

A COPRESENÇA LULA-DILMA NA ISTOÉ EM 2010: UMA ANÁLISE DO DISCURSO POLÍTICO-MIDIÁTICO

Elaine de Moraes Santos

Doutora, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Campo Grande- MS, Brasil

Resumo: Refletir hoje acerca de novas perspectivas ou novas epistemologias em Análise do Discurso (AD), em sua vertente francesa, configura-se como um desafio quase intransponível dada a heterogeneidade de estudos, objetos e diálogos que têm sido focalizados no Brasil, sobretudo em tempos de internet. Além disso, embora o viés político represente a primeira tendência na escrita da história da AD, também nesse domínio grupos e pesquisadores brasileiros têm aumentado ainda mais o escopo do campo discursivo, em especial na articulação com as mídias. Dada a relevância desse processo, este artigo estabelece um exercício analítico de um arquivo formado por 53 edições da revista IstoÉ, que foram publicadas em 2010 – ano de eleições presidenciais no país. Para tanto, propomos o acionamento da noção de copresença como categoria teórico-metodológica de análise da corporeidade política do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva e de sua candidata, Dilma Rousseff, na cobertura midiática da campanha petista. Os resultados¹ apontam que o semanário promoveu enquadramentos discursivos nos quais Lula e Dilma, copresentes em fotomontagens, corroboravam o discurso-denúncia corrente de que a manutenção da concomitância entre as agendas públicas do “criador” e de sua “criatura” era a matéria-prima para o crescimento da ex-ministra nas pesquisas de intenções de voto da corrida presidencial.

Palavras-chave: Corporeidade. Eleições presidenciais. Mídia impressa.

ABSTRACT: Discussions on new perspectives or new epistemologies in French Discourse Analysis (DA) is an almost insurmountable challenge due to the heterogeneity of studies, objects and dialogues in Brazil, especially by the Internet. Although the political line represents the first trend in the history of DA, several Brazilian groups and researchers in this domain have increased the scope of the discursive field, especially with the social media. Due to the relevance of the process, current paper establishes an analytic exercise of a file with 53 editions of the magazine IstoÉ, published in 2010, the years in the elections for president in Brazil were held. The notion of co-presence is underscored as a theoretical and methodological category in the analysis of political corporeity of the then incumbent president Luiz Inácio Lula da Silva and his candidate, Dilma Rousseff, with the media coverage of the PT campaign. Results show that the weekly enhanced discursive framings in which Lula and Dilma, co-present in photomontages, corroborated the current discourse-denouncement that the maintenance of concomitance between the public agenda of the ‘creator’ and his ‘creature’ was the prime matter for the political growth of the former minister in voting intentions within the presidential race.

Keywords: Corporeity. presidential elections. Printed media.

¹ Um recorte desses resultados foi apresentado oralmente, em comunicação individual, no I CIED - Congresso Internacional de Estudos do Discurso. O evento ocorreu na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

[...] a verdade não existe fora do poder ou sem poder [...]. A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder. Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro. (FOUCAULT, 1979, p. 12).

Apresentados como epígrafe, os pressupostos foucaultianos acerca do papel das relações de poder que permeiam cada sociedade, na fabricação de regimes de verdade, apontam o delineamento teórico-metodológico que propomos neste artigo: a leitura do efeito de copresença enquanto categoria produtiva às novas epistemologias da Análise do Discurso (AD) francesa, quando a materialidade tem como condições de emergência (ou de circulação) interfaces de natureza midiática.

O aumento na demanda pela disseminação de novos dispositivos conceituais, à luz do campo discursivo, já é sentido por analistas de toda a América Latina, dada a necessidade crescente de subsidiar a problematização de objetos híbridos, advindos principalmente de formas contemporâneas da política. No Brasil, o período pós-ditadura viu nascer outra lógica no uso da linguagem, do corpo e dos meios de comunicação em campanhas eleitorais, o que tem exigido cada vez mais a efetivação do diálogo entre áreas afins.

Pensando no quanto o batimento entre tais domínios é operacional para o aumento do escopo teórico da AD e em continuidade aos nossos trabalhos anteriores, resgatamos as especificidades do pleito presidencial de 2010 para indagar a forma como a corporeidade discursiva dos sujeitos políticos Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Vana Rousseff foi enquadrada pelas 53 edições do semanário *IstoÉ*, publicadas naquele ano.

