônica da enunciação de Oswald Ducrot e numa leitura semiótica das imagens, desvenda o dito e o não dito, respondendo à pergunta: quais foram os sentidos mobilizados pela *Veja* na produção desse enunciado? A análise revela a articulação de um discurso ideológico, iniciado há 10 anos, e ainda em andamento, direcionado à desconstrução das marcas: PT, Dilma e Lula.

Palavras-chave: discurso; linguística; polifonia; enunciado; semiótica.

Introdução

Todo enunciado é portador de um sentido que lhe foi conferido por um locutor para um destinatário que fala a mesma língua. Na Teoria Polifônica da Enunciação verificamos que o que é dito pode estar permeado de outros sentidos, não ditos, outras “vozes” ocultas, a serem desvendadas. Esse trabalho se propõe a analisar o que é dito e mostrado, bem como desvendar o que não foi dito e não foi mostrado no contexto do polêmico enunciado de capa da revista *Veja*.

A eleição à presidência da república do Brasil, realizada em 5 de outubro de 2014, foi disputada por 11 candidatos e nenhum deles conquistou a maioria absoluta, ou seja, 50% dos votos mais um, excluídos os votos brancos e nulos. Assim, em razão do disposto nos artigos 29, inciso II, e 77 da Constituição Federal, foi realizado, em 26 de outubro, um segundo turno entre os dois candidatos mais votados.

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Especialista em Publicidade e Marketing na Gestão de Marcas pela UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, e-mail: cleofanes.noronha@gmail.com

³ Professor Doutor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem – PpgEL, da UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, e-mail: adrianoufrn@gmail.com

A candidata do Partido dos Trabalhadores (PT), Dilma Rousseff, chegou ao segundo turno das eleições presidenciais do Brasil com 41,59% dos votos válidos. O segundo candidato mais votado foi Aécio Neves do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), com 33,55%. Os votos brancos somaram 3,84% e os nulos 5,8%⁴.

No 2º turno, o candidato Aécio Neves recebeu o apoio da candidata Marina Silva, do Partido Socialista Brasileiro (PSB), que obteve a terceira maior votação no primeiro turno, quando conquistou 21,32% dos votos válidos. Esse apoio tornou a disputa ainda mais acirrada, conforme pesquisas divulgadas pela imprensa brasileira.

Em 23 de outubro de 2014 (com data de capa de 29 de outubro de 2014), três dias antes da eleição, a revista *Veja* chegou às bancas e aos assinantes, em todo o Brasil, com a manchete de capa “Eles sabiam de tudo” (figura 1), afirmando que Dilma Rousseff e o ex-presidente da república, Luiz Inácio Lula da Silva, seu principal aliado e articulador político da campanha, tinham conhecimento do esquema de corrupção na Petrobras.



Figura 1: Revista *Veja* (capa) de 29 de outubro de 2014. Fonte: acervo digital da Revista *Veja*.

Referencial teórico e metodológico

O *corpus*, constituído pelo enunciado “*Eles sabiam de tudo*”, é aqui analisado à luz da Teoria Polifônica da Enunciação, doravante denominada TPE, desenvolvida pelo linguista francês Oswald Ducrot, a partir de estudos que realizou sobre a Teoria do

⁴ Fonte: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-eleitorais-2014-resultado>



Dialogismo, estabelecida pelo pensador russo Mikhail Bakhtin, da qual resgataremos os princípios fundamentais para um melhor entendimento da TPE.

Os estudos de Bakhtin, a partir do final da década de 20, trouxeram uma nova visão aos estudos lingüísticos e seu trabalho foi posicionado no interior de uma nova ciência, a *Metalingüística*, também denominada de *Translingüística*. Para Bakhtin, a língua não deveria ser vista como um sistema estruturado, exterior ao indivíduo e analisável isoladamente, como faziam os seguidores de Saussure. O objeto dessa nova ciência era o discurso, a língua em sua integridade concreta e viva. (BAKHTIN, 1999).

[...] a Linguística estuda a linguagem propriamente dita com sua lógica específica na sua generalidade, como algo que torna possível a comunicação dialógica, pois ela abstrai conseqüentemente as relações propriamente dialógicas. Essas relações se situam no campo do discurso, pois este é, por natureza, dialógico e, por isso, tais relações devem ser estudadas pela Metalingüística, que ultrapassa os limites da Linguística e possui objeto autônomo e metas próprias. (BAKHTIN, 2005, p. 183).

