

AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS NA EDITORIA "POLÍTICA NACIONAL" DA REVISTA ROLLING STONE BRASIL: A cobertura das eleições presidenciais de 2010 no Brasil

Carlos Augusto de França ROCHA JÚNIOR⁴

RESUMO:

Esta pesquisa analisa os discursos na editoria "Política Nacional" da revista Rolling Stone Brasil a respeito das eleições presidenciais brasileiras de 2010. O corpus é composto por seis edições da revista, veiculadas no segundo semestre do referido ano. Tenta-se compreender como os discursos da revista abordam as eleições daquele ano em relação aos candidatos, as tendências políticas e o processo eleitoral em si. Adota-se o referencial teórico da Análise de Discurso Crítica como modo de observar criticamente os sentidos produzidos pela revista ao tratar da cena política brasileira. Para isso, recorre-se a categorias analíticas como avaliação, ideologia e luta hegemônica.

PALAVRAS-CHAVE

Análise de Discurso Crítica. Comunicação. Cultura *Pop*. Discurso Político.

ABSTRACT

This research analyzes the discourses published at "Política Nacional" of Rolling Stone Brasil magazine, concerning about the brazilian presidential elections in 2010. The corpus consists in six issues of the magazine, circulated in the second half of that year. We try to understand how the discourses of the magazine discuss the elections that year about the candidates, political trends and the electoral process itself . Theoretical

⁴ Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal do Piauí, Membro do Núcleo de Estudo e Pesquisa em Estratégias de Comunicação - NEPEC/UFPI. E-mail: carlosrocha_pi@yahoo.com.br

framework of Critical Discourse Analysis was adopted as a way to critically observe the meanings produced by the magazine to address the Brazilian political scene. For this, was resort to analytical categories such as evaluation, ideology and hegemonic struggle.

KEYWORDS

Critical Discourse Analysis. Communication. Pop Culture. Political Discourse.

1. INTRODUÇÃO

Rolling Stone Brasil é uma revista de cultura pop que conta com uma editoria especializada em política nacional. Essa editoria apresenta as disputas e as relações entre as diversas tendências políticas que estão envolvidas em lutas por hegemonia no cenário político brasileiro. Contar com uma editoria voltada para política nacional não é uma exclusividade da versão brasileira da revista Rolling Stone. A matriz norte-americana também conta com uma editoria especializada em política que, assim como na edição brasileira, ocupa um espaço fixo na revista. Estudar como a revista se posiciona para tratar o campo político e as ideologias que constituem seus discursos articulados são importantes para pensar a própria existência da editoria.

A editoria habitualmente aparece próxima ao centro da revista entre as edições selecionadas para o estudo. A editoria de “Política Nacional” destaca-se pela relação entre os elementos que compõem a reportagem. Cada matéria da editoria conta com uma ilustração acima do título que ajuda a traçar uma síntese do texto a ser apresentado nas páginas seguintes. Caracterizada também por uma linguagem mais despojada em relação a outras publicações que abordam o tema política, a publicação apresenta descrições minuciosas sobre a personalidade dos personagens da cena, abordando até mesmo aspectos pitorescos da vida dos políticos.

Através dos discursos presentes na revista é possível compreender como são construídas as avaliações em torno dos candidatos à presidência do Brasil e como Rolling Stone Brasil narra a luta hegemônica entre eles. São reportagens que destacam como está estruturada a visão da revista sobre Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB), Marina Silva (PV) e as candidaturas menores. Estão em foco as estratégias da revista em abordar estes candidatos e como ela apresenta-os para o público leitor.

O estudo aborda o discurso como moldado e restringido pela estrutura social, pelas relações entre as instituições particulares e que, através disso, ele promove não somente uma representação do mundo, mas um processo de significação do mundo. Tomando o discurso a partir de um viés crítico, o estudo aborda o tema como a contribuição para a estruturação das dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem.

As estratégias discursivas da publicação ao longo dos meses de campanha são o foco da pesquisa que tem como *corpus* as seis edições de Rolling Stone Brasil publicadas mensalmente no segundo semestre de 2010. Compreendendo os três momentos em que o *corpus* está envolvido; pré-eleitoral, eleitoral e pós-eleitoral, a análise acontece a partir das categorias destacadas para o trabalho.

