

IMPrensa, POLÍTICA E HISTÓRIA: A NARRATIVIDADE
JORNALÍSTICA NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DO RIO DE
JANEIRO EM 2016

Bruna Lugatti de SOUZA¹

Jéssica Silva RANGEL²

Laís Silva ALCÂNTARA³

Luan Sabino SIQUEIRA⁴

RESUMO: O trabalho tem como proposta inicial a análise do papel da imprensa no processo eleitoral da cidade do Rio de Janeiro no ano de 2016. Tendo como base a escola francesa de Análise do Discurso, o presente estudo busca trabalhar os conceitos de narratividade, memória, silenciamento e ideologia amparados pelas teorias de Pêcheux e Orlandi, principalmente, para entender a narrativização dos fatos expostos nas manchetes dos jornais *O Globo e Extra*, e a influência da imprensa no direcionamento da opinião pública.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do Discurso; imprensa; eleições; narratividade; silenciamento.

¹Universidade Federal Fluminense, Instituto de Letras, Departamento de Ciências da Linguagem, Niterói /RJ, Brasil.

² Universidade Federal Fluminense, Instituto de Letras, Departamento de Ciências da Linguagem, Niterói /RJ, Brasil

³Universidade Federal Fluminense, Instituto de Letras, Departamento de Ciências da Linguagem, Niterói /RJ, Brasil

⁴Universidade Federal Fluminense, Instituto de Letras, Departamento de Ciências da Linguagem, Niterói /RJ, Brasil

1. Introdução

Este trabalho inicia-se a partir de uma orientação de Análise do Discurso feita em sala, na aula do curso de Linguística III, na Universidade Federal Fluminense, no ano de 2016. O trabalho em questão tem como proposta inicial a análise do papel da imprensa no processo eleitoral da cidade do Rio de Janeiro no ano de 2016, compreendendo o período entre os dias 30/09 e 09/10 do mesmo ano. A base teórica de tal estudo fundamenta-se na Escola Francesa de Análise do Discurso (que chamaremos também de AD neste trabalho), tal como formulada por Pêcheux (1969) e em seus desdobramentos propostos por Orlandi (1983) e outros teóricos brasileiros.

Atravessando o Brasil um período de notórias polarizações políticas e discursos apaixonados, buscamos nesse trabalho interpretar construções presentes nos jornais *Extra* e *O Globo* a fim de depreender ou não a influência de tais veículos na participação incisiva e decisiva nas discussões e no voto da população no processo eleitoral.

É de extrema importância também considerarmos neste trabalho o momento em que vivemos, cuja leitura do jornal impresso perde cada vez mais a sua força. A população da cidade do Rio de Janeiro é estimada em 6,4 milhões de habitantes e o maior jornal do município tem uma tiragem de apenas 154.925 exemplares em dias úteis, o que representa apenas 2,42% da população. A grande maioria da população carioca (este é um dado que também se repete no âmbito nacional) tem, atualmente, o hábito de se informar através da televisão ou da internet. Nossa realidade passa por periódicos que são lidos, em grande parte, quando expostos nas bancas de jornais. É grande o número de pessoas que passam pelas ruas da cidade e leem apenas as manchetes que estão

na capa do jornal, acentuando ainda mais a relevância da função social dos veículos de comunicação, apresentando manchetes imparciais sobre os fatos ocorridos, algo pouco comum na imprensa brasileira.

A importância de uma manchete redigida de forma imparcial se faz presente também na internet, campo que não vamos nos ater neste trabalho, mas que nos ajuda a fazer um paralelo com o jornal impresso, uma vez que a manchete lida nas bancas muitas vezes está presente na plataforma online das publicações e é facilmente compartilhada com um amplo número de pessoas sem necessariamente ser lida.

A partir de um *corpus* constituído por dez manchetes presentes nas capas dos jornais já mencionados, buscaremos interpretar a formação discursiva jornalística em questão, entendendo esse processo como “aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada,(...) determina o que pode e deve ser dito” (Pêcheux, 1997, p. 160).

Nesse sentido, julgamos importante apresentar um breve panorama histórico dos veículos nos quais está presente o nosso *corpus*. Assim, observa-se que *O Globo* e *Extra* são jornais que circulam diariamente no estado do Rio de Janeiro e fazem parte do grupo ‘Infoglobo’, empresa do ramo da comunicação e responsável pela publicação dos jornais *O Globo*, *Extra* e *Expresso*. O primeiro surgiu em 1925, possui uma notória posição tradicional e tem como público-alvo a classe média alta. O segundo foi fundado em 1998 com o intuito de atender à demanda que, até então, era do jornal *O Dia*, abarcando as camadas mais populares do estado.

Sendo a imprensa uma instituição que atua no cotidiano das pessoas, é importante ressaltar que este meio de comunicação ajuda a colocar determinados assuntos em voga, como no nosso caso, em que iremos analisar o papel da imprensa no processo eleitoral. Sendo assim,

veremos como os jornais em questão colocam em pauta os assuntos, e ditam o assunto que vai ser discutido em determinado momento.

