

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO - BACHARELADO**

Bruna de Jesus Lopes

**ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2022: UMA ANÁLISE DOS GESTOS
DE INTERPRETAÇÃO DO DISCURSO JORNALÍSTICO EM PORTAIS
ON-LINE**

Frederico Westphalen, RS

2023

Bruna de Jesus Lopes

**ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2022: UMA ANÁLISE DOS GESTOS DE
INTERPRETAÇÃO DO DISCURSO JORNALÍSTICO EM PORTAIS ON-LINE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), campus de Frederico Westphalen, como requisito parcial para a obtenção do título de **Bacharel em Jornalismo**.

Orientadora: Profa. Dra. Marluza da Rosa

Frederico Westphalen, RS

2023

Bruna de Jesus Lopes

ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2022: UMA ANÁLISE DOS GESTOS DE INTERPRETAÇÃO DO DISCURSO JORNALÍSTICO EM PORTAIS ON-LINE.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), campus de Frederico Westphalen, como requisito parcial para a obtenção do título de **Bacharel em Jornalismo**.

Aprovada em [27] de [Fevereiro] de [2023]:

Profª Drª Marluza da Rosa (UFSM-FW) - Presidente da banca

Profª Drª Claudia Herte De Moraes (UFSM-FW) - Primeiro Arguidor

Profª Drª Andrea Franciele Weber (UFSM-FW) - Segundo Arguidor

Profª Drª Ângela Zamin (UFSM-FW) - Suplente

Frederico Westphalen, RS

2023

O jornalista acredita que o modo como discursiviza é objetivo e isento, “esquecendo-se” que para além dos procedimentos normativos jornalísticos há escolhas outras, da ordem da linguagem, fruto do encadeamento das formações imaginárias, ideológicas e discursivas. (SCHWAAB; ZAMIN, 2014, p. 52)

AGRADECIMENTOS

Esta parte do trabalho requer uma coragem de olhar para trás e entender toda a complexidade da trajetória da pesquisa. Entender todos os acertos e erros e agradecer por finalmente concluí-los. O caminho não foi absolutamente nada fácil, pois para qualquer estudante é necessário abdicar de muitas funções para se dedicar totalmente à Academia e conquistar o tão sonhado diploma, hoje vejo a minha trajetória na escrita como um processo importante - e lento - mas que precisou de todas as suas fases para chegar onde chegou. E isso só foi possível graças aos incentivos de todos que percorreram o meu caminho.

Início agradecendo à minha base, os meus pais, que sempre fizeram tudo pela filha e se havia dificuldade, estavam lá para me pegar quando eu fosse cair. Agradeço principalmente a minha mãe, Dona Cida, que nunca desistiu de incentivar suas filhas com os estudos e nos ensinou que nada vem fácil se não houver dedicação e disciplina e propósito. Mãe, essa graduação só foi possível com o seu apoio. É tudo por você. Sempre foi.

À minha orientadora, Dra. Marluza Rosa, que sempre se mostrou impecável, dedicada, esforçada e incentivadora do meu trabalho. Professora, todas as vezes que pensei em desistir, foi graças ao seu apoio e “puxões de orelha do bem” que me reergueram e me fizeram continuar a pesquisa. Para representar a minha gratidão ao trabalho construído, lhe dedico a música *To Sir With Love* da cantora Lulu:

*"A friend who taught me right from wrong
And weak from strong
That's a lot to learn
What, what can I give you in return?"*

Torço para retribuir ainda nesta vida toda a ajuda que obtive. Eu não poderia ter tido orientadora melhor. Agradeço por todos os questionamentos. Eles foram imprescindíveis para o progresso deste Trabalho de Conclusão de Curso.

Às Professoras Cláudia Moraes e Andréa Weber, que muito gentilmente aceitaram o convite para serem minhas participantes na banca e me mostraram os caminhos para que eu possa desenvolver esta pesquisa. Grata pelos apontamentos!

Agradeço pelo trabalho desenvolvido como Bolsista de Iniciação Científica no projeto “Enquadramentos discursivos em reportagens sobre o futuro do planeta”, que buscou compreender como o jornalismo constrói o discurso sobre a mudança climática. Foi a partir dele que pude desenvolver esta monografia. Obrigada pessoal!

Agradeço também aos colegas do Projeto de Pesquisa *Discurso, Poder e Políticas da (In)Visibilidade* (DISPOLI) que possuíam grandes contribuições para a área da Análise de Discurso, agradeço pelos encontros quinzenais, leituras e discussões que de certo modo, contribuíram muito para esta monografia. Valeu pessoal!

Aos meus amigos e à minha estimada gatinha (Neeve) que me acolheram e me incentivaram (da sua maneira) neste longo período para nunca desistir. Eu amo vocês e desculpem-me pelos incontáveis “surtos”.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo estudar os gestos de interpretação do discurso jornalístico acerca dos pronunciamentos iniciais do primeiro dia de campanha dos candidatos Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), e Jair Messias Bolsonaro, do Partido Liberal (PL). Dessa forma, para a composição do *corpus* foi realizada a seleção de textos dos portais on-line dos jornais Folha de São Paulo, Estado de São Paulo, R7 e G1 no dia 16/08/22. Apoiando-se na teoria dos estudos da análise materialista do discurso, o trabalho fundamenta-se nos recursos teóricos-metodológicos da pesquisa nas noções teóricas da memória discursiva (interdiscurso), condições de produção e paráfrase e polissemia dentre outras. A partir dos enunciados expostos nas manchetes e dos recortes das notícias, torna-se possível observar as condições de produção que possibilitam os discursos nos quais os sujeitos estão inseridos, levando em conta suas formações sócio-históricas e ideológicas, que são discutidas no *corpus* da pesquisa. Nota-se que o jornalismo, representado como um grande campo do conhecimento na área da comunicação, possui a capacidade de enunciar em N formas os dizeres, a partir das posições do sujeito-portal que lhe são atribuídas. Desse modo, o trabalho a seguir pretende compreender os gestos de interpretação do discurso jornalístico dos portais on-line sobre o discurso político-eleitoral. Como resultados da pesquisa se apresentaram na análise, a partir dos atravessamentos do discurso jornalístico nos gestos de interpretação do discurso político que explora os sentidos de corrida eleitoral, discurso religioso e o combate às fake news.

Palavras-chaves: Análise do discurso; Eleições presidenciais; Discurso jornalístico; Portais on-line.

ABSTRACT

This work aims to study the gestures of interpretation of the journalistic discourse about the opening statements of the first day of the campaign of the candidates Luiz Inácio Lula da Silva, from the Workers' Party (PT) and Jair Messias Bolsonaro, from the Liberal Party (PL). Thus, for the composition of the corpus, texts were selected from the on-line portals of the newspapers Folha de São Paulo, Estado de São Paulo, R7 and G1 on 08/16/22. Relying on the theory of materialist discourse analysis studies, the work contemplates the theoretical-methodological resources of the research in the theoretical notions of discursive memory (interdiscourse), conditions of production and paraphrase and polysemy. From the statements exposed in the headlines and the clippings of the news, it becomes possible to observe the production conditions that make possible the discourses in which the subjects are inserted, taking into account their socio-historical and ideological formations, which are portrayed in the corpus of the search. It is noted that journalism, represented as a large field of knowledge within the area of communication, has the ability to enunciate the sayings in N ways, from the positions of the subject-journalist assigned to it. In this way, the following work intends to understand the gestures of interpretation of the journalistic discourse of the on-line portals about the political-electoral discourse. As research results were presented in the analysis, from the crossings of the journalistic discourse in the gestures of interpretation of the political discourse that explores the meanings of electoral race, religious discourse and the fight against fake news.

Keywords: Speech Analysis; Presidential elections; Journalistic Discourse; On-line portals.

SUMÁRIO

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	10
2 FUNCIONAMENTO DO DISCURSO	14
3 A NOÇÃO DE DISCURSO JORNALÍSTICO	15
3 A NOÇÃO DE DISCURSO POLÍTICO	18
4 NOÇÕES DE MEMÓRIA E FORMAÇÃO DISCURSIVA	22
5 NOÇÕES DE PARÁFRASE E POLISSEMIA	23
7 ANÁLISE DAS MANCHETES DE CADA PORTAL	28
8 ANÁLISE DAS NOTÍCIAS DOS PORTAIS	33
8.1 FOLHA	33
8.2 ESTADÃO	37
8.3 G1	39
8.4 R7	41
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
10 REFERÊNCIAS	48

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A cada quatro anos, no Brasil, ocorrem as eleições presidenciais, conforme estabelecido no Art. 82 da Constituição Federal de 1988. O ano de 2022 representa um marco importante das eleições presidenciais no Brasil, se não o maior marco. Pela primeira vez, um presidente em exercício busca um novo mandato contra o seu opositor, um ex-presidente. Em um cenário frágil da democracia pela propagação de *fake news*¹, violência política e uma possível intervenção militar no resultado das urnas são alguns dos fatores que transformam as eleições de 2022 como um marco histórico na política brasileira.

Entre os principais candidatos, dois se destacam nesta disputa: Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro. O primeiro, popularmente conhecido como Lula, é considerado uma das influências políticas mais famosas do país. Ele, que já obteve vitória em duas eleições nos anos de 2002 e 2006, retorna vinte anos após o início do primeiro mandato lançando a sua reeleição após a conquista dos direitos políticos novamente.

Lula passa por um processo de retomada dos direitos políticos após a anulação das suas condenações por corrupção passiva e lavagem de dinheiro, estas anuladas pelo Supremo Tribunal Federal (STF) devido a mudanças nos processos de prisões em segunda instância (nas quais Lula estava inserido) e que possibilitaram sua soltura para concorrer às eleições de 2022. Preso em 2018 e com 580 dias aprisionado, o político retorna em 2022 com o desejo de um terceiro mandato.

Do outro lado, Jair Messias Bolsonaro, atual presidente e que busca também uma reeleição. Considerado um grande incentivador dos valores patriarcais e cristãos, Bolsonaro inicia, no ano eleitoral, uma campanha contra Lula, e assim é declarada uma polarização partidária muito presente entre os dois candidatos. Ele representa a direita no Brasil, enquanto Lula, a esquerda. No confronto, os dois grandes candidatos concorrem.

Durante o período eleitoral, é de praxe a população estar atenta às principais ações e falas que acompanham os candidatos nessa disputa até outubro de cada

¹ A definição da expressão em inglês "*fake news*" pode ser compreendida como notícias fraudulentas e para Eugênio Bucci, o "sentido do adjetivo *fake*, em inglês, envolve intenção do agente de enganar o interlocutor, o público ou o destinatário. O adjetivo "falso", em português, não implica esse dolo, essa intenção maliciosa." (BUCCI, 2016, p. 22).

ano. O jornalismo vem a produzir notícias sobre os acontecimentos em torno dos candidatos à presidência e, a partir disso, a sociedade é constantemente informada com o atributo da agenda política.

Seguindo o conceito do *agenda-setting* (WOLF, 1996), a pauta política é construída pelos veículos comunicacionais com o propósito de disseminar as informações políticas, definindo o que é importante e o que é interessante para o público.

O jornalismo que possui seu caráter democrático tem como objetivo levar a informação à sociedade, uma vez que a área tem um papel fundamental enquanto representada pelo campo das ciências sociais aplicadas, e diante da pauta política, exerce o poder da enunciação das diversas formas do dizer, a partir das posições do portal. As mídias, consideradas objetos de estudos pelas ciências da comunicação, são capazes de identificar as “produções de sentidos, significados, traços culturais e perspectivas ideológicas [...]” (CARVALHO, 2018, p. 88). Pode-se compreender que as mídias, além de “referência genérica a qualquer modalidade de aparato tecnológico que transmite informação” (CARVALHO, 2018, p. 85), têm se desenvolvido ao ponto de surgirem efeitos de seus frutos enquanto dispositivo tecnológico. Como objetivo geral, notamos que o papel do jornalismo torna-se relevante neste trabalho, pois analisa-se os gestos de interpretação que o acompanham e quais sentidos são produzidos a partir do discurso jornalístico sobre o primeiro dia de campanha de Lula de Bolsonaro, os quais representam o discurso político.

No ano de 2022, as eleições presidenciais tornam-se um marco simbólico na democracia pela polarização política a que os dois candidatos estão sujeitos, ocasionando assim, produções de sentido de uma possível “guerra” da direita x esquerda no país. A mídia aliada à capacidade de tornar o processo eleitoral de forma democrática se ampara na Lei nº 12.527, em que a sociedade brasileira tem o direito à informação. Assim, como dispositivo midiático, o jornalismo propõe à população os acontecimentos dos pronunciamentos iniciais no dia 16/08/22.