Dentre as definições de Bakhtin que se situam na dialogia está a de que os textos caracterizados como polifônicos são aqueles em que as várias vozes que os constituem se explicitam, deixando-se perceber, e falam sem que uma dentre elas necessariamente prevaleça. Ou seja, todo discurso é composto por palavras ou ideias de outrem. Bakhtin, nesses estudos, referia-se aos romances de Dostoiévski. Para Bakhtin,

(...) o enunciado é uma unidade discursiva, pois se constrói a partir do já-dito ligando-se, igualmente, ao não-dito (memória discursiva) e aos enunciados que serão ainda ditos posteriormente. Por essas características, o enunciado não pode ser estudado a partir de uma simples abordagem lingüística. (BORGES; JESUS, 2010, p. 153).

Inspirado no princípio dialógico de Bakhtin, Ducrot adotou o campo conceitual da lingüística da enunciação para defender as suas ideias sobre polifonia, não se situando apenas nos gêneros literários, como Bakhtin. Desenvolvendo uma abordagem diferente quanto ao *corpus*, Ducrot contraria o pressuposto teórico básico bakhtiniano de que a lingüística não é capaz de dar conta da dialogia e desenvolve uma série de princípios e noções que resultam na Teoria Polifônica da Enunciação. Ducrot denomina essa nova disciplina de “pragmática semântica” ou “pragmática lingüística”, no interior da qual se situam suas pesquisas sobre polifonia. (DUCROT, 1987, p. 163).

Análises

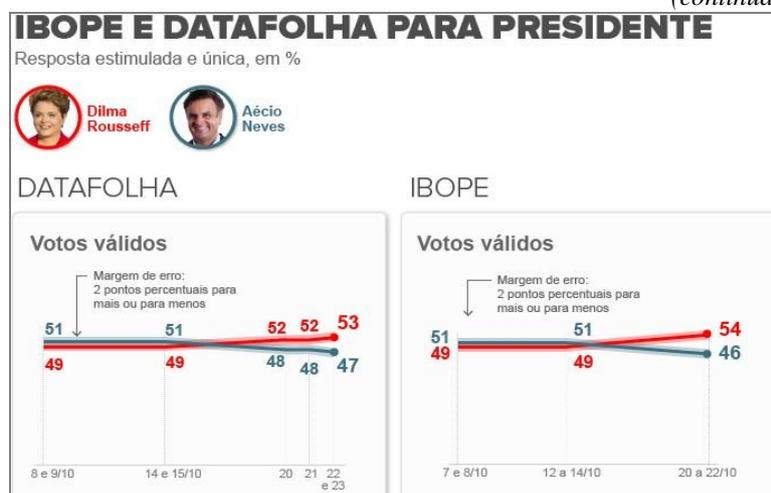
a) O ambiente do discurso

Iniciamos a análise do nosso *corpus* resgatando o momento histórico-político da eleição presidencial de 2014, o ambiente e as circunstâncias em que o discurso é criado e onde os sentidos do enunciado são estabelecidos. A fim de evitar qualquer influência ideológica partidária no decorrer desse resgate, os dados selecionados se limitam a mostrar o momento da eleição compreendido entre o resultado do primeiro turno e o decorrer do segundo turno, através dos números das pesquisas eleitorais realizadas pelos institutos de pesquisas IBOPE e Datafolha.

As pesquisas, realizadas no 2º turno (dias 8 e 9, e 14 e 15 de outubro de 2014, pelo IBOPE; e em 7 e 8, e 12 a 14, do mesmo mês, pelo Datafolha), mostravam o candidato Aécio Neves com 51% das intenções de voto e a candidata Dilma Rousseff com 49%, tecnicamente empatados, dentro das margens de erro das pesquisas (2% para mais ou para menos).

Em 23 de outubro, novas pesquisas IBOPE e Datafolha, realizadas nos dias 20, 21 e 22/10, pelo Datafolha; e de 20 a 23/10, pelo IBOPE, foram divulgadas mostrando a candidata Dilma Rousseff (PT), pela primeira vez no 2º turno, à frente do candidato Aécio Neves (PSDB), mesmo sendo levada em conta a margem de erro de dois pontos percentuais. Na pesquisa IBOPE, a candidata petista apareceu com 54% dos votos válidos, contra 46% do seu opositor. Com números semelhantes, a pesquisa do Datafolha mostrou Dilma Rousseff com 53% e Aécio Neves com 47% dos votos válidos (figura 2).