Com o objetivo de identificar as nuances presentes no percurso, optamos por analisar um período que atravessa dois dias antes da votação do primeiro turno, passando pelo dia da eleição e estendendo-se até o dia nove de outubro. Com isso a maior parte do nosso *corpus* tem como foco principal a definição do segundo turno. Desse modo, expomos a instituição do lugar social dos sujeitos em voga, a saber os candidatos Marcelo Crivella e Marcelo Freixo, levando em consideração as orientações políticas e ideológicas de ambos.

Marcelo Crivella pertence ao Partido Republicano Brasileiro, calcado na política tradicional e conservadora. Ainda, é bispo da Igreja Universal do Reino de Deus tendo grande influência no meio religioso. Já Marcelo Freixo integra o Partido Socialismo e Liberdade que defende uma política que pauta seus discursos na defesa de temas liberais tidos como tabus pela sociedade em geral. Portanto, é a partir desses lugares sociais que consideraremos cada sujeito e o seu discurso analisado.

2. A teoria de análise do discurso

A escola francesa de Análise do Discurso, visão que adotamos neste trabalho, considera três áreas do conhecimento científico: o materialismo histórico como teoria das formações sociais, a linguística como teoria dos procedimentos sintáticos e dos processos de enunciação, e a teoria do discurso. Desse modo, “se apresenta como sendo uma teoria crítica da linguagem”, que “encontra-se sempre reinvestigando os fundamentos de seu campo de conhecimento: as

relações entre a linguagem, a história, a sociedade e a ideologia, a produção de sentidos e a noção de sujeito” (MARIANI, 1998, p. 23).

Assim, é possível afirmar que o objeto de estudo dessa teoria se concentra nas condições de produção que caracterizam o discurso: o processo histórico-social. Desse modo, essa perspectiva ‘traz consigo a necessidade de se ver a enunciação (...) como processo constitutivo da matéria enunciada’ (ORLANDI, 2009, p. 110).

Além disso, diferentemente da teoria de Benveniste, que considera o sujeito como ser que se apropria da linguagem, como agente consciente do que diz-“É Ego quem diz Ego”-, para a AD, ‘não é o sujeito (locutor) que se apropria, *mas há uma forma social de apropriação pela linguagem* em que está refletida a ilusão do sujeito, isto é, sua interpelação feita pela ideologia.’ (ORLANDI, idem). Nesse sentido, o sujeito se constitui como lugar social. E é através do lugar social que os discursos são produzidos. Esses se constituem na relação com o linguístico e o não linguístico.

Tendo como base essas premissas, é possível averiguar o impacto social, histórico, e ideológico que fecunda os discursos políticos, sobretudo dos candidatos Marcelo Freixo e Marcelo Crivella, contidos nos jornais *O Globo* e *Extra*.

3. O corpus analisado

O material de análise do presente estudo constitui-se de manchetes, tomadas como recorte, sobre Marcelo Crivella e Marcelo Freixo escritas no período que se instaura entre os dias 30/09 e 09/10 de 2016. As mesmas se encontram nos jornais *O Globo* e *Extra*, como já apontado. O discurso proferido, os verbos no modo imperativo, as

Mosaico (Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas – UNESP) São José do Rio Preto, SP – Brasil, 2017.

IMPrensa, Política e História: A Narratividade Jornalística nas Eleições Municipais do Rio de Janeiro em 2016

intitulações, as palavras que denotam conflito e os substantivos próprios que abarcam uma historicidade são as principais marcas linguísticas descritas e estudadas.

Sendo assim, segue abaixo o corpus discursivo:

	30/09	01/10	02/10	03/10	04/10	05/10	06/10	07/10	08/10	09/10
O Globo	"Crivella manipula foto para poupar ex-aliado Lula"	"Rio chega à votação com 2º turno indefinido"	"Adversário de Crivella no 2º turno continua indefinido"	"Crivella e Freixo já buscam apoio, mas rejeitam PMDB"	"Crivella e Freixo duelam por 2,4 milhões de eleitores"	"Guerra suja nas redes" <small>"Uma enxurrada de boatos sobre Marcelo Crivella e Marcelo Freixo invadiu a internet. As campanhas vão à justiça"</small>	"Partido de Crivella apaga notícia sobre Garotinho"	"Datafolha: Crivella tem 41% e Freixo 27%"	"Situação fiscal é preterida no Rio"	"Ataques à trincheira adversária"
EXTRA	"Chance final para o eleitor"	Nada consta	"Voto útil decidirá o adversário de Crivella"	"Dois Marcelos e a tática que deu certo"	Nada consta	"Crivella e Freixo já têm central antiboa-tos"	Nada consta	"Datafolha: Crivella na frente"	"Crivella e Freixo: debates de comadres"	"Crivella e Freixo debatem o carnaval"

4. Citações sobre os candidatos

Na fase inicial deste trabalho, entendemos ser importante observar o modo como os dois jornais constroem discursivamente a imagem dos candidatos nas manchetes por eles apresentadas. Sendo assim, optamos por dedicar parte deste trabalho à análise das menções

feitas ou não ao Marcelo Crivella e Marcelo Freixo, a fim de conhecer, nesse sentido, o posicionamento das publicações acerca de cada um, o que poderia nos auxiliar em relação ao andamento de nossas análises posteriores.