Enquanto recorte de uma pesquisa maior, a presente reflexão começa por delinear a historicidade do período em destaque, fazendo reverberar rupturas, deslocamentos e disputas de sentidos. Em um segundo momento, tomamos a trama conceitual do processo de enquadramento da política e do efeito discursivo de copresença para, por fim, analisar as Sequências Enunciativas (SE) do nosso *arquivo* (FOUCAULT, 2010a). Para nosso percurso interpretativo da promoção do efeito de copresença no semanário, optamos por explicitar um mecanismo regular na mídia selecionada: o emprego da corporeidade dos dois sujeitos políticos em fotografias, charges e fotomontagens.

CONDIÇÕES DE POSSIBILIDADE DAS ELEIÇÕES DE 2010

A imersão na mecânica mídia contemporânea, na esteira de Michel Foucault, é um convite à compreensão da minúcia com que as relações de poder regulamentam, organizam e disseminam a fabricação de discursos na sociedade democrática. Trata-se de examinar “as diferentes maneiras pelas quais o discurso desempenha um papel no interior do sistema estratégico em que o poder está implicado, e para o qual o poder funciona” (FOUCAULT, 2010b, p. 253).

Dito isso, pensar o funcionamento de enunciados midiáticos passa pela caracterização de suas *condições de existência* (FOUCAULT, 2010c) – condições que situam histórica e socialmente sua *emergência* e determinam suas *possibilidades* de circulação/transformação. Na corrida presidencial de 2010, a escolha de Dilma Vana Rousseff como sucessora de Luiz Inácio Lula da Silva pelo PT – Partido dos Trabalhadores – irrompeu como *acontecimento discursivo*² (FOUCAULT, 2010c) entre as 53 edições da IstoÉ. Durante o ano eleitoral, um dos enquadramentos regulares no semanário da Editora Três foi a ideia de que a ex-ministra começou a ser preparada já em 2008, dois anos antes do pleito:

SE01: "Dilminha, prepare-se que terei um grande desafio para você. Talvez, o maior da sua vida", disse o presidente Luiz Inácio Lula da Silva à ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff, em conversa em seu gabinete, no Palácio do Planalto, em fevereiro de 2008, numa ensolarada tarde de Brasília. Pela primeira vez, Lula deixava escapar sua intenção de transformar Dilma na candidata à sua sucessão. (ISTOÉ, 01/11/2010, p. 46).

A SE01 constitui parte de uma reportagem especial, publicada em 1º de novembro de 2010. Nela, a matéria promove a repetibilidade de discursos-denúncia de outros veículos³ a respeito de que o presidente teria iniciado sua propaganda eleitoral de forma antecipada – o que, pelas normas de regem as eleições brasileiras, representaria uma prática ilícita. Na continuidade do texto, o discurso relatado do Presidente da República atribui a criação do PAC⁴ à sua ministra e agrega mais uma alusão ao que, no emprego lexical do próprio título, é qualificado como estratégia partidária bem-sucedida: uma “grande parceria”.

SE02: No mês seguinte, em evento na favela da Rocinha, no Rio de Janeiro, Lula batizou a ministra como “a mãe do PAC”. “Ali, na verdade, eu estava começando a prepará-la. Fui colocando Dilma em várias reuniões das quais, teoricamente, ela não precisaria participar. Passei a levá-la para viajar comigo para que visse o mundo com

² “O acontecimento não é da ordem dos corpos. Mas, mesmo assim, de modo nenhum o acontecimento é imaterial; é sempre ao nível da materialidade que ele adquire efeito, que ele é efeito”. (FOUCAULT, 2010c, p. 57).

³ Em Santos (2014), explicitamos o modo como esse processo também ocorreu na revista Veja, por exemplo.

⁴ Programa de Aceleração do Crescimento.

uma concepção mais política. Percebi, então, que estava diante de um animal político não trabalhado”. (ISTOÉ, 01/11/2010, p. 46).