(continua)



(conclusão)



Figura 2: Ibope e Datafolha para Presidente. Infográfico⁵ elaborado em 23/10/2014. Fonte: Portal G1.

Nesse contexto de consolidação da virada da candidatura Dilma Rousseff sobre a de Aécio Neves nas pesquisas eleitorais, a revista *Veja*, como já foi dito, chega às bancas e aos seus assinantes, em todo o Brasil, em 23 de outubro de 2014 (com data de capa de 29 de outubro de 2014), três dias antes da eleição, trazendo a manchete: “Eles sabiam de tudo”, afirmando que Dilma Rousseff e o ex-presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, seu principal aliado e articulador político da campanha, tinham conhecimento do esquema de corrupção na Petrobras. Na capa, o esquema é denominado de *Petrolão*, em referência direta à denominação que foi dada a outro esquema de corrupção (compra de votos), tratado pela imprensa e conhecido pela população brasileira como *Mensalão*.

No dia 25 de outubro de 2014, um dia antes da votação do 2º turno, foram divulgadas na mídia mais duas pesquisas nacionais de intenção de voto. A pesquisa IBOPE⁶, encomendada pela TV Globo e pelo jornal O Estado de São Paulo, mostrava a candidata Dilma Rousseff (PT) com 53% das intenções dos votos válidos⁷, seis pontos percentuais à frente do candidato Aécio Neves (PSDB), que obteve 47%. A pesquisa IBOPE, portanto, apontava a vitória da candidata petista. Essa pesquisa foi realizada nos dias 24 e 25 de outubro, com 3.010 eleitores, em 206 municípios brasileiros. A margem

⁵ Fonte: <http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/blog/eleicao-em-numeros/post/no-datafolha-e-no-ibope-dilma-aparece-pela-1-vez-frente-de-aecio-no-2-turno.html>

⁶ Pesquisa registrada no TSE – Tribunal Superior Eleitoral, sob o protocolo número BR-01195/2014.

⁷ Os institutos de pesquisas eleitorais utilizam apenas os votos válidos para alcançar os resultados.



de erro foi de dois pontos percentuais para mais ou para menos, com um nível de confiança de 95%.

A outra pesquisa de intenção de voto para presidente do Brasil e divulgada no dia anterior à eleição foi realizada pelo Datafolha⁸, sob encomenda da TV Globo e do jornal Folha de São Paulo. Nessa pesquisa, a candidata Dilma Rousseff apareceu numericamente na frente, com 52%, mas empatada tecnicamente com Aécio Neves que obteve 48%. A pesquisa do Datafolha foi realizada no mesmo período da pesquisa feita pelo IBOPE e ouviu 19.318 eleitores, em 400 municípios brasileiros. A margem de erro foi de dois pontos percentuais, para mais ou para menos, com um nível de confiança de 95%.

O relatório final do resultado do 2º turno da eleição presidencial, ocorrida no dia 26 de outubro de 2014, emitido pelo TSE – Tribunal Superior Eleitoral, registra que Dilma Rousseff recebeu 54.501.118 votos (51,64% dos votos válidos), obtendo a maioria absoluta dos votos válidos; e Aécio Neves obteve 51.041.155 votos (48,36% dos votos válidos)⁹.

b) Os elementos da teoria de Ducrot

Na TPE de Ducrot, a frase não pertence ao domínio do observável, sendo apenas um objeto teórico da gramática. O que deve ser tomado como observável é o enunciado. “No trabalho do linguista semanticista, o sentido pertence ao domínio do observável, ao domínio dos fatos: o fato que temos de explicar é que tal enunciado tem tal(is) sentido(s), ou seja, que ele é suscetível de tal(is) interpretação(ões)” (DUCROT, 1987, p. 170). O sentido é considerado, portanto, uma descrição da enunciação.

A enunciação é constitutiva dos sentidos dos enunciados, revelando o que o enunciado quer dizer, ou seja, a enunciação é o acontecimento constituído pelo aparecimento de um enunciado. “A existência de uma fonte e de um alvo estão entre as qualificações que o sentido atribui (ou não) à enunciação”. (DUCROT, 1987, p. 184).