É importante observar que, no jornal *O Globo*, o candidato Marcelo Crivella já tem o seu nome mencionado de forma negativa no dia 30/09, dois dias antes ao 1º turno das eleições, enquanto o jornal *Extra* não faz menção a nenhum dos dois candidatos em seu discurso sobre o processo eleitoral.

Já no dia 01/10, ambos os jornais não fazem menção aos candidatos. O jornal *O Globo* diz que “O Rio chega à votação com 2º turno indefinido”, e o jornal *Extra*, por sua vez, ausenta-se completamente da narrativização sobre as eleições municipais.

Chegado o dia do 1º turno, dia 02/10, os dois jornais visam o candidato do PRB para o 2º turno das eleições, ainda sem o seu ‘adversário’ definido.

No dia 03/10, o candidato Marcelo Freixo tem o seu nome mencionado pela primeira vez tanto no jornal *Extra* quanto no jornal *O Globo*, que também fazem menção ao outro candidato. O jornal *O Globo* menciona a busca dos candidatos pelo apoio dos demais partidos, anteriormente adversários, e a rejeição do apoio do PMDB, partido do atual governador e do prefeito do Rio de Janeiro à época da eleição. Já o jornal *Extra* faz uso de uma prática discursiva diferente do outro jornal, pois se vale, de forma ardilosa, da circunstância dos dois candidatos possuírem o mesmo nome a fim de chamar a atenção do leitor-eleitor para a manchete.

No dia 04/10, apenas o jornal *O Globo* menciona os candidatos, fazendo uso de termos que enfatizam uma rivalidade entre eles e, respectivamente, entre os seus eleitores. O *Extra* novamente se abstém,

direcionando assim o seu discurso para outros assuntos agenciados que julga importante para o seu público leitor.

No dia 05/10, os dois jornais mencionam os candidatos devido aos boatos que foram disseminados sobre eles.

No dia 06/10, o jornal *Extra* mais uma vez tem um movimento enunciativo pautado em assuntos que estão fora do cenário político. Contudo, o jornal *O Globo* menciona o candidato Crivella, novamente fazendo o uso de termos que “mancham” a imagem do candidato. O candidato do PSOL não é mencionado nesse dia.

No dia 07/10, ambos os jornais informam aos seus leitores o resultado da pesquisa do Datafolha a respeito das eleições. O jornal *O Globo* fornece a notícia com base no percentual obtido por cada candidato: “Crivella tem 41% e Freixo, 27%”. Já o jornal *Extra* descarta a necessidade de mencionar o candidato Marcelo Freixo e o seu percentual na pesquisa, dizendo apenas “Crivella na frente”.

No dia 08 de outubro, não há menção aos candidatos no jornal *O Globo*. O *Extra*, por sua vez, menciona os candidatos e de forma depreciativa relata os seus debates.

No dia 09/10, último dia que compõe o *corpus* deste trabalho, o jornal *O Globo* novamente não menciona o nome dos candidatos em seu discurso, enquanto o *Extra* menciona e fornece ao leitor a informação do debate entre os dois candidatos sobre o carnaval.

A partir das observações feitas, é possível perceber o poder que o discurso jornalístico possui sobre o leitor. O jornalista, ao instituir em seu funcionamento discursivo uma posição negativa a respeito de um candidato, sem se posicionar positivamente em relação ao outro que não é mencionado, silencia. O jornalista, ao não nomear nenhum candidato ou simplesmente não fornecer nenhuma informação sobre o processo eleitoral ao leitor, também silencia. Tudo isso se dá pelo fato

de que não nomear, mencionar ou fornecer uma informação, também é silenciar o interlocutor.

O jornal *O Globo* não deixa de noticiar as eleições em nenhum dia que compõe o nosso *corpus*, mas com frequência silencia informações sobre o candidato Marcelo Freixo, que é mencionado apenas 4 vezes em 10 dias, enquanto Marcelo Crivella é mencionado 7 vezes pelo mesmo jornal. Já o jornal *Extra* faz menção ao Freixo apenas 4 vezes, enquanto Crivella é mencionado em 6 oportunidades. Este jornal ainda possui uma particularidade: não faz menção aos candidatos ou à eleição municipal nos dias 01, 04 e 06/10. Portanto, o “agendamento” das notícias nos dois jornais mostra que o leitor está sujeito à ordem do discurso jornalístico, pois, quando dizem algo que não remete às eleições ou encobrem algumas informações, fazem uso de estratégias para silenciá-lo e limitá-lo apenas ao que foi dito. Aos meios de comunicação em questão “interessa menos calar o interlocutor do que obrigá-lo a dizer o que se quer ouvir” (ORLANDI, 2009, p. 263-264). Isto é, interessa aos jornais que o leitor reproduza o que foi agendado e não a sua ausência acerca dos discursos emitidos pelos jornais sobre os candidatos.