Nesse sentido, a pauta política possui grande importância para a sociedade, pois há uma demanda dos veículos de comunicação para buscar informações e conhecimento sobre as campanhas e ações políticas que os candidatos realizarão ao longo dos processos eleitorais. Dessa maneira, a eleição para a presidência é um

evento que demonstra importância no país, fazendo com que os veículos utilizem esse evento como principal meio de desenvolvimento de produções jornalísticas, como reportagens, entrevistas, notícias e outros produtos.

Observamos os gestos de interpretação do discurso jornalístico em sua forma: na construção de uma notícia, em seu enunciado, escolha de títulos/manchetes, escolha de fontes, imagens etc. A pergunta que nós, pesquisadores da Análise Materialista do Discurso, devemos nos fazer neste trabalho: de que forma e quais foram os gestos de interpretação do discurso jornalístico dos portais?

Com os precursores da teoria da Análise de Discurso, a partir dos autores Pêcheux (1997, 1995) e Orlandi (2001), relacionando aos conceitos do discurso jornalístico (SCHWAAB; ZAMIN, 2014), esta pesquisa tem como objetivo geral entender como o discurso jornalístico enuncia o discurso político-eleitoral, de modo a identificar de que maneira esses gestos de interpretação do discurso político pelo jornalismo são realizados esses gestos.

Relacionados ao objetivo geral, os objetivos específicos são: a) analisar o discurso do jornalismo, a fim de identificar e entender como se dão os gestos de interpretação do discurso político em tempos eleitorais pelos portais on-line; b) compreender os efeitos de sentido, oriundos do discurso jornalístico sobre o primeiro dia de campanha dos candidatos Jair Messias Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva; e c) indagar quais são as diferenças e semelhanças entre os gestos de interpretação dos portais escolhidos.

A escolha desse tema justifica-se pelo acontecimento que essas notícias produzem na sociedade, principalmente em ano eleitoral, justificando também o grande pico de influência (*mass media*) que os meios constroem durante essa época.

O discurso, conforme Orlandi (2001), é uma noção que envolve percurso e movimento e que pode ser representado por um conjunto de práticas, ideias e ações. O jornalismo se difere no discursos pelas formas da linguagem, pela ideologia e essas são atravessadas pelas condições de produção. E por condições, é possível definirmos como a compreensão do contexto sócio-histórico, ideológico e memória discursiva que o discurso está inserido bem como seu contexto.

Assim, conforme explica Orlandi (2001, p. 32-33), as condições de produção do discurso estão relacionadas às características do eixo horizontal, representado

pela formulação (aquilo que estamos dizendo neste momento, agora). E pelo eixo vertical, que pode-se compreender como a constituição do interdiscurso e memória, pois tudo o que já é dito, quando falado, retoma os sentidos daquele processo de significação constituído pelas condições do discurso (social-história, ideologia). Sendo assim, há uma relação entre os dois eixos pelas condições de produção que ambos se determinam a partir da atualidade (formulação) e da história (constituição).

Na primeira parte desta pesquisa, são relacionados os conceitos teóricos da Análise Materialista do Discurso, tais como linguagem, memória, formações discursivas, paráfrase e polissemia. Em seguida, paralelamente, serão abordados os conceitos de discurso jornalístico e discurso político, com o objetivo de visualizar posteriormente o objeto desta pesquisa. Na segunda parte, faz-se um intermédio com a base teórica e a metodologia. Já na terceira parte desta monografia, desenvolve-se a análise do *corpus* almejado. Faz-se um apanhado de 10 notícias sobre os pronunciamentos iniciais da abertura de campanha no dia 16/08/2022 dos candidatos Jair Messias Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva, das quais foram selecionadas 04 notícias para o *corpus*, nos portais O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo, com acréscimo de G1 e R7, com o objetivo geral de observar os gestos de interpretação do discurso jornalístico a fim de explorar seus efeitos sentido e contextualizar com o momento histórico-social em que as eleições de 2022 estavam inseridas.

2 FUNCIONAMENTO DO DISCURSO

Em diversas perspectivas teóricas do século XX, o marxismo, a psicanálise e a linguística eram as três grandes áreas em foco. Um dos principais estudiosos sobre o funcionamento do discurso, Michel Pêcheux, demonstra em suas teorias como o discurso tem o poder de interligar o inconsciente e a ideologia (MALDIDIER, 2003). A vida humana, estruturada da maneira que se conhece, funciona a partir da ideologia, a qual interpela o indivíduo em sujeito (ORLANDI, 2001).

A autora define como sujeito:

o indivíduo (piscobiológico) – que cada um de nós é, quando nascemos -afetado pelo simbólico (mais especificamente pela língua, se estamos pensando o discurso pedagógico), é interpelado em sujeito pela ideologia (PÊCHEUX, 1975).

A Análise do Discurso através da linguagem produz uma mediação entre o homem e sua realidade. “Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive. O trabalho simbólico do discurso está na base da produção humana.” (ORLANDI, 2001, p.15).

O conceito de ideologia, segundo os estudos de Orlandi, define-se pela interpelação do sujeito como mecanismo de produzir os sentidos de evidência, isto é, compreender algo como se fosse o “óbvio”. Embora, ao mesmo tempo em que isso é possível, é importante destacar que o sujeito só consegue estar nesse processo de produção de sentidos devido às suas condições materiais de existência e, por condições, entende-se o seu contexto histórico, social e a maneira que este sujeito produz. Não há sentido sem a interpretação do sujeito. A autora afirma que “o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia para que se produza o dizer”, com produção de evidências subjetivas que constituem o próprio sujeito (ORLANDI, 2001, p. 46).

A partir da compreensão desses conceitos pode-se definir que o sujeito possui uma interligação entre o seu papel no contexto histórico-social, processos de significação e memória, e que a partir disso nasce a perspectiva discursiva. Como afirma Rodríguez-Alcalá (2005, p.16), “é na e pela língua, enquanto base material do discurso, que são produzidas as ilusões que colocam o sujeito no centro e origem de seus pensamentos e de suas intenções”.

A Análise do Discurso (AD), portanto, está fundamentada na relação entre a linguística, a psicanálise e o materialismo histórico. Afinal, a linguagem só faz sentido porque se inscreve na história. E há muitas e distintas maneiras de significar o mundo ao longo dos processos de significação já ocorridos. Para Michel Pêcheux (1990), o discurso tem em seu âmbito um processo particular, o qual se configura das produções, posições sociais e histórias que o acompanham, sendo assim ele faz parte de um percurso da própria significação e da memória. Ele está sujeito a mudanças e rupturas de acordo com as condições de produção e formações ideológicas.

Assim, Orlandi (2001) afirma que o discurso, dito e não dito, manifesta-se através da linguagem, que possui tanta importância quanto o que foi dito. Dessa forma, pela observação das condições de produção, o sujeito, pertencente a um contexto sócio-histórico e ideológico, é capaz de compreender a produção do discurso, que está associada ao coletivo, pela memória discursiva que só é possível ser acionada quando se aproxima da própria história da memória.

Embora os sujeitos estejam inseridos em processos de significação e condições de produção é de compreender-se que a língua está sujeita a mudanças em seu percurso, pois, durante esse processo, ela está relacionada aos equívocos dos processos linguísticos, visto que uma história não é dita, ou melhor, contada sem rupturas. Logo, sem essas possíveis falhas não haveria sujeito nem sentido (ORLANDI, 2001). Para compreendermos essa mesma língua, deve-se identificar o papel do equívoco no discurso jornalístico, sendo este um resultado dos atravessamentos do sujeito e as condições que o acompanham.

Neste âmbito, Orlandi (2001) observa que a atualidade e a memória estão no encontro do acontecimento. Para tanto, o discurso jornalístico atravessado por uma ideologia é capaz de produzir efeitos de evidências devido às condições de produção que está inserido e busca através da memória a retomada dos dizeres para recortar a realidade. Assim, todo dizer é ideológico - elemento natural e político manifestado no homem e “a evidência do sujeito – a de que somos já sujeitos – apaga o fato de que o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia. Esse é o paradoxo pelo qual o sujeito é chamado à existência: sua interpelação pela ideologia.” (ORLANDI, 2001, p. 45).

3 A NOÇÃO DE DISCURSO JORNALÍSTICO

No contexto jornalístico, a análise materialista do discurso olha para as forças sociais e políticas que estão por trás da produção e distribuição de notícias. Nesta abordagem, o discurso jornalístico é visto como uma forma de poder, que é usada para moldar a opinião pública e influenciar as atitudes e ações das pessoas. A análise materialista do discurso busca compreender como o discurso jornalístico é produzido, por quem é produzido e para quem é produzido, bem como os interesses subjacentes a essa produção.

Ao pensarmos no discurso jornalístico e nos modos de produção que acompanham o jornalismo, estaremos a observar as condições em que o jornalista está inserido e também a compreensão das formações ideológicas que o acompanham.

O discurso jornalístico pode ser definido como:

“um tipo de texto caracterizado por um conjunto de regras narrativas de caráter sintático e semântico, com pretensão de validade enunciativa, adotado em geral por veículos noticiosos em seus diversos gêneros, como reportagem, artigo, editorial, crônica.” (FERNANDEZ JÚNIOR, 2013, p. 76).

Sabendo do funcionamento da prática jornalística, entende-se a partir de Zanella (2015, p. 28) que “há um imaginário sobre a instituição, sobre o jornal, sobre o sujeito jornalista, sobre o(s) sujeito(s) leitor(es), o(s) acontecimento(s) histórico(s) e político(s), e assim por diante”. Nesse sentido, cabe à instituição jornalística, ou melhor, aos sujeitos jornalistas que têm seu fazer nessa instituição, trabalhar sentidos que se produzem interdiscursivamente, materialmente determinados.

O discurso jornalístico é conceituado como uma retomada, atualização e deslocamento dos dizeres. A produção discursiva do dizer jornalístico está relacionada ao próprio sujeito jornalista, à organização, ao contato com as fontes, aos leitores e todas às práticas jornalísticas como o texto, técnicas, gêneros, formatos e a credibilidade. O discurso jornalístico e a memória discursiva são conceitos importantes na análise do discurso e têm relações estreitas entre si, pois é a partir do discurso jornalístico que a memória é retomada no discurso como uma fonte primária de informação sobre eventos e situações passadas. Para Zanella (2015, p. 28), “Esse discurso *sobre* atua sobre a memória, na institucionalização dos sentidos, e representa lugares de autoridade”.

A maneira como as notícias são escritas e apresentadas pode ter um impacto significativo na forma como as pessoas se lembram de eventos e na forma como eles são interpretados e compreendidos. Além disso, a memória discursiva também pode ser influenciada por interesses políticos e ideológicos, o que significa que a forma como os eventos são narrados e apresentados nos meios de comunicação pode ser influenciada por forças políticas e econômicas.

Desta maneira, o discurso jornalístico é uma forma importante de memória discursiva e pode ter um impacto significativo na forma como os eventos são lembrados e compreendidos. A análise materialista do discurso pode ajudar a desvendar as estruturas sociais e políticas que influenciam a produção e a circulação do discurso jornalístico e, por sua vez, como o discurso jornalístico pode ser usado para moldar a memória coletiva de uma sociedade.

Em decorrência de quem realiza a análise discursiva deve-se entender de que forma o discurso jornalístico se insere no interdiscurso e os efeitos de sentido produzidos a partir dele, bem como seus gestos de interpretação. A sua prática leva em conta a produção de sentidos no campo de atuação, uma vez que esse discurso é transversal e pré-construído (SCHWAAB e ZAMIN, 2014).

Assim compreende Pêcheux:

[...] o pré-construído, tal como o redefinimos, remete simultaneamente “àquilo que todo mundo sabe”, isto é, aos conteúdos de pensamento do “sujeito universal” suporte da identificação e àquilo que todo mundo, em uma “situação” dada, pode ser e entender, sob a forma das evidências do “contexto situacional”. (PÊCHEUX, 1995, p. 171).

Já o discurso transversal é entendível como:

juntamente com o pré-construído, é uma das formas de funcionamento intradiscursivo daquilo que existe em outro lugar, independentemente, ou seja, discurso-transversal e pré-construído podem ser entendidos como a linearização do interdiscurso. Assim, pensado enquanto um dos elementos estruturais do interdiscurso, o discurso transversal é responsável pela articulação e/ou sustentação de enunciados. (FERREIRA, 2001, p. 75).