Segundo a teoria polifônica da enunciação, um dos atributos do sujeito falante é “ser o autor, a origem dos atos elocutórios realizados na produção do enunciado. O

⁸ Pesquisa registrada no TSE – Tribunal Superior Eleitoral, sob o protocolo número BR-01210/2014.

⁹ Fonte: www.tse.jus.br/noticias-tse/2014/Dezembro/plenario-do-tse-proclama-resultado-definitivo-do-segundo-turno-da-eleicao-presidencial



sujeito é aquele que ordena, pergunta, afirma etc.” (DUCROT, 1987, p. 178). O sujeito do enunciado é, portanto, aquele a quem se atribui a formação de um julgamento, escolha das palavras e a utilização de regras gramaticais. O sujeito falante, presente no *corpus* é, portanto, a revista Veja.

O locutor é uma entidade abstrata, responsável pela enunciação que tem como correspondente o alocutário, aquele ao qual se dirige a enunciação. Para Ducrot, em certos enunciados podemos observar uma pluralidade de responsáveis (locutores) e há “casos em que, de uma maneira quase evidente, o autor real tem pouca relação com o locutor, ou seja, com o ser, apresentado, no enunciado, como aquele a quem se deve atribuir à responsabilidade da ocorrência do enunciado”. (DUCROT, 1987, p. 182).

Em “*Eles sabiam de tudo*” verifica-se a presença de três locutores: 1) a revista Veja, responsável pela enunciação, ou seja, pelo acontecimento apresentado no enunciado, porém, claramente na posição de não responsável por esse ponto de vista, permanecendo neutra em relação ao que é dito. 2) A figura do doleiro Alberto Youssef, a quem o locutor (revista Veja) atribui o seu enunciado, em função da revelação feita por ele de que “Lula e Dilma Rousseff tinham conhecimento das tenebrosas transações na estatal”. (VEJA, 2014, capa). 3) Enfim, o terceiro locutor presente é aquele a quem interessa a denúncia presente no enunciado, uma voz presente nas sombras, teoricamente corresponsável pelo aparecimento do enunciado, pelo fato de estar sendo beneficiado com a denúncia, ou seja, a candidatura de Aécio Neves.

Esta análise do sentido do enunciado está localizada no contexto histórico da acirrada eleição presidencial, conforme se verifica nos resultados das pesquisas já apresentadas. Ducrot postula em sua teoria que é preciso ver na enunciação somente um conjunto de instruções para a interpretação de seus enunciados, não havendo nenhuma razão para se estipular quem é o responsável pelo ponto de vista. É suficiente, apenas, que a enunciação marque o lugar de tal responsável (enunciador), ao mesmo tempo em que marque o lugar de um locutor (responsável pela enunciação); e que a própria enunciação exija do interpretante encontrar, para construir o sentido, os indivíduos a quem atribuir estas responsabilidades. (DUCROT, 1987).

Na afirmação “*Eles sabiam de tudo*” verifica-se, inicialmente, a presença de dois enunciadores: um, negativo (“*Eles não sabiam de nada*”), ao qual os locutores se opõem; e outro, afirmativo, (“*Eles sabiam de tudo*”), que os locutores assumem. Nos



enunciados afirmativos, toda vez que se diz algo, imagina-se alguém que pensaria o contrário, fazendo aparecer um enunciador diferente do locutor, e que supõe, no caso, que “*Eles não sabiam de nada*”. Na concepção polifônica de Ducrot, os enunciadores são definidos como seres discursivos, intermediários entre o locutor e os pontos de vista, constituindo-se a fonte desses pontos de vista.

A Veja é a revista semanal de informação de maior circulação no Brasil e a segunda no mundo, segundo o Auditit Boreau of Circulations – ABC. A revista amplia sua penetração na mídia com o site <http://veja.abril.com.br/>, e está presente nas redes sociais (Twitter, Facebook e Google+), além de uma completa versão *mobile* para *tablets*, *smartphones* e celulares. A versão impressa tem uma tiragem média semanal de 1.027.682 exemplares, dos quais 906.594 são destinados aos assinantes; e 121.088 são vendas avulsas¹⁰.