5. Sobre o vocabulário que remete a um clima de guerra

Tendo por base o *corpus* apresentado, analisaremos agora a ocorrência de palavras e expressões que nos remetem a um clima de “guerra” no processo eleitoral das eleições municipais de 2016. Levando em consideração o momento histórico, podemos perceber o quanto o discurso jornalístico-político, de largo alcance, pode, com sua força inflamar cada vez mais os ânimos do seu público leitor.

É de fundamental importância que utilizemos aqui o conceito de *narratividade* empregado por Mariani (1996). Segundo a autora, o discurso jornalístico constitui uma “forma de manutenção de poder”, atuando “na ordem do cotidiano”, agendando e direcionando leituras (p. 96). Nesse sentido, percebemos que os dois jornais, que são veiculados diariamente, além de se dirigirem a públicos diferentes, agendam, também, assuntos diferentes, tendo alguns poucos dias de diálogo entre as manchetes.

A respeito do que seria *narratividade*, Mariani diz: “mecanismo discursivo que atuando junto à memória possibilita a reorganização imaginária do acontecer histórico em suas repetições, resistências e rupturas.” (1996, p. 106). Ou seja, o processo de narratividade se dá junto à memória discursiva, recuperando fatos passados de acordo com o interesse político-ideológico de cada instituição enunciativa, para que, assim, possam ou não serem criados novos significados acerca de um determinado tema, retomando o passado histórico, que se escreve no presente e se projeta no futuro.

Dito isto, comecemos com as manchetes do dia 02/10 em que ambos os jornais usam a palavra ‘adversário’, sendo esta empregada com a mesma carga semântica. O uso de uma palavra como essa no contexto atual irá endossar todo o clima de hostilidade que vem sendo alimentado cada vez mais na política brasileira nos últimos tempos. É uma manchete que visa antecipar como será o 2º turno eleitoral, que neste momento já possui um candidato, Marcelo Crivella. Enquanto o jornal *O Globo* chama a atenção para a indefinição do oponente de Crivella, dizendo que aquele ‘continua indefinido’, o *Extra* destaca a importância do ‘voto útil’ para a instituição do oponente do mesmo candidato no próximo turno.

Na manchete subsequente, dia 04/10, somente o jornal *O Globo* faz menção aos dois candidatos. E mais uma vez o veículo de informação utiliza um verbo que sugere o mesmo clima de embate da manchete do dia 02, ao dizer que “Crivella e Freixo **duelam** por 2,4 milhões de eleitores” (*grifo nosso*). Pois bem, num movimento de reforço do discurso jornalístico, o jornal que outrora havia instituído um adversário para o candidato do PRB, agora nos diz que os dois possíveis futuros prefeitos estão duelando por eleitores. Observa-se então uma tentativa de polarizar a situação, fazendo com que o eleitor escolha o seu lado na “guerra” o mais rápido possível.

No dia seguinte, 05/10, observamos o clímax do embate, quando os dois jornais chamam a atenção para a “guerra cibernética”. Se para o *Extra* basta informar que os dois candidatos possuem uma ‘central antiboatos’, para *O Globo* se faz necessário utilizar o termo ‘guerra suja’. Podemos perceber que na construção narrativa do segundo periódico, vemos a preocupação do mesmo em destacar os pontos negativos da eleição. Ao utilizar um termo como ‘guerra suja’, o jornal remete a algo que não é honesto, que não é de boa fé, ou seja, algo sujo.

No discurso jornalístico que constitui esses dois jornais, depreende-se a descrição de uma situação polarizada, que leva os candidatos para lugares sociais opostos e institui uma “guerra” no meio das eleições. Assim, podemos perceber um movimento de recuperação da memória dos eleitores por meio da narrativa. Se temos em Marcelo Freixo um representante do socialismo/comunismo de esquerda, em Marcelo Crivella temos um representante do conservadorismo religioso de direita. A oposição ‘direita’ *versus* ‘esquerda’ nos leva para outros lugares, e faz com que o leitor faça alusão a outros momentos históricos. Quando tratamos de socialismo se opondo ao capitalismo, lembramos rapidamente de um período crucial da história mundial, a Guerra Fria (1945-1991). Nesse momento já não tínhamos mais o confronto direto, como nos embates anteriores, pois a tensão se dava por meio das

corridas espaciais e das ameaças de bomba atômica que cada potência possuía. Quando o jornal *O Globo* utiliza em sua manchete do dia 05/10, (“Guerra suja nas redes”), a expressão ‘guerra suja’, é como se este, por meio da memória, tentasse reavivar essa experiência nos seus eleitores.