As duas noções, ao trabalharem juntas, na perspectiva do jornalismo, podem ser referidas às notícias e assuntos que, devido às condições de evidência pelo pré-construído, estarão presentes em títulos, notícias e unidades de texto. O sujeito interpelado pela ideologia ao se deparar com as formações discursivas, compreende os sentidos expostos e tem a noção de construção do que já foi ou não dito, graças

ao interdiscurso presente. E a relação do dizer (do jornalismo) tem a ver com o que está sendo dito agora, antes e o que virá a ser depois.

Como disse, conforme Schwaab e Zamin (2014, p. 50), “essas regularidades, por sua vez, são tramadas por um conjunto de regras sempre determinadas no tempo e no espaço, efetivamente influenciadas pelo contexto histórico, ou seja, pelas condições de produção deste mesmo discurso”. A evidência do discurso jornalístico nos produz o efeito ideológico de objetividade e imparcialidade. Nesse sentido, o jornalismo está em constante busca pela evidência da credibilidade (VICENZI, 2021).

Nilson Lage (1979, p. 24) relaciona essa busca pela objetividade como um “compromisso com a realidade material, a aceleração do processo de produção e troca de informações e a denúncia das fórmulas arcaicas de manipulação do texto”. Já Orlandi (1990) teoriza que, em todo discurso, há um complexo processo de construção da realidade. Entendendo o jornalismo como discurso, é possível aproximar a concepção da autora da teoria da comunicação *newsmaking* (TUCHMAN, 2002), que trata do jornalismo como construção social de uma suposta realidade, pois, no processo de ordenação dos fatos, são feitas escolhas e é com base nesses enquadramentos que se pode observar as filiações ideológicas, por meio da materialidade do discurso.

Dessa forma, entende-se que o discurso jornalístico não se caracteriza como o discurso da realidade (como se propõe a ser), mas sobre a realidade recortada (SCHWAAB, 2007). Enquanto discurso, o jornalismo também determina as produções e construções sociais, históricas e culturais. É preciso compreender que os produtos jornalísticos são perspectivas com diferentes enunciados, de caráter polissêmico e que expressam outros recortes da realidade que produzem outros sentidos e outros dizeres.

Sendo assim, a linguagem no campo do discurso jornalístico é interpretada por um leitor que também possui consigo outras condições de produção e formações ideológicas, que influenciam nas atribuições de sentidos e um entendimento do que seria a realidade. Nesse sentido, há uma ilusão de que o sujeito (jornalista) seria a origem do discurso, quando este está referenciando outros dizeres para a sociedade.

Quanto aos sentidos do discurso jornalístico, considerado polissêmico, é preciso compreender que este é interpretado por um sujeito, atravessado por uma ideologia, e nele estão presentes os elementos que o tornam simbólicos, que lhe geram os sentidos (SCHWAAB: ZAMIN, 2014). Está presente o caráter discursivo,

por exemplo, nas notícias, que são produzidas e interpretadas por sujeitos atravessados pela ideologia e refratados em formações ideológicas, que produzem sentidos a partir delas.

O discurso jornalístico define, ou melhor, funciona como um discurso que “pressupõe a relação com outros discursos socialmente construídos” (SCHWAAB, 2007, p. 11). Quando reproduzimos o discurso jornalístico, estamos fadados à interpretação dos sentidos existentes, condicionado a efeitos de evidências e, a partir disso, interpretamos aquele discurso para tomar como base a noção de informação ou conhecimento de um fato (MORAES, 2016).

Ao pensarmos no objeto desta pesquisa, os gestos de interpretação do discurso jornalístico sobre o discurso político dos pronunciamentos iniciais da campanha dos candidatos Jair Bolsonaro e Lula da Silva, os veículos de comunicação interpretam o discurso político que possibilita os pronunciamentos de campanha e, assim, produzem os sentidos que estão materializados no produto jornalístico como a unidade texto. Portanto, é fundamental que compreendamos as condições de produção do discurso que o jornalismo (re)produz, pois, conforme acrescenta Gregolin (2008, p. 16), é através da presença pela difusão midiática que “a ‘história do presente’ é produzida, como um fato que determina a memória e o esquecimento”, considerando que o jornalismo interpreta os acontecimentos.

Tratando-se de um período eleitoral, os enunciados podem se dar de várias formas, causando uma possível influência sobre os (e)leitores. Na análise do objeto de estudo, as notícias dos portais O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, G1 e R7 recortam uma parte do pronunciamento inicial, presente no discurso político-eleitoral em que estão inseridos os dois candidatos e, assim, deslocam esse discurso que está inserido em um contexto sócio-histórico para ser interpretado pelo leitor.

3 A NOÇÃO DE DISCURSO POLÍTICO

A partir da leitura de Piovezani (2017), entende-se que o discurso político está organizado como uma manifestação e produção de sentidos que são atravessados e enunciados pelos sujeitos, os movimentos sociais, as instituições e os locutores. Em seu âmbito, cada “parte” deste discurso possui uma ordem política própria, bem como o seu discurso político. Para delimitar o campo desse discurso,

analisa-se o político-eleitoral, que também está presente em outras condições de produção, como as eleições de uma chapa universitária, um grêmio estudantil, capitão de um time de futebol, representante de um comitê, etc. Em síntese:

O discurso político é, por excelência, o lugar de um jogo de máscaras. Toda palavra pronunciada no campo político deve ser tomada ao mesmo tempo pelo que ela diz e não diz. Jamais deve ser tomada ao pé da letra, numa transparência ingênua, mas como resultado de uma estratégia cujo enunciador nem sempre é soberano. (CHARAUDEAU, 2017, prólogo).

Mas ainda na esfera do próprio sentido do que entende-se por discurso político, Piovezani pondera que:

consideramos “político” o discurso enunciado por um agente inserido no “campo político”, graças à posse de competências específicas derivadas da aquisição de um *habitus* que compreende um conjunto de saberes, uma capacidade retórica um *domínio prático* do funcionamento desse e uma *submissão* a esse campo (PIOVEZANI, 2017, p. 39).

O enunciador (sujeito político) participa de um percurso discursivo sobre a valorização do seu discurso, alinhado às propostas eleitorais e garantia da moral e ética. O sujeito candidato pretende a conquista do voto através dos movimentos discursivos que lhe acompanham como jingles, debates, imagens e outros elementos linguísticos.

O discurso político, para Christian Le Bart (1998, apud PIOVEZANI, 2017) está relacionada a quatro tempos da ordem política, sendo estas variáveis importantes para a manutenção do seu enunciado:

O discurso político contribui para legitimar a ordem política, amarrando os fios de uma intriga de quatro tempos, cuja trama pode ser enunciada da seguinte maneira: 1/ A realidade social é transparente; 2/ A autoridade política é legítima; 3/ Ela controla os fenômenos sociais; 4/ A soma dos cidadãos constitui uma comunidade [...] (LE BART, 1998, p. 70-71 apud PIOVEZANI, 2017, p. 26)

Sabendo que o discurso político está fadado à busca pela legitimidade do poder, entende-se que para tal aprovação é necessário estipular estratégias para estar à frente do público, ou melhor, dos eleitores. E para tal legitimidade, utiliza-se em suas manifestações discursivas, por exemplo, o pronome “Nós” – “Nós, do partido X fizemos tal avanço...”; “Nós, políticos eleitos pelo povo brasileiro...”; “Nós, da Assembleia Legislativa...” etc.

A escolha do pronome, segundo a gramática, está definida com um significado de união, proximidade, coletivo, apoio etc. Compreende que não há mais uso do pronome pessoal “eu” – “Eu, poeta Z fiz isso...”; “Eu destinei recursos a tal empreendimento” etc. Logo, justificando-se os valores necessários para a gestão pública, que não é constituída de forma individualizada. Além disso, outro fator estratégico que produz sentidos é a capacidade profissional que o político possui, quanto maior os estudos, maiores as chances de classificá-los como especialistas para a intervenção nos problemas sociais (PIOVEZANI, 2017).

Desta maneira, quando observamos o discurso político não só analisamos a maneira como o sujeito enuncia, mas também observamos sua sustentação: como esse dizer produz sentidos? E quais seus efeitos no sujeito? O discurso político está acompanhado pela ideologia e suas produções de sentido, dispostas pelo jogo da argumentação, isto é, a argumentação está associada a como o sujeito observa as condições em que está inserido e, principalmente, a sua formação discursiva (ORLANDI, 2017).

O eleitor que está inserido em uma determinada condição social, histórica, em dada formação discursiva, sujeito às condições de produção, é interpelado pela ideologia e, através dela, constituída pela figura do agente político no discurso, identifica-se com a formação discursiva e exerce o seu papel democrático nas eleições.

Retomando o interesse desta pesquisa, observamos de que maneira o discurso jornalístico enuncia o discurso político-partidário aos sujeitos-eleitores. Ao considerar as posições enunciativas que definem o discurso como um discurso jornalístico é necessário analisá-lo mais a fundo e enxergar quais seriam as suas manifestações. Os efeitos do discurso o caracterizam como um gênero discursivo, isto é, as suas posições enunciativas, as condições de produção e as posições do enunciado são elementos que carregam os elementos favoráveis para categorizar o discurso. E por gênero, pode-se atribuir a articulação da língua, “as condições sociais e histórias e espaços” (PIOVEZANI, 2017, p. 27).

Esses fatores contribuem com a produção discursiva e produzem os efeitos de sentido. Mas no caso do discurso político, não conseguimos delimitar tão facilmente o enquadramento de apenas um gênero discursivo, e sim, de vários. Observa-se a manifestação presente nos programas eleitorais como o Horário

Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) que aparece na televisão, nos pronunciamentos, entrevistas, debates, panfletos, documentários, *jingles*, cartas abertas etc.

No Brasil, durante o movimento “Diretas Já!”, no ano de 1984, foi observada uma retomada da população com os assuntos políticos da época. Candidatos utilizaram o momento para explorar ainda mais a dimensão do discurso político. Era a retomada do processo democrático no país. A propaganda política estava mais forte e disseminada entre a sociedade, desta vez mais curta e publicizada em formas de outdoors, panfletos, spots comerciais entre outras ferramentas (SARGENTINI, 2017).

A cada período eleitoral é possível observar uma diminuição no tempo de distribuição da propaganda, pois com o uso dos aparatos tecnológicos, principalmente da internet, a informação precisou ser mais rápida embora ela ainda se mantenha nos moldes de um discurso político já existente. Exemplos comuns são os assuntos sobre os problemas sociais no Brasil como educação, fome, segurança pública, saúde, economia etc. Temas que são julgados como necessários para a gestão de um país ou Estado.

Para Miguel (1998, p. 2):

O discurso político, embora se utilize do passado e o redesenhe permanentemente, projeta-se com muito mais frequência em direção ao futuro. Mesmo quando fala sobre o passado, para resgatar uma tradição ou reverenciar a memória de um grande homem, está de olhos voltados para o porvir. A tradição é invocada na esperança de sua continuidade (ou daquilo que se apresenta como sendo sua continuidade), a evocação do grande homem é um argumento de autoridade em favor dessa ou daquela proposta.

Sob a ótica do objeto de pesquisa, o jornalismo (através do discurso jornalístico) interpreta o discurso político-eleitoral dos dois candidatos nos pronunciamentos iniciais da abertura de campanha no dia 16/08/2022. Além disso, a análise dos gestos de interpretação leva em conta a tradição no discurso político, que configura a caracterização do agente político, como uma esperança para a resolução dos problemas do passado. Com o auxílio do dispositivo-midiático, o discurso político se perpetua no campo social (SARGENTINI, 2017) através do discurso jornalístico.

4 NOÇÕES DE MEMÓRIA E FORMAÇÃO DISCURSIVA

O conceito de memória, atribuída ao pré-construído do discurso, deve ser tratado como interdiscurso, isto é, a memória discursiva relaciona-se ao discurso como algo que também já foi ou não dito (ORLANDI, 2001). A memória pode ser atribuída ao pré-construído porque a forma como as pessoas se lembram de eventos e experiências está influenciada por fatores sociais, políticos e culturais. De acordo com a análise materialista do discurso, a memória não é uma representação objetiva dos eventos passados, mas é moldada por narrativas e discursos que circulam na sociedade.

Estas narrativas e discursos são pré-construídos e têm suas raízes nas condições históricas, sociais e políticas da sociedade. Eles fornecem moldes para as pessoas se lembrarem dos eventos, influenciando a forma como eles são interpretados e narrados. O interdiscurso afeta o modo como o sujeito significa em dada situação, porque a memória se relaciona com o seu dizer. Para Lima (2003, p. 84) “tudo o que já se disse sobre um tema e seus correlatos está, de certo modo, significando ali, interpelando os sujeitos.”