O referencial teórico metodológico utilizado diz respeito à Análise de Discurso Crítica que se interessa por analisar as relações de poder. A partir deste aspecto destacam-se alguns autores como Ramalho e Resende (2011), Thompson (1996) e Fairclough (2001) que abordam respectivamente as categorias de avaliação, ideologia e poder como hegemonia.

A aplicação da avaliação, ideologia e luta hegemônica abordam o material selecionado para destacar como os candidatos são tratados pela revista e como ela posiciona-se em relação a eles. Caracterizar a cobertura eleitoral empreendida por Rolling Stone Brasil é o foco do trabalho principalmente no modo como a revista estabelece diferenciações entre os candidatos, entre as tendências políticas e os posicionamentos no sistema eleitoral brasileiro.

2. DISCURSO, CAMPO E IDEOLOGIA: unidos pela prática social

As estratégias enunciativas que revista Rolling Stone Brasil utiliza para abordar as eleições presidenciais de 2010 se constituem do uso da linguagem como prática social por parte do jornalismo a partir da organização discursiva do testemunho de muitos acontecimentos registrados por diversos suportes.

A Teoria Social do Discurso proposta por Fairclough (2001) visa reunir a análise de discurso orientada linguisticamente e o pensamento social e político relevante para o discurso e a linguagem. Ramalho e Resende (2006) organizam as contribuições de Fairclough sobre a ADC considerando a relação entre linguagem e poder, também abordada por Bakhtin na primeira teoria semiótica da ideologia e na crítica ao objetivismo abstrato de Saussure. A Análise do Discurso Crítica organiza-se como um método marcadamente multidisciplinar, absorvendo aspectos da Linguística, assim como da Linguística Sistêmica Funcional, da Educação, das Ciências Sociais e da Comunicação.

Nessa perspectiva, o discurso é visto como um momento da prática social ao lado de outros momentos igualmente importantes - e que, portanto, também devem ser privilegiados na análise, pois o discurso é tanto um elemento da prática social que constitui outros elementos sociais como também é influenciado por eles, em uma relação dialética de articulação e internalização. (RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 38)

Entre as categorias analíticas a serem tomadas para o estudo estão em destaque a avaliação, a ideologia e a luta hegemônica. Para Ramalho e Resende (2011) a avaliação refere-se ao modo como os atores sociais identificam-se nas relações pessoais manifestada nas marcas textuais. As ideologias, conceito chave para a ADC são tomadas enquanto representações por parte da revista e também dos personagens políticos que participam das eleições 2010. A respeito da luta hegemônica há a busca por compreender como à maneira como os diversos discursos se articulam em diversos campos e disputas ideológicas como por exemplo, na narrativa midiática.

Florence Albenas e Miguel Benasayag (2003) destacam que as narrativas buscam reduzir a amplitude dos diversos fatos que acontecem simultaneamente a um mundo condicionado com pessoas funcionando apenas como personagens. Neste aspecto os autores criticam o modo como o jornalismo tenta formatar a realidade para caber em modelos de narrativa. “Encontrar os personagens não é tudo. É preciso também pô-los em cena. Um cientista com avental branco cercado de tubos de ensaio terá um ar mais “verdadeiro” do que se estivesse no barbeiro” (AUBENAS; BENASAYAG, 2003, p. 19).

A narrativa midiática encontra espaço em diversos suportes de comunicação. Entretanto, o jornalismo de revista é onde a narrativa jornalística ganha espaço por

excelência. Segundo Scalzo (2003) as revistas escutam o leitor de várias maneiras, como pesquisas, telefonemas, cartas e *e-mails*. “[...] na absoluta maioria dos casos de publicações bem-sucedidas no mercado, existe sempre algum modo, formal ou informal, de escutar periodicamente o público.” (SCALZO, 2003, p. 39) Outro aspecto de destaque para a revista é a periodicidade mais alongada.