No tocante à matéria do dia 09/10, o vocabulário de guerra volta à cena do jornal *O Globo*, desta vez na manchete: “Ataques à trincheira adversária”. Seguindo o seu percurso narrativo, o jornal retoma as guerras de trincheiras, locais onde os soldados se protegiam do ataque inimigo, e ao mesmo tempo atacavam o lado oponente. Nesse sentido, tanto Freixo, quanto Crivella estão em embate mútuo, atacando o território adversário. Portanto, não faz mais sentido o não-embate, o embate nas redes, a guerra fria. A guerra eleitoral começa a esquentar, com a força da narrativa proposta pelo periódico.

Analisando a seleção do vocabulário (‘adversário’; ‘duelam’; ‘guerra suja’; ‘central antiboatos’; ‘ataques’; ‘trincheira adversária’), podemos apreender como uma instituição jornalística pode atualizar o seu assunto de maneira a criar um sentido próprio para os seus leitores. Ao construir sua narratividade, o enunciador busca criar uma linearidade discursiva, nesse caso, uma linearidade que busca instaurar um clima negativo tanto entre os candidatos, quanto entre os seus eleitores. Essa linearidade apresenta-se mais forte nas manchetes do jornal *O Globo* que institui desde o início uma forte narrativa política. A intriga jornalística proposta por esse jornal é determinada já no dia 02/10, sendo mantida nos dias 04, 05 e 09 do mesmo mês. No percurso apresentado percebemos dois aspectos: O primeiro consiste na imagem de hostilidade que é construída (em ambos os candidatos) ao longo dos dias nessa discursividade jornalística. O segundo é a presença da memória que, discursivamente, atua no processo de produção de sentidos. Juntos, estes aspectos acabam produzindo sentidos variados que acabam influenciando na decisão final do seu leitor/eleitor. Portanto, a escolha dos termos analisados ajudam na manutenção do embate

eleitoral, fundamentando a produção de intrigas e gerando uma espécie de “novela” para o eleitor, que ficará à espera das cenas do próximo capítulo, ou melhor dizendo, das manchetes da próxima capa.

6. Uma análise sobre o diálogo entre os dois jornais

Neste momento do trabalho, apresentaremos a análise das manchetes em que pudemos observar um certo diálogo entre as publicações dos dois jornais em dias específicos. Apresentamos como ‘diálogo’ os dias em que as duas publicações analisadas têm o mesmo foco e exibem em suas capas as mesmas notícias. Nota-se tal diálogo quando as publicações apresentam em suas manchetes principais o mesmo assunto, e isso ocorre nos dias 02, 05 e 07/10.

Tomando o dia 02/10 para análise, temos no *O Globo* a seguinte manchete: “Adversário de Crivella no 2º turno continua indefinido”. No mesmo dia, encontra-se no jornal *Extra* os dizeres: “Voto útil decidirá o adversário de Crivella”. É interessante perceber que os dois jornais citam nominalmente o candidato Crivella e já o apontam como figura presente no segundo turno das eleições municipais. Em nenhum momento as publicações exibem na chamada da notícia o nome de outro candidato ou algum dado da pesquisa mais recente àquele momento. Podemos, talvez, considerar uma injunção ao dizer, visto que para as publicações às vezes “interessa menos calar o interlocutor do que obrigá-lo a dizer o que se quer ouvir” (ORLANDI, 2009, p. 263-264).

O 'silêncio' causado pelos jornais não está propriamente em não dizer o nome de um outro candidato, mas em falar outro nome no lugar dele para não dizê-lo. O silêncio "não é o vazio, o sem-sentido; ao contrário, ele é o indício de uma totalidade significativa". (ORLANDI, 1997, p. 70) Nesse caso, podemos apreender que o silêncio se faz não apenas pela *ausência* de palavras, mas também através do uso, da divulgação de outras informações no funcionamento do discurso jornalístico-político. O silêncio, segundo Orlandi,

é fundante. Quer dizer, o silêncio é a matéria significante por excelência, um continuum significante. O real da significação é o silêncio. E como o nosso objeto de reflexão é o discurso, chegamos a uma afirmação que sucede: o silêncio é o real do discurso. (ORLANDI, 1997, p. 31).

Outro momento em que se pode constatar um diálogo entre os jornais se dá no dia 07/10, quando os dois veículos informam ao leitor o resultado mais recente da pesquisa de intenção de voto àquela época. Podemos reparar que os dois jornais sustentam suas manchetes no uso do discurso direto, que pode ser facilmente identificado através da pontuação. Ambos os jornais utilizam 'dois pontos'. No jornal *O Globo* temos: "Datafolha: Crivella tem 41% e Freixo, 27%". Tal pontuação também pode ser observada no *Extra*, que diz: "Datafolha: Crivella na frente". O uso do discurso direto tem como resultado a produção de efeito de verdade, de objetividade, imparcialidade e veracidade, uma vez que não é o jornal quem diz, mas sim um instituto de pesquisa que possui grande credibilidade. Entretanto, podemos verificar que os jornais divulgam a pesquisa de maneiras distintas. No jornal *O Globo*

temos a presença de números concretos, há a informação do percentual, do resultado da pesquisa. Já o jornal *Extra*, fazendo uso do mesmo discurso direto, opta por citar apenas o candidato do PRB, observando que ele lidera as pesquisas. Diferentemente do que vimos no primeiro caso, neste momento encontram-se na disputa apenas os dois candidatos, uma vez que a manchete é do dia 07/10, ou seja, após a votação do primeiro turno. Temos neste caso o apagamento do candidato Marcelo Freixo, entretanto, tal apagamento não faz com que a história em si seja também apagada.