Conforme as noções apresentadas, é possível compreender que o discurso está organizado através de Formações Discursivas (FD), as quais se configuram como dizeres e produções de sentidos. Dessa maneira, “a formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada - ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada - determina o que pode e deve ser dito.” (ORLANDI, 2001, p. 43). Assim a FD pode ser compreendida como um agrupamento do discurso dada a sua conjuntura e posição, destacando-se que: [...] as palavras “mudam de sentido” ao passar de uma formação discursiva a outra. (HAROCHE; HENRY; PÊCHEUX, 1971, p. 34).

O sujeito não é o centro do processo de produção de sentidos, não se configurando na origem do discurso, e sim sendo o efeito dos discursos, das formações ideológicas e das formações discursivas (ORLANDI, 2001). Sendo o sujeito uma posição no discurso, a memória, portanto, não é individual nem subjetiva, ou seja, ela é discursiva – social e coletiva. Nesse sentido, memória e história se aproximam.

Dessa forma, a relação com a memória é muito importante para a AD pois se materializa com a de interdiscurso, que se coloca como foco para a compreensão da FD. O interdiscurso dá a possibilidade de a FD existir, trazendo situações em que há os pontos de relação, de troca e de diferença entre as FD. Portanto, os sentidos produzidos pelo jornalismo sobre os pronunciamentos iniciais dos dois candidatos no primeiro dia de campanha eleitoral justificam-se pelas relações construídas através das suas formações discursivas e as condições sócio-históricas nas quais estão inseridos, desse modo, capazes de produzir os sentidos.

5 NOÇÕES DE PARÁFRASE E POLISSEMIA

No movimento dos discursos e da linguagem, segundo Orlandi (2001), operam os processos parafrásticos e os processos polissêmicos. A paráfrase, em sua funcionalidade do discurso compreende-se pelo uso do dizer, assim, sempre há algo que se repete e é retornado pela memória. A polissemia (ORLANDI, 2001) é o contrário dessa repetição do discurso, é a mudança, a ruptura, o novo, algo que não se repete nos processos de significação.

Ambos os processos produzem dizeres diferentes e causam tensão no discurso em que temos o antigo e diferente. Compreende-se que a paráfrase se repete enquanto que a polissemia está relacionada aos sentidos de ruptura ou deslizamentos desse mesmo discurso, pois, no processo da memória discursiva, quando se há uma repetição ainda assim é possível explorar novos sentidos, uma vez que não pode existir polissemia sem a paráfrase.

Nos estudos de Orlandi (2001), os processos, em forma de jogos significantes, brincam com os sentidos - o já dito e o que será dito, trazem uma nova significação para o discurso. A junção dos dois traz um conflito entre o simbólico (o que poderia significar) e o político (ato de se manifestar).

As formações ideológicas e os sentidos não estão na essência das palavras, mas sim na discursividade. A autora afirma que no discurso a ideologia produz seus efeitos, materializando-se nele. Ao compreendermos que o jornalismo, na posição de sujeito², possui a interpelação da ideologia através das formações discursivas e

² Os portais são constituídos da posição de sujeitos pois participam do simbólico e são interpelados por uma ideologia..

assim, evidencia e produz os sentidos nos dizeres das manchetes, contribuindo com o jogo parafrásticos da retomada e exploração de novos sentidos.

A linguagem e a ideologia se relacionam para a criação das práticas discursivas. A evidência e percepção do sentido são um efeito ideológico, pois o sujeito é incapaz de observar sua construção, uma vez que o mesmo está atravessado por esse discurso. Assim, em uma sociedade democrática, sujeita aos processos da história, sentidos e formações discursivas existentes, o sujeito manifesta-se discursivamente a fim de interpretar os sentidos. E o mesmo ocorre com o jornalismo.

Orlandi (2001) indica que o discurso se constitui em seus sentidos porque aquilo que o sujeito diz insere-se em uma Formação Discursiva (FD). Quando a autora utiliza o termo “sentidos” é possível pensar nas amplas formações que o discurso é capaz de produzir. Neste âmbito, este discurso está sujeito a rupturas (polissemia) e repetição (paráfrase). De acordo com a autora, os sentidos sempre são determinados ideologicamente, “não há sentido que não o seja” e assim pode-se compreender o processo de produção de sentidos (ORLANDI, 2001, p. 93).

Desta maneira, notamos a prática dos processos polissêmicos e parafrásticos acontecendo nas formações discursivas, constituída pelo homem como algo que se forma através das condições materiais, ideologia, linguagem e concepções de sentidos, como parte de uma construção em constante movimento no jogo de significantes.

6 PROCEDIMENTOS PARA CONSTITUIÇÃO DO CORPUS

Para Orlandi (2001), a Análise Materialista do Discurso busca entender os efeitos de sentido, a partir de pistas que levam ao discurso, da relação com outras teorias e os efeitos de sentidos produzidos a partir do discurso. Cada análise é diferente de outra, pois cada analista pensa em conceitos, teorias e questões diferentes. A natureza dos campos de estudo, o próprio analista, os campos disciplinares e entre outros elementos, constituem o dispositivo analítico. Assim, para analisar o discurso, “há gestos de interpretação que o constituem e que o analista, com seu dispositivo, deve ser capaz de compreender” (ORLANDI, 2001, p. 26).

Quanto ao recorte e à seleção das notícias, deu-se pelo critério da diversidade entre os títulos, bem como pela possibilidade de explorar a produção de sentidos semelhantes (paráfrase) e diferentes (polissemia). As escolhas dos portais G1, Folha, Estadão e R7 justificam-se pela alta audiência e acessos no Brasil, além de estarem ligados a grandes de comunicação pois o Folha de São Paulo pertence ao Grupo Folha; o Estado de São Paulo que faz parte do Grupo Estado (conglomerado de outros veículos); o portal G1 ao Grupo Globo (Jornal O Globo); e R7 ao Grupo Record (TVRecord). Outro fator relevante a justificativa dos portais é a diversidade de acesso que temos, uma vez que os dois portais Folha e Estadão possuem restrições a não-assinantes, enquanto G1 e R7 são veiculados livremente na internet. A partir da definição dos objetivos da pesquisa, foi realizada busca nos portais com as palavras-chave referidas ao objeto da monografia.

No site do portal, a Folha de São Paulo se anuncia como “um dos maiores e o mais influentes entre os jornais diários nacionais de interesse geral.” “oferecendo conteúdo variado e expondo seus leitores a diversos pontos de vista.” (F. de São Paulo, 2022). Já o Estadão, em sua pequena apresentação, define-se como um veículo que tem a capacidade de “informar e tomar decisões, seja na vida pessoal e no consumo cotidiano ou nos negócios.” (Estadão, 2022). De modo a projetar uma imagem nas formações imaginárias do sujeito-leitor, o dizer do jornal pode definir, bem como, a decisão acerca da escolha dos candidatos à presidência em 2022.

O R7 se mostra como um jornal que possui “mãos dos melhores profissionais para condução das notícias e da cobertura dos mais importantes eventos e

acontecimentos do Brasil e do mundo" (R7, 2022). Já o portal G1 define "[...] o jornalismo como uma atividade que produz conhecimento. Um conhecimento que será constantemente aprofundado, primeiro pelo próprio jornalismo, em reportagens analíticas de maior fôlego, e, depois, pelas ciências sociais, em especial pela História." (G1, 2022).

Assim Orlandi afirma que:

Todo sujeito (orador) experimenta o lugar do ouvinte a partir de seu próprio lugar de orador, constituído pelo jogo das formações imaginárias (a imagem que faz de x, de si mesmo, do outro). Cada um "sabe" prever onde seu ouvinte o espera. Esta antecipação do que o outro vai pensar é constitutiva de todo discurso (ORLANDI, 1998, p. 76).

Compreende-se que as condições de produção observadas no dizer dos portais referenciam-se pela posição-sujeito inserida em grande veículo de comunicação no país, que tem como objetivo a narração e a cobertura dos acontecimentos diários, transformando o sujeito em uma espécie de mediador dos fatos. Todo esse processo baseia-se também na rotina jornalística do sujeito. Assim compreende que o portal de notícias, nas condições do sujeito-portal, produz o discurso com o objetivo de levar o conhecimento para o público leitor. Com a finalidade de observar os gestos interpretativos do discurso jornalístico de cada veículo, escolhe-se 01 notícia de cada jornal para analisar.

Para cumprir com os objetivos desta pesquisa, através dos procedimentos metodológicos, fez-se necessária, primeiramente, uma pesquisa bibliográfica sobre a Análise do Discurso, com base em Michel Pêcheux (1983) e demais autores no cenário brasileiro. Em seguida, para identificar o objeto de pesquisa proposto, foi organizado o arquivo, considerado como o "campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma questão" (PÊCHEUX, 1994, p. 3).

Nesse sentido, delimitou-se o arquivo, composto por 10 textos, formando-se posteriormente o *corpus* do trabalho, composto por 4 notícias³. Dessa forma, realizou-se o recorte de 11 sequências discursivas, apresentadas nas 4 notícias veiculadas pelos portais O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, G1 e R7 sobre os pronunciamentos iniciais da campanha dos candidatos presidenciais. A

³ A definição de notícia pode ser entendida como "a articulação simbólica que transporta a consciência do fato a quem não o presenciou" (LAGE, 2001, p. 29).

busca do arquivo foi feita nos sites dos próprios portais, exceto no caso do R7, no qual foi utilizado o serviço do “Google Notícias”.

Com o emprego dos enunciados “campanha”; “campanha lula” e “campanha Bolsonaro”, como palavras-chave para a busca de textos referentes ao primeiro dia da campanha presidencial, ou seja, o dia 16/08/2022, o arquivo foi construído e estruturado em uma tabela, subdividida em linhas correspondentes aos portais analisados, conforme segue:

Títulos	Data da publicação	Portais
Lula afaga evangélicos em 1º ato de campanha e fala em Bolsonaro possuído pelo demônio	16/08	Folha de São Paulo
Campanha começa com ‘guerra santa’ entre Bolsonaro e Lula	16/08	O Estado de São Paulo
Bolsonaro lança campanha em Juiz de Fora com discurso focado na agenda conservadora	16/08	G1
Em primeiro ato de campanha, Bolsonaro critica o PT e convoca apoiadores para 7 de setembro	16/08	R7

Fonte: autoria própria.

Antes de iniciarmos a análise, é necessário compreender que um dos primeiros passos para a Análise do Discurso é a delimitação do *corpus*, uma vez que o discurso (manifestado pela fala, escrita, imagem etc.) como um percurso, algo que está em movimento (ORLANDI, 2001). Dessa maneira, trata-se os resultados desta análise como uma interpretação dos gestos do discurso jornalístico (quais sentidos foram identificados a partir desta análise).

Dessa forma, conforme o objeto da análise, trabalha-se com arquivos exclusivos do primeiro dia de campanha e que estão inseridos em determinadas condições de produção. Um dos critérios importantes sobre a constituição do *corpus*

é atender, primeiramente, aos objetivos da análise, pois estes nos permitem chegar à compreensão da pesquisa. Assim, em conjunto aos princípios e procedimentos realizados, conseguimos identificar como o discurso produz efeitos de sentido (ORLANDI, 2001). Para Orlandi (2001),

O texto é a unidade que o analista tem diante de si e da qual ele parte. O que faz ele diante de um texto? Ele o remete imediatamente a um discurso que, por sua vez, se explicita em suas regularidades pela sua referência a uma ou outra formação discursiva que, por sua vez, ganha sentido porque deriva de um jogo definido pela formação ideológica dominante naquela conjuntura (ORLANDI, 2001, p. 63).

Ao analisar os gestos de interpretação dos portais, diante dos pronunciamentos iniciais da abertura de campanha dos dois candidatos, estamos sujeitos às formações ideológicas que o jornalismo está inserido (materializadas pelos portais). Desta maneira, pretende-se compreender quais produções de sentidos foram exploradas a partir do discurso jornalístico sobre o discurso político-eleitoral. No campo ideológico, o discurso no qual está alinhado a memória discursiva, logo, o interdiscurso e nos faz pensar que este discurso, relacionado aos jogos da paráfrase e polissemia, está na condição do que já foi dito, de que forma, não-dito e quais foram as condições de produção desses dizeres.