No emprego do advérbio “ali”, o lugar (evento/favela da Rocinha) e o tempo (março de 2008) são referências dêiticas que esboçam, na enunciabilidade da sequência 02, a ratificação de que os petistas esquadrihavam sua articulação política ainda no período de gestão pública do segundo mandato de Lula. Por fim, o uso da citação promove rupturas e deslocamentos de sentidos, quando coloca em evidência a metaforização de Dilma enquanto uma criatura inexperiente que precisava ser transformada pelo próprio presidente: ‘um animal político não trabalhado’.

Em outra edição, a copresença se marca na relação aluna-professor, por meio da qual a petista, escolhida para a posição de candidata da situação de um dos governos mais populares do mundo⁵, é orientada pelo mentor a melhorar seu desempenho comunicativo:

SE03: Os segredos da arrumação na campanha. Como trabalha a equipe que, a pedido de Lula, está treinando Dilma para o corpo a corpo com o eleitor. [...]. ALUNA APLICADA. Dilma Rousseff segue à risca os conselhos dos consultores para falar de um jeito mais simples e amigável. Acostumada a utilizar uma linguagem técnica, a ex-ministra de Minas e Energia tem sido orientada a lançar mão de um discurso mais simples e acessível ao interlocutor, com frases curtas e diretas. Já de saída, a consultora Olga recomendou à candidata petista uma fonoaudióloga, cobrou obediência a seus conselhos (leia quadro) e começou um intensivo treinamento, principalmente para as aparições na televisão. O objetivo é um só: Dilma precisa ser pragmática e medir gestos e palavras, se quiser ganhar as eleições. As recomendações para que Dilma “treine mais” partiram do próprio presidente (ISTOÉ, 05/05/2010, p. 37).

Na SE03, a preparação do discurso, sob a orientação de Lula, de Olga Curado e de uma equipe formada por consultores do partido, é organizada pelo treinamento de “frases curtas e diretas”. Em contraponto à linguagem mais técnica que é frequentemente atribuída à petista, a adoção de novo estilo linguístico, conjugado ao uso de gesto contido, é regular nessa e em outras mídias⁶, que fizeram a cobertura da campanha.

Como se vê, ocupando posição de debutante em disputa eleitoral, a candidata do PT foi alvo do *dispositivo* (FOUCAULT, 1977; DELEUZE, 1990; AGAMBEN, 2009) midiático que, com os olhos do poder, produziu enquadramentos diversos a respeito de sua carreira profissional, de sua apresentação/mudança corpora-comportamental e, principalmente, sobre a sua condição de dependente, na associação à forte imagem de liderança política de Luiz Inácio.

⁵ SE04: “O Brasil está na vitrine internacional. Luiz Inácio Lula da Silva é o presidente brasileiro mais popular da história, o País ganhou status de global player e ostenta índices de crescimento que o credenciam como uma das principais potências da próxima década”. (ISTOÉ, 30/06/2010, p. 41).

⁶ Em Santos e Romualdo (2017), problematizamos regularidades e dispersões que orientam a discursivização de Dilma Rousseff em um arquivo discursivo formado por 208 edições dos semanários CartaCapital, Época, Isto É e Veja.

MIDIATIZAÇÃO, ENQUADRAMENTO E COPRESENÇA NA/DA POLÍTICA

O surgimento da *midiatização* e de manifestações de campos sociais data de, no mínimo, duas décadas, segundo Fausto Neto (2006). Com base em pesquisas sobre as eleições presidenciais brasileiras dos anos de 1989, 1994 e 2002, o autor explicita o convívio das instâncias de comunicação com campos sociais como “um dos principais atores de realização da política e, de modo particular, da construção do Presidente” (FAUSTO NETO, 2006, p. 146).

Enquanto domínio singular, o jornalismo se distingue no entrecruzamento de discursos para a produção de sua própria fala, com capacidade de criar e/ou dar visibilidade a acontecimentos discursivo-midiáticos. Sob essa ótica, podemos corroborar a percepção de que “o acontecimento cria a notícia, como a notícia cria o acontecimento, invertendo a lógica tradicional da relação fato/informação” (BERGER, 1997, p. 2).

No bojo da referida inversão ou no interior de codeterminações diversas, a composição dos textos veiculados em 2010 insurge no emaranhado de relações de poder que, a nosso ver, compreendem o que Sodré (2007, p.21) denomina *sociedade midiatizada* – uma “esfera existencial capaz de afetar as percepções e as representações correntes da vida social, inclusive de neutralizar as tensões do vínculo comunitário”.