A opção do jornal *Extra* de não transmitir ao leitor a informação completa do resultado da pesquisa nos mostra que o leitor se encontra inserido num movimento escolhido pelo enunciador. A interpretação do enunciado, obviamente, fica a cargo do destinatário, o que não exime o enunciador de suas responsabilidades. Assim, é de suma relevância destacar que a interpretação por parte do destinatário fica subordinada ao tema escolhido pelo enunciador. Há, portanto, uma linha de pensamento em que o destinatário está imerso, através da qual ele constrói sua leitura e análise. O destinatário fica, então, sujeito à visão do enunciador.

Diferente dos casos anteriores, temos o dia 05/10. Há, do mesmo modo, um diálogo entre os jornais, mas, mais do que isso, as publicações se completam. É como se o jornal *O Globo* apresentasse um problema (“Guerra suja nas redes”), e o *Extra* viesse com uma solução (“Crivella e Freixo já têm central antiboatos”).

7. Sobre a retomada de fatos nas manchetes do *Globo*

Com base nos estudos da AD, é coerente afirmar que qualquer discurso é atravessado pela memória. Isto é, o passado sempre se presentifica em um enunciado. O já dito, pode ser retomado através de paráfrases e citações, por exemplo, que servem para reforçar, distorcer ou até mesmo apagar a história. Tomemos como exemplo o estudo feito por Eni Orlandi sobre a formação discursiva nos livros didáticos de história do período da ditadura no Brasil. Ela constata que há “descaracterização” ou “acobertamento” de alguns fatos políticos, como a conceituação de eleições indiretas. Assim, verifica-se que “os fatos não se narram a si mesmos, são narrados por um certo autor, de uma certa perspectiva, de uma certa maneira, para um determinado público.” (ORLANDI, 1983, p. 77).

Desse modo, observamos que a remissão de algumas figuras políticas nas manchetes do jornal *O Globo* pode funcionar como estratégia de produção de determinados sentidos que podem influir diretamente na decisão dos eleitores. É necessário destacar que não há nas manchetes do *Extra* a indicação explícita de elementos que sugerem uma reflexão histórica.

Em primeiro lugar, nota-se que a manchete do dia 30/09 ao apresentar a manipulação de uma foto por parte do candidato Crivella, recupera a imagem do ex - presidente do Brasil e também como propõe o enunciado, ex-aliado de Crivella, Luiz Inácio Lula da Silva, a qual ressuscita várias informações a respeito do mesmo. Assim, seguindo uma linha paradigmática verificamos o seguinte:

1- Lula

- a) Ex- sindicalista;
- b) Ex- metalúrgico;

- c) Co-fundador do Partido dos Trabalhadores;
- d) Ex- presidente do Brasil: em seu ofício criou diversos programas sociais como o bolsa família e o PROUNI;
- e) Investigado na operação Lava-Jato;

Essas “lembranças” nos fazem apurar a ligação de Crivella com Lula, uma vez que aquele foi ministro da pesca do governo Dilma Rousseff, sucessora e parceira política de Lula. E há ainda, como fator corroborativo, a presença do prefixo “ex” que exhibe um remoto laço entre ambos. E isso pode determinar algumas perspectivas para tal discurso. Além disso, pode-se certificar uma visão “boa” e “ruim” do ex presidente por conta primeiramente de sua origem “humilde” e sua atuação como presidente ao desenvolver programas que atenderam visivelmente as camadas marginalizadas. E depois “ruim”, no sentido de estar ligado a escândalos de corrupção. Enfim, considerando essas premissas, podemos averiguar seis sentidos para a manchete:

S1- Crivella apagou a imagem de Lula da foto, a qual está o candidato à prefeitura do Rio, Pedro Paulo, o governador Luiz Fernando Pezão, o ex governador Sérgio Cabral e o atual prefeito (até então) Eduardo Paes, todos do PMDB, para preservar o ex-presidente no sentido de não colocá-lo como “farinha do mesmo saco”;

S2- Crivella ao poupar Lula, quer sua ajuda no processo eleitoral;

S3- Crivella forja um registro. Por isso, não é honesto, sério, confiável;

S4- O PMDB é um partido que está diretamente relacionado com a corrupção;

S5- Crivella é um candidato duvidoso, pois “defende” o ex-presidente investigado pela Lava-Jato;

S6- Crivella é um candidato confiável, pois “defende” o ex-presidente que mais ajudou as camadas desfavorecidas.