Consideramos as noções do discurso, como o que é dito em um portal e o que é dito em outro, o que é interpretado de um modo e o que é interpretado de outra forma, buscando compreender o não-dito, conforme a materialidade do que foi dito, refletindo essa ausência como algo que não foi dito na produção de sentidos. Ademais, para termos resultados diversos e comparativos durante a análise relacionados com as noções de paráfrase e polissemia que nos servirão de base.

7 ANÁLISE DAS MANCHETES DE CADA PORTAL

Os portais Folha, Estadão, G1 e R7, na posição de sujeito e interpelados pelas formações ideológicas que cada jornal (empresa) está inserido, através das atividades jornalísticas, interpretaram e produziram o discurso jornalístico. Sob o acontecimento do primeiro dia de campanha dos candidatos Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT) e Jair Messias Bolsonaro, do Partido Liberal (PL), os jornais cumpriram com a agenda política (além do interesse público

e democrático) enunciaram, através das 04 manchetes, o acontecimento dos pronunciamentos iniciais dos candidatos feitos no dia 16/08/2022.

A seguir ilustramos as manchetes selecionadas com o objetivo de identificar os gestos de interpretação do discurso jornalístico sobre o discurso político-eleitoral:

Lula afaga evangélicos em 1º ato de campanha e fala em Bolsonaro possuído pelo demônio

Lula afaga evangélicos em 1º ato de campanha e fala em Bolsonaro possuído pelo demônio, *Folha de São Paulo*, 16/08/2022.

A manchete do jornal Folha de São Paulo, publicada no dia 16/08/22, reúne no título da notícia o termo “afaga”, que remete aos sentidos de carinho, mimar, favorecer etc. Nesse âmbito, o título traz uma percepção, ou melhor, interpretação, de que Lula está favorecendo o grupo religioso com falas que lhe causem conforto, ao mesmo tempo em que critica o adversário, justificando-se que este é possuído pelo demônio, logo, definindo que não deve ser aceitável para essa comunidade um candidato que esteja nessas circunstâncias.

Em consonância com os estudos de Pêcheux, entende-se que todo discurso pressupõe um jogo imaginário, que resulta na projeção de imagens para os sujeitos em sua posição discursiva, bem como para aquilo sobre o que dizem. No caso do texto jornalístico que é trazido para análise, tem na posição sujeito em A o jornal Folha de São Paulo, que enuncia aos leitores (sujeito em B), relatando um dizer que atribui uma formação discursiva religiosa ao passo que o candidato também está reproduzindo dizeres semelhantes ao de Bolsonaro que sempre está citando falas sobre a religião.

Em primeiro ato de campanha, Bolsonaro critica o PT e convoca apoiadores para 7 de Setembro

Em primeiro ato de campanha, Bolsonaro critica o PT e convoca apoiadores para 07 de Setembro, *R7*, 16/08/2022.

O portal R7 enuncia sobre o primeiro ato de campanha de Jair Bolsonaro, como um evento no qual o opositor de Lula deixou clara a sua rivalidade com o petista. O jornalista/jornal retoma uma memória discursiva dos efeitos de polarização política entre os dois candidatos com os dizeres sobre a crítica de Bolsonaro ao Partido dos Trabalhadores e não a Lula. Sob essa perspectiva, no enunciado ainda temos o dizer patriótico do convite aos apoiadores para a realização do ato político no dia 07 de setembro, em que se comemora a Independência do Brasil. Posteriormente, o ato repercutiu com efeitos de oportunismo por Bolsonaro, que aproveitou o espaço de campanha eleitoral para mobilizar os apoiadores.

Novamente, pelos efeitos da interpelação ideológica que o leitor está inserido, o leitor tem a ilusão de que participa do discurso, ou seja, que está convidado para apoiar o seu candidato na data referida. Assim, pode-se compreender que “o fato de que há um já-dito que sustenta a possibilidade mesma de todo dizer, é fundamental para se compreender o funcionamento do discurso, a sua relação com os sujeitos e com a ideologia” (ORLANDI, 2003, p. 32). O sentido de patriotismo é reforçado nos enunciados da notícia, uma vez que o jornal recorta falas do candidato a respeito do retorno de uma nação mais forte, unida, sem corrupção e de direita.

Bolsonaro lança campanha em Juiz de Fora com discurso focado na agenda conservadora

Bolsonaro lança campanha em Juiz de Fora com discurso focado na agenda conservadora, G1, 16/08/2022.

O G1 trouxe em sua manchete no dia 16/08/2022 o título com o seguinte enunciado: “Bolsonaro lança campanha em Juiz de Fora com discurso focado na agenda conservadora”. O dizer “Juiz de Fora” aciona uma memória discursiva sobre o atentado que o candidato sofreu em 2018, o que torna o lugar como um marco simbólico para a trajetória política de Jair Bolsonaro, pois naquele ano o candidato se tornava eleito para o Poder Executivo. Compreende-se que o eleitor tenha a noção de evidência do acontecimento, a partir da formação ideológica que está inserido, por causa do **pré-construído** existente no próprio discurso jornalístico sobre o atentado em 2018, no qual foram explorados os sentidos de preocupação com a

saúde do candidato e os sentidos alarmistas sobre a possibilidade de haver uma tragédia nas vésperas da eleição na época.

Nesse âmbito, o jornalista deduz que o eleitor tenha a memória acionada ao retomar este discurso. Além disso, percebe-se que para o jornal, o primeiro dia de campanha de Jair Bolsonaro foi focado na agenda conservadora, pressupondo que os sentidos extraídos dos pronunciamentos iniciais do candidato se tratam dos valores cristãos, sobre a pátria, as forças armadas e políticas neoliberais; formações discursivas que o político sempre enuncia.



Campanha começa com 'guerra santa' entre Bolsonaro e Lula

Campanha começa com 'guerra santa' entre Bolsonaro e Lula, *Estadão*, 16/08/2022.

O Estadão trouxe em sua manchete o título de “Campanha começa com ‘guerra santa’ entre Bolsonaro e Lula” no primeiro dia da abertura de campanha das eleições presidenciais. Notamos que o jornalismo, nesse âmbito, interpreta os pronunciamentos iniciais dos dois candidatos como uma disputa do campo religioso, pois, novamente identificamos o discurso religioso enunciado nas falas de Lula e Bolsonaro. Com o enunciado ‘guerra santa’ em aspas simples⁴ que segundo o Manual de Redação do Estadão servem “para marcar a frase, expressão ou palavra de um texto que já esteja entre aspas”, o jornal provoca os sentidos de guerra, polarização política e disputa dos eleitores religiosos. A partir dos gestos de interpretação do discurso jornalístico, pode-se ter como definição a partir do discurso sobre, em destaque o religioso, que está sendo referenciado às lutas contra os dados “infiéis” no conflito histórico conhecido como as Cruzadas, uma guerra entre cristãos e muçulmanos para disputar o território de Israel e expandir a sua fé.

Por discurso religioso podemos compreender, segundo Orlandi (1996), que se trata daquele que faz ouvir a voz de Deus ou de seus mensageiros como um padre, pastor, profeta, messias e isso seria a principal característica desse discurso (ORLANDI, 1996). Relacionando ao discurso político-eleitoral, é seguindo este efeito de mensageiro que o político se utiliza da imagem de sujeito e passa a se tornar

⁴As aspas simples no jornalismo funcionam com a finalidade de destacar ou ironizar um enunciado. O leitor ao se deparar tais enunciados evocados com o uso de aspas simples, deve ter a necessidade da compreensão do pré-construído que se efetivou discurso.

aquele que promete trazer a solução para os problemas mundanos, caminhando para ser um “salvador” da população. Orlandi (1996) relaciona o discurso religioso (sigla DR) como “aquele em que há uma relação espontânea com o sagrado” sendo, portanto, “mais informal”; enquanto o teológico é o tipo de “discurso em que a mediação entre a alma religiosa e o sagrado se faz por uma sistematização dogmática das verdades religiosas, e onde o teólogo (...) aparece como aquele que faz a relação entre os dois mundos: o mundo hebraico e o mundo cristão”, sendo, assim, “mais formal”. (Orlandi, 1996, p. 246-247).

Desta maneira, o uso do verbo “começa” produz um efeito de sentido que nos leva à compreensão que o resumo do primeiro dia de campanha dos dois candidatos resultou na disputa religiosa para quem conseguia mais eleitores cristãos. Contudo, pode-se observar o jogo parafrástico que todas as manchetes reuniram em que o discurso político se apropria ou repete o discurso religioso. Pois os dizeres das manchetes dos portais Folha, G1 e Estadão nos termos: “Bolsonaro lança campanha em Juiz de Fora com discurso focado na agenda conservadora”, “Lula afaga evangélicos em 1º ato de campanha e fala em Bolsonaro possuído pelo demônio” e “Campanha começa com ‘guerra santa’ entre Bolsonaro e Lula” evidenciam esses sentidos.

Nos portais Folha e R7 também são os dizeres sobre a polarização política entre os dois candidatos também são retomados nos enunciados: “Em primeiro ato de campanha, Bolsonaro critica o PT e convoca apoiadores para 07 de setembro” e “Lula afaga evangélicos em 1º ato de campanha e fala em Bolsonaro possuído pelo demônio”. Os dois jornais utilizam a conjunção aditiva “E” no texto das manchetes ao acrescentarem outra ação ocorrida nos pronunciamentos da campanha de cada. Já a polissemia é compreendida por Orlandi (1999) como uma quebra dos processos de significação e deslocamentos dos sentidos que o discurso é capaz de produzir. No portal R7 tem-se uma modificação do dizer, retomando outros dizeres, fazendo uso da memória a mobilização de sentidos de patriotismo, o qual enuncia na manchete o convite que o Bolsonaro fez aos apoiadores para o ato político no dia 07 de setembro.

Já o G1 desloca os sentidos do enunciado da manchete ao remeter à memória discursiva sobre o lugar simbólico que representa Juiz de Fora para a trajetória política de Bolsonaro, uma vez que o lugar foi marco do atentado ao candidato em 2018 e foi escolhido como o lugar para abrir sua campanha eleitoral

em 2022. Nesse sentido, a paráfrase e a polissemia são elementos que representam o mesmo e o diferente, entre o já dito e o não dito, pois estes trabalham juntos e produzem os sentidos, que os sujeitos significam pela sua interpelação com a ideologia (ORLANDI, 1999).

Dessa maneira, observa-se, através das manchetes aqui analisadas, que o discurso religioso e a polarização política foram os dizeres que mais se repetiram, estes representados pelos jogos parafrásticos do discurso. Nesse âmbito, através da memória discursiva, pelo dito e não dito, o sujeito-portal trouxe como resumo do primeiro dia de campanha dos dois candidatos a disputa pelo campo religioso da eleição, algo que para os dois candidatos mostrou-se importante entre os assuntos eleitorais, mas não foram os únicos. Os dois temas foram trazidos com maior importância pelo discurso jornalístico do que pelo discurso político.

Já a polissemia encontra-se na ruptura, na mudança, no dizer diferente. Nas manchetes, observamos que os termos enunciados estavam sob efeitos da retomadas de outros discursos, nos quais a memória discursiva nos possibilitou explorar sobre o lugar simbólico que Bolsonaro estava e o convite para o ato político do candidato no dia 07 de setembro, representando assim, os sentidos de patriotismo, em função da data comemorativa e o que ela representa para Bolsonaro. Enquanto, sobre o opositor Lula, houve manchetes que enunciaram os sentidos de polarização política entre o PT e o PL, bem como toda a disputa eleitoral sob o campo religioso, caracterizado como 'guerra santa' conforme explicita o portal Estadão.

Sabendo que o jornalismo, enquanto discurso, reproduz a realidade em que está inserido, nota-se que há ausência de outros sentidos, principalmente quando o jornal está cobrindo uma campanha eleitoral, deve-se compreender a maneira que o sujeito (jornalista) está produzindo e de que forma esse discurso. Dessa forma, compreende-se que o não-dito, no qual faz parte de todo dizer e que está no gesto de interpretação do jornalismo, está condicionado ao destaque para dados sentidos e não outros. Afinal, sabe-se que a empresa (o jornal), os leitores, as fontes, a escolha das palavras para os enunciados, a rotina jornalística, o contexto sócio-histórico e as formações ideológicas são elementos decisivos para que o jornalista possa produzir o discurso e efeitos de sentido.

8 ANÁLISE DAS NOTÍCIAS DOS PORTAIS

Iniciamos esta segunda parte da análise trazendo três sequências discursivas (SD) recortadas do *corpus*, composto pelas notícias dos portais Folha, Estadão, G1 e R7 sobre os pronunciamentos iniciais da abertura de campanha dos candidatos à presidência Jair Messias Bolsonaro (PL) e Luíz Inácio da Silva (PT).