Envolvendo ou não a neutralização ou a potencialização dos embates ideológicos, a noção de *enquadramento*, em Entman (1994), decorre da seleção de aspectos de uma “realidade” percebida e de seu tratamento pela égide de várias estratégias de discursivização. Assim, em nossa leitura dos recursos que recontextualizam a memória política do período, a cominação de atributos à Dilma, ao Lula e/ou às cenas retratadas pela IstoÉ ganha contornos mais densos, quando interrogada pelo cruzamento dos conceitos de corporeidade e copresença.

No Brasil, os veículos de comunicação que circulam, sob materialidades distintas, integram a sociedade, em conformidade ao seu público-alvo, na (re)produção dos dados de determinada realidade. Na circulação da heterogeneidade de gêneros discursivos que compõem os chamados semanários de atualidades, a tensão entre discursividades subjaz o conteúdo expresso na capa ou no interior das demais páginas. Frequentemente tomado como informação e preceituando tanto o posicionamento dos leitores quanto a forma como eles percebem o resultado de cada edição, essa mídia “cobrem funções culturais mais complexas que a simples transmissão de notícias. Entretêm, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura” (SCALZO, 2008, p. 13).

A fim de reconstituir os fios que são regulados pela *raridade histórica e repetida dos enunciados* (FOUCAULT, 2010b) de natureza fotográfica – acompanhados ou não pelos textos que descrevem um discurso-corpo – entendemos a unidade discursiva ‘corporeidade’ enquanto

existência corporal acontecida. É nesse sentido que a dizibilidade do corpo político atua como um registro subjetivo e, como acrescenta Malysse (2002), “polimórfico”.

Posto que a discursivização verbal ou imagética das páginas midiáticas detém a capacidade de copresentificar sujeitos políticos, seu caráter documental e sua potencialidade na difusão de conteúdos e informações requerem o acionamento de instrumentos de análise que permitam a desestabilização de dizeres menos imediatos (se comparado ao que é hospedado nas interfaces de portais eletrônicos ou exibido, em reportagens ao vivo, pela televisão). Isso significa que, na confecção dos semanários, o fator tempo é crucial e pode garantir o enquadramento Lula-Dilma mesmo nas cenas em que sua captura em copresença é fruto apenas da aproximação da corporeidade de cada um ou da referência político-midiática a tal convívio.

LULA-DILMA NA REVISTA ISTOÉ

Iniciada em 1976, a IstoÉ Independente foi fundada pelo jornalista Mino Carta. Como a terceira revista que mais circula no país, sua tiragem em 2010 foi de aproximadamente 395 mil exemplares a cada edição publicada. No sítio da Editora Três⁷, o semanário aparece caracterizado como “a mais combativa revista semanal de informação e interesse geral do Brasil”. Quanto à questão editorial e ao quesito público-leitor, ele se apresenta como independente e não atrelado a grupos políticos e econômicos. No período pesquisado, as seguintes seções constituíam, em geral, o corpo de cada exemplar, a saber: “A Semana”, “Bastidores”, “Em Cartaz”, “Entrevista”, “Gente”, “Opinião e Ideias” e “Seu Bolso”, além dos vários editoriais.

De um vasto arquivo de investigação, recortamos para este gesto de leitura quatro registros da enunciabilidade imagética Lula-Dilma, retirados de edições diferentes. A justificativa para sua seleção é justamente seu caráter representativo de uma regularidade nos enquadramentos da corporeidade copresente dos petistas na revista.

O primeiro texto, assinado pelo jornalista Sérgio Padellas, apresenta na constituição de suas duas primeiras páginas uma composição fotográfica cuja autoria é atribuída a Evaristo SA/Eduardo Anizelli/FOLHAPRESS (imagem 1). Nela, o conteúdo retratado faz reverberar a univocidade do lugar de enunciação da política do PT o Lula-Dilma/a Dilma-Lula:

⁷ **Revista ISTOÉ**. Disponível em: < <http://editora3.terra.com.br/istoe.php>>. Acesso em: 07 out. 2013.