Já no dia 03/10 é a figura do PMDB que é retomada. A manchete informa que os dois candidatos que disputam no segundo turno, Marcelo Crivella e Marcelo Freixo, rejeitam o apoio do PMDB. Ficam aí implícitos alguns fatos que provam tal atitude:

2- PMDB

a) Integra o partido: Michel Temer

- Atual presidente do Brasil;
- Acusado, principalmente pela esquerda, de aplicar golpe contra a ex presidente Dilma Rousseff e por isso, de atuar em um governo ilegítimo;

b) Integra o partido: Eduardo Cunha

- Ex presidente da Câmara e deputado cassado;
- Acusado de receber propina de contrato de exploração de petróleo e de usar contas na suíça para lavar dinheiro;

Mosaico (Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas – UNESP) São José do Rio Preto, SP – Brasil, 2017.

c) Integra o partido: Eduardo Paes

- Até então atual prefeito do Rio;
- Político de notório prestígio e influente em seu partido
- Grandes obras administradas por ele foram citadas entre os projetos que tiveram pagamento de propina;

d) Integra o partido: Pedro Paulo

- Ex candidato a prefeito do Rio;
- Acusado de agredir ex mulher;

Com base nesses fatos, é possível declarar que o Partido do Movimento Democrático Brasileiro possui uma série de participantes acusados. Nesse contexto, podemos encontrar alguns efeitos de sentido para tal enunciado.

S1- Nem Crivella, nem Freixo querem “manchar” sua reputação;

S2- Crivella e Freixo são bons estrategistas;

Além disso, no dia 06/10 a manchete traz a tona a figura de Garotinho ao indicar que Crivella apagou de sua página virtual a notícia de que aquele apoia a candidatura deste.

3- Garotinho

a) Ex- governador do Rio de Janeiro;

b) Envolvido em esquema de corrupção eleitoral;

Nessa óptica, é possível averiguar tais conclusões:

S1- Crivella não quer que Garotinho se alie a seu partido;

S2- Crivella manipula mais uma vez um registro;

S3- Crivella não é transparente;

Através dessas análises é possível afirmar que a citação de nomes relacionados ao campo político em três manchetes do *Globo*, que abarcam o nosso *corpus*, ativa de alguma forma a memória. Isto faz com que a história seja recuperada para gerar novos sentidos aos enunciados. Essa história, todavia, não é muito antiga e a mesma está intimamente relacionada a escândalos de corrupção. Assim, é possível concluir que nesses três enunciados, o PMDB é desprezado e visto como “vilão” em cena. Além disso, o candidato Crivella é tido como grande estrategista e enganador. Por isso, a imagem dele não é bem projetada no sentido de ser o candidato ideal. Todavia, a falta de foco no adversário, Marcelo Freixo, apresenta a figura daquele o tornando mais popular. Isso sugere que o jornal propõe sua oposição à posição de sujeito de Crivella e, ao mesmo tempo, certa objeção à de Freixo.

Considerações finais

Mosaico (Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas – UNESP) São José do Rio Preto, SP – Brasil, 2017.

Sendo a análise do discurso a teoria que irá estudar os processos de produção de sentidos de acordo com as condições de produção do mesmo, iremos levantar as hipóteses daquilo que pode-se inferir como uma conclusão final. Mediante o exposto, destacamos aqui os principais pontos de nossa análise.

No tocante a citação dos candidatos, podemos observar que a imagem que os jornais constroem para estes são díspares. Enquanto o jornal *Extra* cita nominalmente os dois políticos em poucas situações (o jornal se isenta do assunto por diversos dias), o jornal *O Globo* faz o contrário, citando quase todos os dias os candidatos à prefeitura do Rio. No entanto, podemos perceber uma particularidade no segundo periódico. O candidato Marcelo Crivella possui mais menções do que o candidato Marcelo Freixo, mesmo essas menções sendo negativas. Ao citar incessantemente um candidato (Marcelo Crivella), enquanto o outro é citado com menor frequência (caso de Marcelo Freixo), percebemos como *O Globo* acaba (voluntária ou involuntariamente) popularizando a imagem do primeiro candidato, em detrimento do segundo, mesmo que essas citações não sejam para louvá-lo. Logo, conclui-se que Crivella, para o bem ou para o mal, é colocado em voga mais vezes que o candidato Freixo, sendo assim um dos assuntos principais daquela edição, enquanto Freixo aparece com menos menções, sendo citado em situações inexpressivas ou à sombra do seu adversário, tendo sua imagem apagada.