Segundo o instituto de pesquisas IPSOS Marplan, a versão impressa da revista Veja atinge, semanalmente, 8,9 milhões de leitores. Seus leitores são 45% homens e 55% mulheres; e 59% pertencem às classes AB¹¹. No site, a participação masculina (66%) é maior que a feminina (34%); e 77% pertencem às classes AB. O número de *pageviews* é de 61 milhões, com 8,5 milhões de *unique visitors*¹².

A Veja conta ainda com 5,6 milhões de seguidores no Facebook; 4,4 milhões no Twitter; e 2,8 milhões de seguidores no Google+. A versão digital, para *tablets* e *smartphones* conta com 148 mil assinantes, dos quais 90% são homens. A idade média é de 45,6 anos e 41% têm renda familiar acima de 15 mil reais¹⁰.

c) Inferências complementares

Através de algumas inferências, pode-se identificar a presença de outras “vozes”, outros enunciadores, negativos e positivos, caracterizando a pluralidade de enunciadores aos quais os locutores opõem-se ou assumem. *Inferência afirmativa*: Eles (Dilma e Lula) sabiam dos desvios de verba na Petrobras e não fizeram nada. *Inferência afirmativa conclusiva*: Eu votei em Dilma e ela traiu a minha confiança. *Inferência negativa*: Eles (Dilma e Lula) não fizeram nada porque não sabiam do esquema de desvio de verbas da Petrobras. *Inferência negativa conclusiva*: Eles são inocentes.

¹⁰ Fonte: IVC – Instituto Verificador de Circulação (média de janeiro a setembro de 2014).

¹¹ Fonte: EGN Marplan (junho de 2013 a julho de 2014).

¹² Fonte: Conscore (novembro de 2014).

d) A construção do discurso ideológico

O discurso ideológico “*Eles sabiam de tudo*” começou a ser construído na mídia pela revista Veja em 13 de julho de 2005, na revista Veja, edição nº 1913 (figura 2), com o enunciado: “*Ele sabia?*”. A edição divulgou uma pesquisa da Ipsos-Opinion mostrando que “55% dos brasileiros acreditavam que o presidente sabia, sim, do esquema do mensalão, montado por seu partido para pagar políticos da base aliada”. Os 55% referem-se à soma dos entrevistados que responderam que: “*Lula sabia, mas não fez nada*” (39%); e “*Lula sabia e foi envolvido*” (16%). 45% dos entrevistados, responderam que “*Lula não sabia de nada*” (VEJA, 2005, p. 60-61). Essas expressões entre aspas aparecem literalmente na matéria de divulgação da pesquisa, o que nos faz crer que se constituíam das alternativas dadas aos entrevistados¹³.



Figura 3: Revista Veja (capa) de 13 de julho de 2005. Fonte: acervo digital da Revista Veja.

e) Imagem também fala

Seguindo o modelo para leitura de imagens proposto pela pesquisadora Sandra Ramalho e Oliveira, vamos “penetrar na complexidade da imagem, com vistas a uma leitura que contemple o seu todo, ou para que se perceba integralmente seu plano de

¹³ Acervo digital da Veja, ed. 1913, 13/07/2005. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>

expressão” (OLIVEIRA, 2009, p. 49) e revelar os sentidos mobilizados pela revista na produção do enunciado, *corpus* desse estudo.

Utilizando o recurso gráfico da fotomontagem, a imagem de capa revela o rosto da presidente Dilma Rousseff, então candidata à reeleição, ao lado do rosto do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (figura 1), através do direcionamento de dois focos de iluminação, direcionados para seus rostos. Tal recurso sugere que eles estavam sempre ali, escondidos no escuro das salas do poder, vendo tudo acontecer, construindo o sentido do enunciado “*Eles sabiam de tudo*”.

Ao terem suas presenças reveladas na escuridão, os personagens reagem. Lula olha em direção à luz, focada no seu rosto, cerra os lábios e o olhar em meio às sombras, revela uma expressão de paralisia, como alguém que fica sem ação ao ser descoberto fazendo algo errado. Por sua vez, Dilma arqueia as sobrancelhas, cerra os dentes com a boca semiaberta e desvia o olhar em direção ao subtítulo que, neste caso, foi diagramado sobre o título, no centro do *layout* da capa. A expressão dela é a de quem pensa algo como: “*Droga, fui descoberta!*”.