Imagem 1 – A grande parceria. (ISTOÉ, 01/11/2010, p. 44-45)

Enquanto fragmento do real e oriundo de uma das imagens que compôs os cartazes da campanha petista, o rosto sorridente de Dilma Rousseff comparece na imagem 1 como pano de fundo maior e copresentifica, no meio inferior, uma pequena exibição da corporeidade de Lula, discursando de perfil. Com a iluminação voltada para a representação do presidente como sombra, o enquadramento imagético favorece a ativação de uma memória discursiva no que se refere à representatividade pública de Lula, situando-o, portanto, como a força política na relação de copresença dos sujeitos retratados na cena.

Além disso, no ponto gráfico em que as duas presenças políticas se cruzam no papel, a mesma luz amarelo e branca marca, na página da esquerda da revista aberta, a candidata Dilma como o elemento de destaque. Isso porque, publicada depois da vitória nas urnas, a matéria é um exemplar documental da primeira mulher eleita para a presidência do Brasil. Sob o primeiro lado do enquadramento, os adjuntos adnominais que caracterizaram a união dos dois sujeitos políticos constituem a materialidade discursiva, verbal, de parte da manchete: “A grande” (ISTOÉ, 01/11/2010, p. 44).

No lado direito da fotografia, uma imagem pequena de Dilma Rousseff, localizada no canto inferior, também registra o gesticular da candidata do PT em apresentação oral e com o microfone nas mãos. No registro dessa fotomontagem, por sua vez, como imagem de fundo e ocupando todo o enquadramento maior, o rosto sorridente do presidente Lula, tal como foi estampado em outros cartazes da campanha do partido. Nessa mesma página, como vemos, o nome “parceria”, grafado sobre a barba de Lula, fecha a manchete e traz, por um processo de gradação no subtítulo, sua responsabilização pelo momento histórico vivido – a eleição de Dilma: SE05: Como Lula escolheu, preparou e pavimentou o

caminho para que Dilma se tornasse a sucessora de seu legado na Presidência. (ISTOÉ, 01/11/2010, p. 45).

O efeito discursivo de copresença, Lula-Dilma, opera em nosso primeiro exemplo pela exibição da corporeidade dos petistas e pela prática discursiva verbal, já que, para além do enunciado que intitula o enquadramento – “A grande parceria” – com o subtítulo, por fim, encontramos a promessa de um texto jornalístico em explicar como o presidente não só decidiu indicar Dilma sua candidata à sucessão, como principalmente, as ferramentas de que dispôs para organizar e pavimentar o percurso da petista como herdeira do seu legado.

Na primeira edição do ano, a copresentificação discursiva de Luiz Inácio e de sua ministra de Minas e Energia deriva de estratégia distinta: a articulação entre a corporeidade dele e a evocação do nome dela:



Imagem 2 - Pulando sete marolinhas. (ISTOÉ, 06/01/2010, p. 28)

A imagem 2 é igualmente representativa da copresença Lula-Dilma na IstoÉ e sua composição chárstica promove a recontextualização de uma cena bastante tradicional em comemorações de Réveillon – os sete pulos no mar. Nesse processo, o Presidente da República, com roupa de banho branca, salta sobre sete pequenas “marolinhas” e convoca sete vezes o nome de sua candidata, em sete balões que presentificam a petista na enunciabilidade verbal. Com essa forma material, o enquadramento midiático recupera um dos pronunciamentos de Lula sobre a crise econômica mundial, no qual ele incentiva a população a manter o consumo de bens e serviços dada a posição de conforto do país na ocasião. Ao ser abordada no ritual iconográfico, a atualização da polemicidade desses dizeres, mimetizados pela ideia de marolinhas, produz efeitos de sentido contraditórios e figura como um modo de “espantar” essa realidade em um governo de sua escolhida e, copresente, discípula.

Publicada no final de janeiro, a fotomontagem metonímica (imagem 3, a seguir) dispõe de um arranjo distinto: as cabeças de Lula e de Dilma são sobrepostas como personificação de outros corpos

em um jipe. O veículo, que é meio de transporte eficiente em trajetos acidentados, é identificado visual e graficamente, na porta do motorista, com as cores do PT (vermelho e branco) e com a própria impressão da sigla do partido. No trajeto irregular, a discursivização exprime um cenário no qual os dois sujeitos percorrem, sob a direção de Lula, um caminho identificado por placas que levam a todos os espaços públicos que inaugurariam, juntos, nos primeiros meses do ano eleitoral, enquanto ambos ainda ocupavam cargos políticos.