8. 1 FOLHA

Nesta parte, trata-se de analisar os gestos de interpretação da notícia do portal Folha de São Paulo referente ao primeiro dia de campanha dos dois candidatos. A seguir destacamos o trecho da notícia que leva o enunciado “Lula afaga evangélicos em 1º ato de campanha e fala em Bolsonaro possuído pelo demônio”, observamos o trecho abaixo:

SD1: O ex-presidente Luiz Inácio da Silva (PT) afirmou que o presidente Jair Bolsonaro (PL) está tentando manipular evangélicos e chamou o atual mandatário de “fariseu”, “presidente fajuto e genocida”.

O jornal traz o *lead*⁵ da matéria com um recorte de palavras que Lula utilizou em sua fala de abertura da campanha eleitoral. O sujeito-portal enuncia o termo “fariseu” que o candidato produz em seu discurso e, dessa forma, é possível apontar para os sentidos cristãos, através da memória discursiva, uma vez que a palavra fariseu está relacionada aos estudos da Bíblia e faz referência às histórias dos judeus, conhecidos como aqueles que eram opositores a Jesus Cristo. Mais a fundo, compreendemos pela noção do pré-construído que o termo tem os efeitos de sentidos de uma pessoa hipócrita e mentirosa a depender da Formação Discursiva em que o sujeito (jornalista e leitor) se insere.

Ainda na mesma SD, destacamos o recorte do enunciado que o jornal trouxe sobre a palavra “genocida”, a qual nos aciona a memória discursiva acerca do já-dito sobre genocídio. Na história, o genocídio é caracterizado pelo ato de exterminar em massa grupos específicos como população negra, mulheres, animais etc. O dizer do jornal nos apresenta efeitos de sentido sobre o candidato opositor de Lula, ser considerado um genocida. Observamos que o não-dito nos faz compreender que o

⁵ Com a notícia, o *lead* representa a estrutura da notícia, em que os fatos são narrados em tópicos por uma ordem de ação e acontecimentos (LAGE, 2001). Nesse sentido, o *lead* constrói uma narrativa na história de: como, o quê, onde, quando, quem e por quê.

termo está ligado aos acontecimentos da pandemia da COVID-2019, antecedentes à eleição de 2022, e sob gestão de Bolsonaro, atuante no Poder Executivo desde 2019.

O discurso religioso é retomado (paráfrase), via memória discursiva, quando o jornalista enuncia palavras que remetem aos sentidos religiosos, do cristianismo, conservadorismo e fortalecem a disputa religiosa no campo eleitoral para os dois candidatos. A quebra desse discurso (polissemia) é observada quando o jornal se posiciona e traz uma justificativa sobre o discurso religioso que Lula está repetindo, conforme pode-se observar na SD2:

SD2: Como a Folha mostrou, o PT está lançando uma ofensiva para desmentir rumores de que Lula fechará igrejas evangélicas. No discurso, o ex-presidente também disse que ele sancionou a lei que criou o Dia da Marcha para Jesus, em 2009, proposta pelo bispo e então senador Marcelo Crivella, da Igreja Universal.

O dizer do sujeito-portal sobre “mostrar que o PT está lançando uma ofensiva para desmentir rumores” nos faz compreender que o portal, nas atividades jornalísticas sobre a campanha eleitoral dos dois candidatos, está enunciando para os seus leitores os acontecimentos referentes aos rumores que o PT estaria fechando as igrejas, repetido pelas formações discursivas da oposição. Diante dessa afirmação do jornal, pode-se questionar: Quais foram os momentos que a Folha mostrou? O que está sendo mostrado? De que forma? Assim, compreende-se, através dos efeitos de evidência, que o leitor deve saber (pela noção do pré-construído) como a Folha mostrou a respeito das ofensivas que o PT está lançando para desmentir os rumores sobre o fechamento das igrejas evangélicas.

Assim como os dizeres enunciaram que Bolsonaro escolheu Juiz de Fora para lançar sua campanha, o candidato do PT escolheu a fábrica da Volkswagen em São Bernardo do Campo e que também está relacionada a sua trajetória política e, para o dizer jornalístico, o feito é considerado como um marco simbólico, conforme enuncia a SD a seguir:

SD3: O local escolhido tem forte simbolismo, pelo fato de as trajetórias do PT e de Lula estarem ligadas à cidade do ABC paulista. "Foi aqui que tudo aconteceu na minha vida. Foi aqui que aprendi a

ser gente, que adquiri consciência política e foi por causa de vocês que fui um bom presidente da República", disse ele.

A menção do jornal aos enunciados “forte simbolismo” e “trajetórias do PT e de Lula estarem ligadas à cidade do ABC paulista” produzem efeitos de sentido de que o local, berço dos metalúrgicos, é um de extrema importância para a campanha de Lula em 2022, pois marca uma retomada de outros acontecimentos em que o candidato esteve presente como as vitórias nas eleições em 2002 e 2006.

Compreende-se que os gestos de interpretação do portal produzem efeitos de sentido de que o primeiro dia de campanha de Lula foi destacado pelo “afago” aos evangélicos e a polarização política entre o petista e Bolsonaro, em que lhe é denominado o termo fariseu, representado como uma pessoa mentirosa e hipócrita. Conforme analisamos o texto, o dizer do jornal reproduz efeitos de como a Folha está mostrando e produzindo dizeres sobre a desmistificação do fechamento das igrejas pelo PT, que se defende desses rumores. Podemos compreender que o dizer contribui para a construção de uma imagem da Folha para seus leitores trazendo um efeito de credibilidade aos leitores ao utilizar o verbo “mostrar”, isso ocorre devido às condições de produção do discurso jornalístico, em um momento no qual ele perde credibilidade para outras mídias, como as redes sociais digitais, por exemplo.

Conforme analisamos em Vicenzi (2021) e Lage (1979), o jornalismo está em um constante *looping* na busca pela evidência da credibilidade e objetividade, produzindo efeitos de compromisso com a realidade inserida. Além disso, o jornal destaca que o lugar, fábrica da Volkswagen no ABC paulista, representa grande importância para o partido e a trajetória de Lula. Ao pensarmos as condições de produção desse discurso, faz-se importante refletirmos acerca da posição discursiva ocupada pelo jornalismo.

Na prática, o portal cumpre com os objetivos da comunicação pública, ao narrar os acontecimentos do primeiro dia de abertura da campanha eleitoral do candidato e, em alguns momentos, consegue explorar outros sentidos além do discurso religioso e da polarização política, embora posicione-se somente uma vez acerca dos dizeres sobre o fechamento das igrejas, do qual o Partido dos Trabalhadores está sendo acusado pela oposição.

Ao pensarmos os gestos de interpretação do discurso jornalístico sobre o discurso político, olhamos a comunicação pública como uma agenda que investiga

as esferas do campo público, principalmente em tempos eleitorais. O jornalismo, entre suas atividades, tem o objetivo de narrar os acontecimentos das instituições e dos agentes políticos que nelas estão inseridos. A comunicação pública ganha destaque, através do dispositivo jornalístico-midiático, ao aproximar a sociedade dessas informações de caráter público, visto que muitas vezes há um certo distanciamento entre os agentes e seus respectivos eleitores, uma vez que a figura política se torna uma autoridade no sistema eleitoral (ESPIRITO, 2010).

Assim pode-se definir que:

A mídia é a moldura da janela pela qual a opinião pública entrará em contato com uma pequena parcela da realidade, sendo os jornalistas responsáveis por sua construção. Em um noticiário, por exemplo, quem constrói essa realidade e a organiza em notícias é o jornalista. (LEAL, 2007, p. 2).

Os debates eleitorais transmitidos nas televisões, as reportagens a respeito das porcentagens de intenções de votos, a legitimação do uso dos poderes adquiridos pelos agentes, as entrevistas com as fontes oficiais (comumente um ator político) são exemplos de comunicação pública na qual aproximam a sociedade e as inserem na agenda política, mantendo-se o objetivo jornalístico de levar a informação em sua instância.

8.2 ESTADÃO

Para fins de análise, é trazido novamente três sequências discursivas (SD) recortadas do corpus que, como mencionamos, é constituído por 4 notícias dos portais selecionados, com o objetivo de analisar os gestos de interpretação do discurso jornalístico sobre os pronunciamentos iniciais da abertura de campanha eleitoral dos candidatos Jair Bolsonaro e Lula, difundidos no portal O Estado de São Paulo (Estadão), na data de 16/08/2022. Iniciamos por observar a SD4:

SD4: O primeiro dia oficial de campanha nesta terça-feira, 16, foi marcado pela disputa entre o presidente Jair Bolsonaro (PL) e o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) em torno de temas religiosos, indicando o que pode ser a tônica da corrida por votos até o dia 2 de outubro

[..]

O Estado brasileiro é laico. A Lei das Eleições (Lei 9.504/97), inclusive, proíbe a veiculação de propaganda eleitoral em templos religiosos.

Na SD4, que reúne o *lead* do texto jornalístico – possuímos o início de um processo de projeção de imagem para o primeiro dia oficial da campanha dos dois candidatos, que é marcado pela disputa acerca dos assuntos religiosos. O dizer do jornal reforça esse discurso ao enunciar que os acontecimentos sobre os temas podem ser “a tônica da corrida por votos até o dia 02 de outubro”. Compreende-se que o portal entende que a pauta religiosa nos assuntos eleitorais possui relevância para o leitor. Ao longo do texto, notamos que o dizer jornalístico sobre os temas religiosos deve ser respeitado em virtude dos processos democráticos, ao enunciar que “O Estado brasileiro é laico”. A Lei das Eleições (Lei 9.504/97), inclusive, proíbe a veiculação de propaganda eleitoral em templos religiosos”.

Retomando a leitura de Pêcheux (1997), entende-se que todo discurso presume um jogo imaginário, sendo este o resultado da projeção de imagens aos sujeitos em sua posição discursiva, bem como para aquilo sobre o que dizem. Dado o texto do jornal que destacamos para a análise, possuímos na posição sujeito em A o portal Estadão, que enuncia a seus leitores (posição sujeito em B), relatando um dizer que atribui os pronunciamentos iniciais no primeiro dia de campanha dos dois candidatos à presidência que foram marcados pelos temas religiosos. As formações imaginárias que se projeta no dizer do jornal sobre o discurso religioso presente no primeiro de campanha é retomada com o dizer do jornalista sobre a proibição das campanhas eleitorais em templos religiosos, o que se marca na predicação referente à Lei das Eleições.

Através da memória discursiva, são retomados na SD5 dizeres que se repetem sobre o discurso religioso, acerca do fechamento das igrejas e como isso se fortalecerá com a vitória do candidato Lula:

SD5:

Bolsonaro também disse que igrejas foram fechadas durante a pandemia de covid-19. Aliados do chefe do Executivo têm espalhado nas redes sociais fake news, dizendo que Lula fecharia estabelecimentos religiosos se eleito para comandar o País.

Nota-se pela SD que os sentidos produzidos são de incerteza e de busca pela verdade, principalmente para os eleitores que participam do grupo religioso. Mas compreendemos a partir do enunciado “Aliados do chefe do Executivo têm espalhado nas redes sociais *fake news*” que os dizeres do jornalista esclarecem que companheiros do governo de Bolsonaro motivam os rumores que o ex-presidente

Lula, do PT, fecharia os templos religiosos se for eleito em 2022. Entretanto, é importante que façamos o questionamento de quem seriam esses aliados que o jornal está afirmando e o porquê estão ocultos no texto jornalístico. Observamos que o portal constrói para si a imagem de quem difunde a verdade ao enunciar sobre a divulgação de *fake news* (notícias fraudulentas) espalhadas pelos aliados de Bolsonaro que não foram divulgadas pelos outros portais.

Em seguida, a SD6 retoma os dizeres de que o lugar onde os candidatos realizaram seus pronunciamentos tornam-se marcos simbólicos bem como a polarização política entre os dois.

SD6: Em Juiz de Fora (MG), Bolsonaro voltou a chamar a eleição de “luta do bem contra o mal” e também criticou o que chamou de “fechamento de igrejas” na pandemia de covid-19, reforçando a pauta religiosa da sua campanha. Já Lula, fez o primeiro ato de campanha em São Bernardo do Campo (SP), seu berço político, onde acusou Bolsonaro de tentar manipular a boa-fé de evangélicos e afirmou que o presidente é “possuído pelo demônio”. Bolsonaro fez um discurso no local onde sofreu o atentado a faca em 2018 [...].