Em relação ao vocabulário dos dois jornais, inferimos uma particularidade no que diz respeito à seleção de palavras que retomam uma situação de guerra. Recuperando a ideia de *narratividade*, vimos como o leitor é levado por um enredo que vai sendo atualizado de forma contínua durante o período eleitoral. Isso se dá juntamente ao

processo de *memória discursiva*, em que percebemos particularmente no jornal *O Globo* a retomada de diversos elementos que se inscrevem na memória política do país e do eleitor. Se tratando da narrativa política, o jornal *O Globo* demonstra um compromisso maior na manutenção do assunto geral (eleições) para o seu público leitor, trazendo sempre uma manchete falando sobre algo relacionado ao processo eleitoral. Já o jornal *Extra* não traz o assunto todos os dias em suas manchetes, não agendando-o e silenciando-o em diversas ocasiões. É possível dizer que a narrativa proposta pelo jornal *O Globo* funciona a partir da ideia de redundância, da repetição e recuperação de fatos passados, da manutenção do que já foi dito. Ou seja, a partir de ganchos que vão sendo criados nas sucessivas manchetes, o periódico cria uma rede de intrigas entre os candidatos à prefeitura do Rio.

É importante ressaltar que por se tratar de jornais direcionados a públicos distintos, estes acabam agendando assuntos diferentes, e por isso não travam um diálogo maior entre as suas publicações. Percebemos no trabalho que o jornal *Extra*, em suas manchetes analisadas, se abstém da informação sobre as eleições em diversas ocasiões. Como o periódico aparentemente não têm um compromisso maior em noticiar as eleições municipais do Rio de Janeiro de 2016, o mesmo acaba não construindo uma narrativa forte o suficiente como a do jornal *O Globo*, o que faz com que o diálogo entre os dois jornais só se concretizem nos dias 02, 05 e 07/10. Entretanto é interessante perceber que os jornais possuem formas distintas de apresentar suas notícias. Tomando como exemplo as manchetes do dia 07/10, temos no jornal *O Globo* a seguinte construção: “Datafolha: Crivella tem 41% e Freixo 27%”. Já no *Extra* encontramos: “Datafolha: Crivella na frente”. Apesar dos dois jornais utilizarem a mesma fonte para noticiar o resultado das pesquisas recentes (Datafolha), o segundo jornal acaba limando de sua manchete informações que o primeiro julga ser importante, como o número de percentual que cada candidato possui e o nome do candidato Freixo. É como se o *Extra* por não ter construído

uma narrativa para as eleições, se preocupasse apenas em noticiar, sem muito alarde, aquilo que ele considera relevante.

Ao analisar a retomada de nomes e elementos que se inserem na história política do país, os sentidos que são produzidos por cada manchete analisada incorrem no que tange a ação da memória discursiva. Ou seja, um fato que direta ou indiretamente remete o leitor a um passado político longínquo ou recente, e que por isso acaba ressignificando diversos sentidos. Há, portanto, um processo de silenciamento de fatos e assuntos, pessoas e interlocutores que recebem apenas aquilo que o seu locutor irá direcionar-lhe, de acordo com as suas orientações ideológicas.

Vimos, por fim, como agem os dois jornais no processo eleitoral. Eles agendam assuntos específicos ao leitor, instituindo uma narrativa que retoma nomes e fatos históricos importantes, a fim de criar, no nosso caso, imagens sociais de ambos os candidatos, bem como instaurar um clima de total hostilidade, como acompanhamos na manutenção do vocabulário do jornal *O Globo*. Consequentemente, depreendemos a mediação de tais veículos na participação incisiva e decisiva nas discussões e no voto da população no processo eleitoral.

SOUZA, B.; RANGEL, J.; ALCÂNTARA, L.; SIQUEIRA, L. Imprensa, política e história: a narratividade jornalística nas eleições municipais do Rio de Janeiro em 2016. *Mosaico*. São José do Rio Preto, v. 16, n. 1, p. 545-568, 2017.

PRESS, POLITICS AND HISTORY: THE JOURNALISTIC NARRATIVITY IN THE MUNICIPAL ELECTIONS OF RIO DE JANEIRO IN 2016.

ABSTRACT: This paper has, as an initial proposal, the analysis of the press role in the 2016 electoral process in Rio de Janeiro's city. Based on the French School of Discourse Analysis, this article aims

Mosaico (Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas - UNESP) São José do Rio Preto, SP - Brasil, 2017.

to explore the concepts of narrativity, memory, silencing and ideology, supported by the theories of Pêcheux and Orlandi, mainly to understand the narrativization of the facts exposed in the headlines of the newspapers O Globo and Extra, and, moreover, to analyse the press influence in the guidance of public opinion.

KEYWORDS: discourse analysis; press; elections; narrativity; silencing.

Referências bibliográficas

IBGE. Rio de Janeiro: Infográficos: dados gerais do município. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?codmun=330455>> . Acesso em 12 de dezembro de 2016.

Infoglobo. Sobre a Infoglobo. Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/Anuncie/institucional.aspx>>. Acesso em 18 de janeiro de 2017.

MARIANI, Bethania. *O PCB E A IMPRENSA - Os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989*. 1ª edição. Rio de Janeiro. Editora Revan, 1998.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 4ª edição. Campinas, SP. Editora da UNICAMP, 1997.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *A linguagem e seu funcionamento - As formas do discurso*. 5ª edição. Campinas, SP. Pontes, 2009.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e Discurso- Uma crítica à afirmação do óbvio*. 3ª edição. Campinas, SP. Editora da UNICAMP, 1997.