Ambas as fotos (Dilma e Lula) foram nitidamente manipuladas por *softwares* de edição de imagens, que aplicaram cores pálidas em seus rostos, o que nos remete aos estereótipos de “*seres do mal*”, como os vampiros, tão popularizados pelas obras cinematográficas. Essa relação sugere a presença de sugadores de sangue, fortalecida pela cor vermelha da manchete, que também é a cor do Partido dos Trabalhadores (PT). Ao lado disso, o cenário sombrio onde os personagens estão inseridos reforça essa ideia.

A fotomontagem revela somente a metade da face de cada personagem, sugerindo que os dois se fundem em uma só pessoa (um é a cara-metade do outro), o que novamente insinua uma cumplicidade. O título da revista (*Veja*) ganha destaque na diagramação da capa por seu forte contraste com o *background*, parecendo, propositalmente, fazer parte do enunciado: “*VEJA: Eles sabiam de tudo*”. Assim, constituída a leitura, constrói-se o sentido da palavra “*VEJA*” como: “*Observe! Olhe! Aqui está a prova de que eles sabiam de tudo*”.

Ao lado disso tudo, o “*Eles*”, no discurso de capa “*Eles sabiam de tudo*”, transmite ainda o sentido de “*Eles, do PT*”, desconstruindo as marcas Dilma e Lula fundidas na fotomontagem e, por extensão, a imagem do PT (Partido dos Trabalhadores), do qual os dois são os maiores representantes. O trecho da frase “...

sabiam de...” constrói o sentido óbvio de que eles “*tinham o conhecimento do fato*” ou “*eles estão envolvidos*”. Já o “*...tudo*”, no discurso, é utilizado pelo sujeito falante para intensificar o sentido de gravidade do que foi dito, significando “*totalmente cúmplices do esquema de corrupção na Petrobras*”.

Curiosamente, a composição de *layout* da fotomontagem já havia sido utilizada pela revista *Veja* na edição nº 2281, de 8 de agosto de 2012, quando tratou o tema “*Vingança*” como alavanca de audiência da TV Globo, através da telenovela *Avenida Brasil*. O mesmo esquema visual aparece no cartaz do filme norte-americano “*Face/OFF*”, de 1997, traduzido para o português como “*A Outra Face*”, onde o personagem do vilão (um assassino) troca de rosto com o personagem do herói (um policial). Comparativo na figura 4:



Figura 4: Comparativo – Revistas *Veja* (capas das edições nº 2397 e 2281) e cartaz do filme *Face OFF*. Fontes: acervo digital da Revista *Veja* e Internet.

f) As “vozes ressonantes”

No mesmo dia em que a revista *Veja* chegou às bancas e aos seus assinantes de todo o Brasil (em 23 de outubro de 2014), a militância digital do Partido dos Trabalhadores (PT) criou a *hashtag*: #desesperodeveja. O objetivo era, além da crítica, estimular os internautas a criarem fotomontagens irônicas da capa da referida edição. Uma *hashtag* é composta por uma palavra-chave, no caso “*desesperodeveja*”, antecedida pelo símbolo (#). Funciona como um *hiperlink* na WEB. Ao clicar na *hashtag*, o usuário da Internet é direcionado para o *site* onde o tema da palavra-chave está sendo discutido.

Esse recurso foi amplamente divulgado pela militância digital petista através de canais como Twitter, Facebook, Instagram e Google+; e ainda indexado a vários mecanismos de busca. A reação foi imediata e gerou mais de 300 (trezentas) fotomontagens, postadas a partir do próprio dia 23, até o dia 28 de outubro de 2014. A *hashtag* alcançou grande popularidade entre os usuários das redes sociais, caracterizando-se como um “*meme*” (termo utilizado na Internet para definir imitações de frases, imagens, músicas, ideias e *hashtags*, normalmente irônicas e bem-humoradas, feitas e postadas por internautas – conforme figura 5).



Figura 5: Artes de internautas. Fonte: Internet, #desesperodeveja.