Imagem 3 – *Dilma e Lula na estrada.* (ISTOÉ, 27/01/2010, p. 38)

A ratificação desses sentidos inerentes à imagem 3 é autorizada pelo enunciado verbal “Dilma e Lula na estrada. Inaugurações programadas até março” e pode funcionar na midiatização como efeito de evidência de prática ilícita. Nesse discurso, recupera-se mais uma vez a crítica corrente de que o presidente usou a máquina pública para promover sua ministra-candidata, em campanha antecipada. No bojo de sua formulação, a materialidade repetível dos discursos pode produzir *efeitos de verdade* (FOUCAULT, 1979), tornando-se, então, potencial *instrumento de poder*, na instância da circulação dessa mídia, dada a sua possibilidade de ser vendido/comprado como conteúdo informacional.

O último exemplar de discurso que selecionamos para o presente artigo aborda a candidata do PT como uma espécie de marionete/ventríloquo, cujos movimentos são direcionados pelo presidente através de uma espécie de controle remoto. Nesse caso, a exibição da corporeidade dos dois “personagens” é intitulada em referência ao período em que a (ainda) pré-candidata do PT deixa seu posto do Ministério para se lançar como possível sucessora de Lula.



Imagem 4 - O voo solo de Dilma. (ISTOÉ, 07/04/2010, p. 32)

Sem poder mais contar com Lula ao seu lado para fazer a campanha, a ex-ministra monta agenda que busca ampliar sua identificação com o presidente.

Na imagem 4, apesar de o título caracterizar os movimentos da petista como “voo solo”, a abordagem faz referência ao início do período em que Dilma, já fora do governo, começa suas agendas de campanha. Na verbalidade do enunciado, a copresença Lula-Dilma é discursivizada pelo emprego de expressões como “Lula ao seu lado” e a “identificação com o presidente” e tem, nas corporeidades apresentadas, um enquadramento que satiriza a condição de dependência da possível sucessora do presidente e, ao mesmo tempo, ratifica a continuidade dessa maquinaria de controle (e, por conseguinte, a manutenção da parceria) nas demais etapas da corrida presidencial brasileira.

CONDIDERAÇÕES FINAIS

No presente estudo, procuramos contribuir com as novas epistemologias da Análise do Discurso de orientação francesa, mais afinadas ao pensamento de Michel Foucault, em uma análise dos enquadramentos promovidos pela revista IstoÉ, em 53 edições publicadas durante as eleições presidenciais de 2010. Para tanto, situamos nossa compreensão do processo de *midiatização* da política, dando destaque à forma como isso incide em veículo impresso, sobretudo quando se trata de semanário de atualidades.

Em continuidade às questões que norteiam nossas pesquisas anteriores e no encalço de desfazer efeitos de evidência possíveis às sequências enunciativas selecionada, realizamos um gesto de leitura que passou, primeiramente, pelas condições de *emergência*, *raridade* e *repetibilidade* dos enunciados acerca do apoio de Luiz Inácio Lula da Silva à Dilma Vana Rousseff, como candidata à sua sucessão

pelo PT. Em segundo momento, problematizamos exemplares da corporeidade de Lula e de Dilma enquanto representativos do efeito discursivo de copresença na cobertura da campanha.

Embora o funcionamento abordado neste texto não tenha determinado uma derrota nas urnas, chama a atenção o processo de (des)qualificação da imagem da primeira mulher eleita para o maior cargo no poder executivo do Brasil. Denunciando-a como produto eleitoreiro de Lula, a revista da Editora Três, mantendo a tendência adotada por outros veículos, caracterizou a candidata do PT como criatura/marionete/ventríloquo, cujo despreparo e cuja inexperiência exigiu do então Presidente da República um constante e antecipado acompanhamento/controle.

Assim, em uma prática política delatada como ilícita pelo semanário, a manutenção da parceria nas agendas políticas dos dois sujeitos e a adesão a assessorias de campanha ganharam contornos distintos no enquadramento Lula-Dilma: foram publicados como a matéria-prima para o crescimento da ex-ministra nas pesquisas de intenções de voto da corrida presidencial, apesar de sua condição de debutante em contendas eletivas.