Com efeitos de disputa e polarização política entre os candidatos, o portal repete os dizeres bem como quais foram as palavras que Bolsonaro utilizou para definir a campanha eleitoral. Nesse sentido, vale-se ressaltar que o título da matéria retoma os sentidos de disputas, guerras e conflitos sob a perspectiva - agora - religiosa ao enunciar “Campanha começa com ‘guerra-santa’ entre Bolsonaro e Lula. Além disso, encontramos novamente a retomada do lugar simbólico nos pronunciamentos iniciais do candidato, sobretudo, com destaque a facada em Bolsonaro em 2018. Ao longo do texto, o portal possibilita que o leitor retome a memória discursiva do acontecimento ao lembrar a fatalidade e de que forma isso impactou politicamente o político.

Já ao falar de Lula, também esclarece que a fábrica seria o seu “berço político” fazendo jus aos sentidos, conforme o pré-construído, sobre a história do candidato em relação aos pronunciamentos de sua abertura de campanha, no dia 16/08/2022. Dessa forma, para compreendermos as condições de produção que o portal Estadão está inserido, entende Indursky (2001, p. 30) que o sujeito “produz seu texto a partir de um lugar social e, ao fazê-lo, exerce a função enunciativa de autor”. Ou seja, quando o jornalista enuncia o discurso, os sentidos se produzem pelos atravessamentos constituídos no contexto sócio-histórico e ideológico.

Ao longo das formulações de sentidos extraídas das sequências discursivas que apresentamos, observamos que o posicionamento exposto na notícia do Estadão ressalta para o leitor a presença do discurso religioso dito como uma “tônica” decisiva até o fim das eleições, compreendendo que além de outras pautas sociais, somente os assuntos religiosos possuem maior notoriedade no campo eleitoral. Nota-se também os sentidos sobre o lugar que os candidatos se encontram, considerados como um marco simbólico para as campanhas, a referência às *fake news*, relacionada ao que o jornal diz de si mesmo, ou seja, como espaço em que o leitor/eleitor é informado sobre "a verdade" para poder "tomar decisões". Nesse caso, decisões políticas.

8.3 G1

Apresentamos abaixo o recorte de três sequências discursivas dos gestos interpretativos do portal on-line G1 sobre a abertura de campanha eleitoral dos candidatos à presidência Lula e Bolsonaro. O jornalista (sujeito) enuncia a notícia com o título “Bolsonaro lança campanha em Juiz de Fora com discurso focado na agenda conservadora”. Na SD7, notamos a retomada desse discurso, através da memória e do funcionamento do não-dito, sobre a relação do marco simbólico que Juiz de Fora representou para Bolsonaro em seu pronunciamento na abertura de campanha:

SD7: Candidato à reeleição pelo PL falou a apoiadores na região onde levou facada em 2018.

Conforme já observado nas outras SDs, a busca dos dizeres jornalísticos sobre uma narrativa política, ou seja, uma construção de percurso político dos candidatos é enunciada em vários momentos pelos portais. No caso dessa notícia, pode-se notar em “falou a apoiadores na região onde levou facada em 2018”. Dado ao texto analisado do G1, o jornal faz uso de outras retomadas do discurso político sobre o atentado sofrido pelo candidato em 2018. Narrando o acontecimento novamente ao leitor para que não seja esquecida a fatalidade, dado o período das eleições. Mas é a partir da SD8 que observamos também a retomada dos sentidos de disputa entre os eleitores evangélicos.

SD8: O presidente, que segundo pesquisas tem vantagem sobre Luiz Inácio Lula da Silva (PT) entre os evangélicos, recheou o discurso com passagens bíblicas e menções a Deus.

No campo econômico, Bolsonaro declarou que o governo faz "um esforço" para a redução do preço dos combustíveis e da inflação.

Deste modo, observamos que o dizer do portal em “recheou o discurso com passagens bíblicas e menções a Deus” faz menção aos assuntos religiosos enunciados pelos candidatos. Explorando outros sentidos acerca dos pronunciamentos iniciais no dia 16/08/22, o G1 se posiciona sobre a pauta econômica enunciada por Bolsonaro, de forma breve, em que o jornalista faz uma ruptura ao explorar novos efeitos de sentido sobre a questão econômica no país.

Na SD9, a seguir, marca-se os efeitos de sentidos sobre o conservadorismo defendido por Bolsonaro e assuntos relacionados à religião. Entretanto, notamos o dizer diferente do portal quando se posiciona perante o discurso político, sobre outras pautas que o candidato discursa, ao fazer menção em “mas não mencionou os casos de possíveis desvios no seu governo, como o escândalo no Ministério da Educação” referente aos polêmicas que envolvem o governo do então presidente.

SD9: No pronunciamento, Bolsonaro focou em questões da pauta conservadora e de costumes. Disse ser contrário ao aborto e à legalização das drogas; e defensor da propriedade privada. Ele também afirmou que "o país não quer mais corrupção", mas não mencionou os casos de possíveis desvios no seu governo, como o escândalo no Ministério da Educação.

O portal G1 na posição do sujeito-portal produz efeitos de sentidos sobre o conservadorismo, práticas religiosas e um discurso direitista. Nota-se que os dizeres do jornal sobre as questões focadas por Bolsonaro não são totalmente explicados ao leitor. Utiliza-se os enunciados “pauta conservadora e de costumes”, assim, é possível compreender que o leitor tenha noção do discurso, que não foi dito, e possa explorar os sentidos enunciados através dos dizeres do jornalismo. Ao dizer de determinado modo, o jornalismo (situado em A) produz certa imagem do leitor (situado em B), por exemplo, como alguém que "sabe o que significa" uma pauta conservadora. Esse dizer também funciona sob o efeito de evidência de que todos sabem o que é.

No dizer do jornal, que se propõe a relatar a abertura de campanha de Jair Messias Bolsonaro, tem-se em funcionamento o discurso religioso, que vê nos

próprios pronunciamentos e retomadas do discurso feito por Bolsonaro. Além disso, podem ser explorados sentidos referentes ao lugar que o candidato fez o pronunciamento aos seus apoiadores, como uma superação de Bolsonaro após o acontecimento em 2018. A polissemia que observamos na notícia atrela-se ao questionamento do dizer jornalístico sobre os escândalos no Ministério da Educação do candidato, quando mencionado sobre a corrupção no país.

8.4 R7

O último portal a ser analisado é o R7, com o objetivo de identificar os gestos de interpretação do discurso jornalístico sobre o primeiro dia de campanha dos pronunciamentos iniciais. No texto analisado, o jornal narra as atividades do candidato Jair Bolsonaro no dia 16/08/2022. A seguir, recortamos três sequências discursivas. Abaixo, a SD10:

SD10:

Em seu primeiro ato oficial da campanha eleitoral deste ano, o candidato do PL à reeleição à Presidência da República, Jair Bolsonaro, criticou, nesta terça-feira (16), o Partido dos Trabalhadores, voltou a convocar os apoiadores para o 7 de Setembro e defendeu temas caros à base de apoio. O evento aconteceu em Juiz de Fora (MG), onde Bolsonaro foi vítima de atentado em 2018.

O início da matéria, ou melhor, o lead jornalístico, inicia descrevendo por ordem de acontecimentos o que o candidato (Jair Bolsonaro) fez em seu primeiro ato de campanha eleitoral. O jornal ao enunciar o dizer “criticou” nos faz explorar os sentidos de polarização política e confronto entre os partidos dos dois candidatos, o PT e o PL, uma vez que o verbo “criticar” tem conotação negativa ao explorar os sentidos de apontamentos de erros, falhas, gerar conflitos. Destaca-se na SD10 o uso da palavra “caros” referente às pautas propostas por Jair Bolsonaro. Compreende-se que o uso desta palavra nos faz entender, via memória discursiva, os sentidos de propostas conservadoras, um discurso religioso enunciado pelo candidato e temas relacionados a sua propaganda eleitoral.

Ao final do parágrafo, o portal retoma os sentidos sobre o lugar em que Bolsonaro faz os seus pronunciamentos e relembra ao leitor o discurso do atentado em 2018. Na próxima SD11, também exploramos os sentidos do lugar onde o candidato realizou a abertura de campanha:

SD11: Bolsonaro adotou um tom emocional e escolheu a rua Halfeld, onde sofreu uma facada em 6 de setembro de 2018, para iniciar a campanha eleitoral deste ano.

Na ocasião, o então candidato pelo PSL era carregado por apoiadores quando foi esfaqueado por Adélio Bispo, natural de Montes Claros, cidade localizada no norte de Minas Gerais e que Bolsonaro visitou recentemente.

Os dizeres jornalísticos referentes ao acontecimento repetem o discurso sobre o atentado e introduzem ao leitor os sentidos da importância do lugar para o candidato e como isso simboliza para sua campanha política. Ao enunciar que “Na ocasião, o então candidato pelo PSL era carregado por apoiadores quando foi esfaqueado...” podemos produzir sentidos de colocação do candidato com a figura de um herói ao ser carregado pelos seus apoiadores. Dessa forma, o discurso jornalístico dá destaque aos sentidos de superação e importância do acontecimento para o candidato no primeiro dia de campanha eleitoral.

SD13: A largada da campanha eleitoral foi dada nesta terça-feira. Bolsonaro, que aparece em segundo lugar nas pesquisas, deve percorrer durante a semana a região Sudeste, que concentra o maior número de eleitores aptos a votar no país, em estados como São Paulo e Rio de Janeiro

Já a SD13 tem o discurso jornalístico marcado pela polarização e disputa política entre os dois candidatos: Lula e Bolsonaro. Com o início da abertura de campanha, o jornal enuncia o discurso sobre as pesquisas eleitorais e como está a situação de cada candidato, principalmente na Região Sudeste que apresenta o maior número de votantes no país. Expressões como "dar a largada", estar em 2º lugar, percorrer reforçam a ideia de uma disputa automobilística (ou um páreo entre cavalos ou outros animais de corrida). Por fim, observamos que os dizeres do jornal nos fazem compreender que os pronunciamentos iniciais do candidato Jair Bolsonaro foram relacionados a crítica ao PT, retomada do discurso sobre o local de seu atentado em 2018, convocação para o ato político no dia 07/09 e a repetição dos temas referente ao discurso religioso.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A trajetória que marcamos nesta monografia, nos faz refletir sobre como são produzidos os gestos de interpretação e produção de sentidos sobre os pronunciamentos iniciais da campanha eleitoral de Lula e Bolsonaro. O caminho teórico-metodológico na pesquisa ancorou-se na Análise Materialista do Discurso,

cujos autores principais que dão apoio a este estudo são: Michel Pêcheux e Eni Orlandi. Com o propósito de analisar as notícias acerca dos pronunciamentos iniciais dos candidatos, referentes ao dia 16/08/2022, foram construídas análises a partir de 4 notícias, constituídas no *corpus* do trabalho.

O objetivo geral desta pesquisa foi compreender como o discurso jornalístico enuncia o discurso político, a partir das notícias dos jornais sobre os pronunciamentos iniciais da campanha de rua dos candidatos Jair Bolsonaro e Lula, de modo a identificar de que maneira esses gestos de interpretação do discurso político pelo jornalismo são realizados.

Quanto aos objetivos específicos do trabalho, foram definidos: analisar o discurso do jornalismo, a fim de identificar e entender como se dão os gestos de interpretação do dizer jornalístico em tempos eleitorais pelos portais on-line; compreender os efeitos de sentido, oriundos do discurso jornalístico sobre o primeiro dia de campanha dos candidatos Jair Messias Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva e identificar as diferenças (polissemia) e repetição (paráfrase) entre os gestos de interpretação dos diferentes portais escolhidos.

Dessa forma, a pesquisa reuniu 04 textos dos 04 portais escolhidos referentes ao dia 16/08/2022, data da abertura de campanha eleitoral segundo o calendário oficial do TSE. Com objetivo de observar os gestos de interpretação dos portais Folha, G1, Estadão e R7, atentamos às condições de produção que movimentam o portal. Inicialmente, pode-se definir que o primeiro dia de campanha dos dois candidatos foi retratado pelos jornais por suas visitas aos dois lugares simbólicos para a trajetória política de cada um. Lula visitou uma fábrica no grande ABC paulista, berço dos metalúrgicos, pois o político, antes de ser eleito pela primeira vez, fazia parte desse movimento.