Resultados

A articulação do discurso ideológico de desconstrução das marcas *PT*, *Dilma* e *Lula* continua evidente. Em 2015, uma nova pesquisa, seguindo o discurso ideológico “*Eles sabiam de tudo*”, desta vez feita pelo Datafolha, foi divulgada na Internet, no portal G1 da TV Globo. A pesquisa foi realizada no dia 15 de março durante uma grande manifestação popular realizada em São Paulo (SP) que reivindicava, principalmente, o fim da corrupção no Brasil, motivada pelo escândalo na Petrobras, denominado “*Petrolão*”. Desta vez, o alvo foi a presidente Dilma Rousseff, no final do terceiro mês de seu segundo mandato. Segundo a pesquisa, 27% dos entrevistados responderam que “*Dilma sabia da corrupção na Petrobras e deixou ocorrer*”; 36%



afirmaram que “*Ela sabia, mas não podia fazer nada*”; e outros 32% disseram que “*Ela não sabia*”¹⁴.

Considerações finais

Há evidências da existência de uma linha ideológica articulada pela Revista Veja e a Rede Globo direcionada à desconstrução das imagens políticas de Lula, Dilma e, por consequência, do PT. Estes “sinais” são encontrados no discurso escrito onde o “sabia” e o “não sabia” estão sempre presentes e no que é dito por outras “vozes” que permeiam o discurso. As imagens “falam” e sustentam o que é escrito colaborando na construção imagética dos sentidos, através da manipulação de recursos gráficos de fotomontagens recheadas de signos intencionalmente reunidos.

As pesquisas de opinião, encomendadas pela Rede Globo, também deixam evidências da busca intencional da manutenção do discurso: “eles sabiam”, desde a forma como as perguntas são elaboradas até a divulgação dos seus resultados.

Este trabalho abre caminhos para outros estudos na área de comunicação que poderão aprofundar o tema a partir de novos olhares voltados, por exemplo, para reputação de marcas, política, semiótica e análise do discurso, fazendo o acompanhamento do tema na imprensa brasileira, daqui para frente, ou mergulhando com mais detalhamento nos conteúdos das matérias jornalísticas envolvidas nesta pesquisa.

Referências Bibliográficas

BAKHTIN, M. (1929). **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. Tradução de Michel Lahud *et al.* 9. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

_____. (1929). **Problemas da Poética de Dostoiévski**. Tradução de Paulo Bezerra. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

¹⁴ Fonte: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2015/02/1587329-aprovacao-a-governo-dilma-rousseff-cai-e-reprovacao-a-petista-dispara.shtml>



BORGES, M. C. R.; JESUS, S. N. de. Bakhtin/Ducrot: contribuições à análise do discurso **Bakhtiniana (Revista de Estudos do Discurso)**, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 153-163, 1º sem. 2010.

COUTINHO, A. N. L. A utopia polifônica de Bakhtin e as vozes da mídia. **Revista SELL – Simpósio Internacional de Estudos Linguísticos e Literários da UFTM** (Universidade Federal do Triângulo Mineiro), Uberaba (MG), 3. ed., p. 7- 25, nov. 2011.

DUCROT, O. **O Dizer e o Dito**. Trad. Eduardo Guimarães. Campinas (SP): Pontes, 1987.

DUCROT, O.; TODOROV, T. **Dicionário Enciclopédico das Ciências da Linguagem**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2010.

FROSSARD, E. C. M. A teoria do dialogismo de Bakhtin e a polifonia de Ducrot: pontos de contato. **Revista (Con) Textos Linguísticos**, Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), v. 2, n. 2, p. 177-186, 2008.

GROSSI, E. (Org.). **Diálogos bakhtinianos: Bakhtin no texto, na literatura e na sala de aula**. São Paulo: Porto de Ideias, 2011.

MACHADO, I. L.; MELLO, R. de (Org.). **Análises do Discurso Hoje**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira (Lucerna), 2010.

MAINGUENEAU, D. **Análise de Textos de Comunicação**. 6. ed. ampl. São Paulo: Cortez, 2013.

OLIVEIRA, S. R. **Imagem também se lê**. São Paulo: Rosari, 2009.

SANTOS, L. C. B. dos. A Polifonia nas Manchetes de Jornal. **EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n.1, p. 56-63, nov. 2011.

UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL – ULBRA (Org.). **Linguística II**. Curitiba: IBPEX, 2008.

VEJA. São Paulo: Abril, ed. 1913, ano 38, n. 28, 13 julho 2005. 139 p.

VEJA. São Paulo: Abril, ed. 2397, ano 47, n. 44, 29 outubro 2014. 124 p.