No batimento, portanto, entre as relações de poder propostas por Foucault (1979) e a fragmentação do real que é inerente ao fazer e ao dizer midiáticos, os resultados apresentados salientam a demanda pela realização de mais exercícios analíticos que vislumbrem não só a reconstituição da memória discursiva de disputas políticas no país, mas também (e principalmente), que ofereçam *dispositivos* conceituais, teórico-metodológicos produtivos para a compreensão e a transformação de uma sociedade que se faz, notadamente, veiculadora de conteúdos.

REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, G. *O que é o contemporâneo? e outros ensaios* /. Trad. Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó, SC: Argos, 2009.
- BERGER, C. A reestruturação da política em tempos midiáticos. *Intexto*, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 1, p. 1-11, janeiro/junho 1997. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/3298>>. Acesso em: 3 out. de 2013, às 15h>.
- DELEUZE, G. ¿Que és un dispositivo? In: *Michel Foucault, filósofo*. Barcelona: Gedisa, 1990, p. 155-161.
- ENTMAN, R. M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. In: Levy, M.; Gurevitch, M. (Ed.). *Defining media studies*. New York: Oxford University Press, 1994. p. 293-300.
- FAUSTO NETO, A. O discurso político entre recusas e controles das estratégias enunciativas midiáticas: observações sobre a midiatização da campanha eleitoral de 2006. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 11, p. 143-165, jun. 2006. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1438/902>>. Acesso em 03 de out. 2013.
- FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. / Michel Foucault; tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010a.

_____. Diálogo sobre o poder. In: *Estratégia, Poder-Saber* / Michel Foucault; organização e seleção de textos, Manoel Barros de Motta; tradução, Vera Lucia Avellar Ribeiro. – 2 ed. -. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010b, p. 253-266. (Ditos e Escritos; IV).

_____. *A ordem do discurso*. - tradução Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 20ª ed., 2010c.

_____. *Le jeu de Michel Foucault* (entretien avec D. Colas, A. Grosrichard, G. Le Gaufey, J. Livi, G. Miller, J. Miller, J.-A. Miller, C. Millot, G. Wajeman), *Ornicar?*, Bulletin Périodique du champ freudien, no 10, juillet 1977, p. 62-93. Disponível em: <<http://libertaire.free.fr/MFoucault158.html>>. Acesso em: 15 de nov de 2013.

_____. *Microfísica do poder*. Organização e tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

ISTOÉ. São Paulo: TRÊS, Ano: 33, n. 2095, 06 jan. 2010. 90 p.

_____. São Paulo: TRÊS, Ano: 33, n. 2098, 27 jan. 2010. 106 p.

_____. São Paulo: TRÊS, Ano: 34, n. 2108, 07 abr. 2010. 104 p.

_____. São Paulo: TRÊS, Ano: 34, n. 2112, 05 mai. 2010. 144 p.

_____. São Paulo: TRÊS, Ano: 34, n. 2120, 30 jun. 2010. 138 p.

_____. EDIÇÃO ESPECIAL. São Paulo: TRÊS, Ano: 34, n. 1, 1º nov. 2010. 98 p.

MALYSSE, S. Em busca dos (H) alteres-ego olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca. In: GOLDENBERG, M. (org). *Nu e vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2002, p. 79-137.

SANTOS, E. de M.. *O efeito de copresença Lula-Dilma no discurso político-midiático: uma leitura das eleições presidenciais de 2010*. [No prelo]. 2014. 220 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Letras, Programa de Pós-graduação em Letras, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2014.

SANTOS, E. de M.; ROMUALDO, E. C. A produção de um efeito de copresença Lula-Dilma no discurso político-midiático de semanários brasileiros em 2010. *ALFA: Revista de Linguística (UNESP. ONLINE)*, v. 61, p. 283-301, 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-57942017000200283&lng=pt&tlng=pt>. Acesso em: 10 abr. 2018.

SCALZO, M. *Jornalismo de revista* / Marília Scalzo. 3. ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008.

SODRÉ, M. Sobre a episteme comunicacional. *Revista Matrizes*, nº 1, out. 2007, p. 15 - 26. Disponível: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/download/38/61%E2%80%8E>>. Acesso em: 15 out. 2013.