Já Bolsonaro visitou Juiz de Fora, local em que sofreu um atentado em 2018, durante sua campanha para as eleições à presidência da época. Para ambos os atores políticos, os locais são importantes para suas campanhas uma vez que se fortaleceram com votos durante o período em que estiveram lá. Isso nos faz refletir sobre a produção de sentidos acerca da narrativa política e a trajetória dos dois, em que o lugar onde estiveram no primeiro dia de campanha trouxe impactos futuros até a tomada de decisão nas eleições de Outubro. Para analisar as notícias, o estudo foi

dividido pela análise das manchetes e sequências discursivas dos textos de cada portal.

Pode-se concluir que o trabalho observa a memória discursiva funcionando como o principal fator no discurso jornalístico, pois entende-se que todos os sentidos já ditos, por alguém, em algum lugar retornam na forma do pré-construído para explorarmos os sentidos que irá ser produzidos a partir discurso (ORLANDI, 2001, p. 1). A partir do trabalho de outros pesquisadores Pêcheux e Orlandi, analisa-se que a memória discursiva como uma noção que auxilia o leitor para compreender outros discursos retomados pelos portais na esfera da campanha eleitoral, bem como a produção de outros sentidos a partir do discurso enunciado.

Ao analisar os textos, no âmbito da paráfrase e da polissemia, são identificados nos dizeres dos jornais a presença do discurso religioso como principal tema do primeiro dia de campanha dos dois candidatos, os sentidos sobre o conservadorismo e a polarização política entre os dois partidos também foram bastante retomados. Os portais G1, Folha e Estadão trataram do local que os dois candidatos estavam como verdadeiros marcos simbólicos, uma vez que possuíam fortes representações na trajetória política e pessoal de Lula e Bolsonaro.

A quebra da repetição do discurso, ou seja, o diferente, é observado quando nota-se o posicionamento do portal, pela figura do G1, ao falar das propostas apresentadas por Bolsonaro. No texto, o jornalista faz menção à falta de pronunciamento sobre os escândalos envolvendo o governo do atual presidente. No Estadão, observamos o posicionamento do jornal ao falar dos sentidos referentes ao discurso religioso, pautando-se no dizer da Lei eleitoral, que proíbe propaganda eleitoral nos templos religiosos. O Folha destaca-se também pelo posicionamento do jornal referente aos rumores e mentiras de que o PT fechará as igrejas, mostrando ao leitor a suposta veracidade dos fatos apresentados na eleição.

Além disso, observamos que o Estadão faz menção às *fake news*, supostamente se colocando como espaço da verdade; o portal G1 usa a construção adversativa "mas não mencionou..." supostamente denunciando os desvios; O jornal R7 não coloca a disputa como guerra (ou seja, uma disputa violenta) mas como corrida, supostamente silenciando, principalmente da parte dos aliados de Bolsonaro, a violência política. Dessa forma, pelos gestos de interpretação, o discurso jornalístico se define como espaço de verdade, devido à falta de credibilidade que esse discurso enfrenta diante das *fake news*.

Pode-se compreender, a partir dos gestos de interpretação observados no discurso jornalístico, que os portais se mostram como espaços de verdade, uma vez se afirmam contra as notícias fraudulentas, *fake news*, que produzem os sentidos de instabilidade democrática no período eleitoral. Os portais abertos (G1 e R7) e portais com assinatura (Folha e Estadão), atravessam o discurso religioso presente nas manchetes, e nas sequências discursivas de suas notícias, ao retomarem os dizeres que os dois candidatos trouxeram. Entretanto, em sua manchete o portal R7 (pertencente a um grupo religioso) não retomou o discurso e sim, enunciou o dizer sobre o patriotismo.

Na parte das manchetes, a repetição do discurso religioso nos títulos também foi recorrente: *“Lula afaga evangélicos em 1º ato de campanha e fala em Bolsonaro possuído pelo demônio”* (FOLHA); *“Campanha começa com ‘guerra santa’ entre Bolsonaro e Lula”* (ESTADÃO); *“Bolsonaro lança campanha em Juiz de Fora com discurso focado na agenda conservadora”* (G1). Enquanto o portal R7 trouxe o discurso da polarização e o patriotismo no enunciado da notícia: *“Em primeiro ato de campanha, Bolsonaro critica o PT e convoca apoiadores para 7 de setembro”*.

Portanto, como resultados finais da pesquisa, é possível compreender que os pronunciamentos iniciais dos candidatos à presidência foram marcados pela formulação do discurso religioso, os sentidos de polarização política e a busca pela verdade ao tratar sobre as *fake news*. As condições de produção no discurso jornalístico são complexas e multifacetadas, e incluem muitas forças diferentes que podem influenciar a forma como as notícias são cobertas e apresentadas uma vez que representam o contexto sócio-histórico no qual estão inseridas. A exploração dos sentidos nos faz refletir sobre uma possível disputa no campo religioso e o simbolismo dos locais escolhidos para o primeiro pronunciamento como um fator decisivo na eleição, uma vez que Juiz de Fora e o ABC representam trajetórias semelhantes aos dois candidatos pela sua relação com o local.



Figura: Exploração de sentidos interpretados a partir do discurso jornalístico.

Cumprindo a agenda política, o jornalismo teve como atividade a cobertura das instituições e agentes políticos, principalmente em períodos eleitorais, como exemplificamos neste trabalho, com as notícias sobre os pronunciamentos iniciais da abertura de campanha dos dois candidatos à presidência em 2022. Dessa forma, compreende-se que o jornalismo, como um dos principais construtores da realidade, deve não apenas levar a informação, mas também, e a partir de seu trabalho na produção de notícias e reportagens, produzir e explorar os sentidos do discurso político ao enunciá-lo para os (e)leitores. Resultando a falta da abordagem e exploração de outros sentidos referentes a outras pautas discutidas pelos dois candidatos, pois conforme observado, o discurso religioso está atravessado nas notícias e enunciado no título das manchetes jornalísticas.

10 REFERÊNCIAS

BUCCI, Eugênio. **Pós-política e corrosão da verdade**. Revista Usp, n. 116, p. 19-30, 2018. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146574>>. Acesso em 09 fev. 2023

CARVALHO, Carlos Alberto de. Com a mídia, sem a mídia, contra a mídia: reflexões sobre o processo de midiatização e o midiacentrismo. In. Textualidades midiáticas / – Belo Horizonte: PPGCom/UFMG, 2018. 172 p. Disponível em: <<https://goo.gl/dzAF5p>>. Acesso em: 20 mai. 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. Trad. Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2017.

ESPÍRITO, Santo, P. **Estudos de Comunicação Política**. Análise de Conteúdo da Mensagem na Campanha e Pós Campanha Eleitoral nas Eleições Presidenciais. Lisboa: ISCSP, 2008.

ESTADÃO. **Quem Somos**. Disponível em: <<https://patrocinados.estadao.com.br/medialab/about-me/>>. Acesso em: 30 dez. 2022

FERNANDEZ JÚNIOR, Fernando Ewerton. **Classificação política e discurso jornalístico: como agências de notícia transnacionais representam candidatos a presidente do Brasil nas eleições de 1989 e 2010**. 2013. 249 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro / Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 2013.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro et al. **Glossário de termos do discurso**. Porto Alegre: UFRGS, p. 39-46, 2001.

FOLHA. Institucional. **Conheça o Grupo Folha**. Disponível em : <https://www1.folha.uol.com.br/institucional/o_grupo.shtml> Acesso em: 27 dez. 2022

G1. **Princípios Editoriais do Grupo Globo.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>> Acesso em: 29 dez. 2022.

HAROCHE, C.; HENRY, P.; PÊCHEUX, M. (1971). **A semântica e o corte saussuriano: língua, linguagem, discurso.** In: BARONAS, R. L. (Org.). Análise do discurso; apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. 2. ed. São Carlos: Pedro & João Editores, 2011. 13-34.

LEAL, Plínio Marcos Volponi. **Jornalismo político brasileiro e a análise do enquadramento noticioso.** Revista Compólitica, Rio de Janeiro, 2007.

LIMA, Maria Emília Amarante Torres. **Análise do discurso e/ou análise de conteúdo.** Psicologia em revista, v. 9, n. 13, p. 76-88, 2003. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/psicologiaemrevista/article/view/166>>.

Acesso em: 03 mar. 2022.

MIGUEL, Luis Felipe. **Em torno do conceito de mito político.** Dados, v. 41, p. 635-661, 1998. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/dados/a/wKTJtqBsKZsp7XZzcy5fKNH/?format=html&lang=pt&stop=next#>>. Acesso em: 15, ago e 2022.

MORAES, Cláudia H. de. **Rio+20 entre o clima e a economia: enquadramentos discursivos nas revistas brasileiras.** Bauru: Canal 6 editora, 2016. Disponível em: <<https://canal6.com.br/livreacesso/livro/rio20-entre-o-clima-e-a-economia/>>. Acesso em: 7 ago. 2022.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia.** Petrópolis, Vozes, 1979, p. 36

LAGE, Nilson. **Ideologia e Técnica da Notícia.** 3^a. Florianópolis: Insular, 2001.

ORLANDI, Eni P. **Eu, Tu Ele – Discurso e real da História.** Campinas, SP: Pontes. 2017.

_____. **Michel Pêcheux e a Análise de Discurso (Michel Pêcheux et l'Analyse de Discours).** Estudos da Língua (gem), v. 1, n. 1, p. 9-13, 2005. Disponível em:

<<https://periodicos2.uesb.br/index.php/estudosdalinguagem/article/view/973>>

Acesso em: 30 jan. 2022.

_____. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2001.

_____. **Discurso e argumentação: um observatório do político**. Fórum linguístico, 1(1), 1998, 73-81.

_____. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. 4ª ed. Campinas: Pontes, 1996.

PÊCHEUX, M. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Trad.: Eni Pulcinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 1997. Edição original: 1983.

Pêcheux, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio / Michel Pêcheux**; Trad: Eni Pulcinelli. Orlandi [et al.] -- 2.ed - Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1995.

SARGENTINI, V (coord.). Mutações do discurso político no Brasil: espetáculo, poder e tecnologias de comunicação. **Campinas: Mercado de Letras**, 2017.

PIOVEZANI, Carlos (org.). O discurso político eleitoral: o que é e como funciona. **Campinas: Mercado de Letras**, 2017, p. 23-57.

R7. Carreiras. **"COM VOCÊ, A GENTE VAI LONGE!"**. 2022. Disponível em: <https://recordtv.gupy.io/>. Acesso em: 30 dez. 2022.

RODRÍGUEZ-ALCALÁ, Carolina. Em torno de Observações para uma Teoria Geral das Ideologias, de Thomas Herbert (Em torno de Observações para uma Teoria General de las Ideologias, de Thomas Herbert). **Estudos da Língua (gem)**, v. 1, n. 1, p. 15-21, 2005. Disponível em : <https://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/1SEAD/Paineis/CarolinaRodriguezAlcala.pdf>. Acesso: 15 ago. 2022.

SARGENTINI, V.M.O. (org.). Mutações do discurso político: espetáculo, poder e tecnologias de comunicação. **O discurso político eleitoral: como é e como funciona**. Campinas: Mercado de Letras, p. 23-24, 2017.

SCHWAAB, Reges Toni. Para ler de perto o jornalismo: uma abordagem por meio de dispositivos da análise do discurso. **Em Questão**, v. 13, n. 1, p. 11-23, 2007. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4656/465645956002.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2022.

SCHWAAB, Reges Toni; ZAMIN, Angela. O discurso jornalístico e a noção-conceito de interdiscurso. **Vozes e Diálogos**, v. 13, n. 1, p. 49-62, 2014. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/5387>. Acesso em: 07 jul. 2022.

O ESTADO DE SÃO PAULO. **Uma escolha muito difícil**. 2018. Disponível em: <<https://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,uma-escolha-muito-dificil,70002538118>>. Acesso em: 30, jan e 2022.

VICENZI, Liziane Nathália; BERTASSO, Daiane. Do discurso político ao discurso jornalístico. **Compólitica**, v. 11, n. 2, p. 31-54, 2021. Disponível em: <<http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/477>> Acesso em: 28 ago. 2022

WILSON, Victoria. Modos de ler o discurso religioso. **Soletras**, n. 5-6, p. 154-159, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1986

ZANELLA, Alexandre da Silva. Considerações sobre os portais de notícia on-line: falamos, ainda, de discurso jornalístico? Anais do VI SAPPIL-Estudos de Linguagem, p. 27-34, 2015. Disponível em: <http://www.anaisdosappil.uff.br/index.ph/VISAPPILLing/article/238>. Acesso em: 10 fev. 2023.