O campo social é visto a partir da práxis voltado para ações concretas, representado por recortes de posições dos agentes envolvidos em objetos sociais compartilhados conforme os capitais culturais, econômicos e político-ideológicos. A respeito da ideologia, cabe destacar que o mapeamento do conceito foi feito principalmente por Thompson (1996) e a compreensão de como a noção é alterada a partir das transformações sociais.

Segundo este autor a primeira concepção a respeito de ideologia vem de 1796 pelo ideólogo francês Destutt de Tracy, para quem o conceito está associado diretamente à análise sistemática de ideias e sensações. Nessa perspectiva ideologia consiste em uma “ciência das ideias”, concepção apoiada por Napoleão Bonaparte quando ascende ao poder, mas depois rejeitada e classificada como a defesa do regime monárquico anterior.

Na atualidade, impulsionada pelas comunicações de massa a ideologia está mais relacionada ao conceito de hegemonia, conforme a visão de Gramsci - como a dominação de um grupo sobre outro em que o grupo dominado aceita isto como norma - a ideologia é uma das ferramentas para conseguir a dominação hegemônica.

O desenvolvimento da comunicação de massa aumenta, significativamente, o raio de operação da ideologia nas sociedades modernas, pois possibilita que as formas simbólicas sejam transmitidas para audiências extensas e potencialmente amplas que estão dispersas no tempo e no espaço. (THOMPSON, 1996, p. 343)

Atrelado ao conceito de ideologia, Fairclough (2001) traz o conceito de hegemonia e principalmente de como o conceito envolve disputas. A hegemonia é tratada pelo teórico como liderança, como dominação seja no domínio econômico, cultural, político e ideológico de uma sociedade. O autor compreende hegemonia como processo de como articulação, desarticulação e rearticulação de elementos em uma forma de poder, mas não a única.

No exercício da ideologia destaca-se principalmente o discurso político. Machado (2006) pontua o discurso político como polifônico utilizando como exemplo a interação da voz das fontes, do jornalista indivíduo, o jornalista instituição, o leitor, diagramadores, revisores entre outros participantes. Ao tratar do discurso político, principalmente na concepção do sujeito, Courtine (2006) destaca este sujeito político como um todo, resultado das condições de produção e enunciação do enunciado. O autor também adota a metáfora do teatro para explicar as relações entre as tendências políticas.

Ele é o ponto de condensação entre linguagem e ideologia, o lugar onde os sistemas de conhecimento político se articulam na competência linguística, diferenciando-se um do outro, mesclando-se um ao outro, combinando com um outro ou afrontando-o em uma determinada conjuntura política. (COURTINE, 2006, p.64)

Para Courtine, o corpus do discurso político precisa primeiro ser delimitado em um campo discursivo de referência, a exemplo do discurso de uma fonte particular do campo do discurso político ou a fala de um participante de uma determinada formação política. O autor enfatiza que “(...) todo discurso político deve ser pensado como uma unidade dividida, dentro de uma heterogeneidade em relação a si mesmo, que a análise do discurso político pode ser capaz de traçar.” (COURTINE, 2006, p. 68) O discurso político é marcadamente um lugar de memória, o que para Courtine representa poder porque a memória abre o direito à fala e a uma proposição eficaz.

3. ROLLING STONE BRASIL E POLÍTICA NACIONAL: uma revista de cultura pop que aborda política

A cultura *pop* é um aspecto fundamental para a compreensão do objeto em estudo a partir da percepção de que Rolling Stone Brasil é uma revista que tem como tema principal, a cultura *pop*. A definição dessa expressão envolve a compreensão de dois termos: cultura e o *pop*, conceitos amplos construídos a partir de relações sociais.

A cultura *pop* é um aspecto fundamental para a compreensão do objeto em estudo a partir da percepção de que Rolling Stone Brasil é uma revista que tem como tema principal, a cultura *pop*. A cultura caracteriza-se então como algo diverso, marcada principalmente pela multiculturalidade. Bauman (2002) ao empreender uma busca pelo

conceito de cultura destaca pelo menos três conceitos envolvendo o termo: hierárquico, voltado para a estruturação em níveis de cultura; diferencial, voltado para enfatizar as diferenças entre comunidades e genérico, que regula fronteiras entre o homem e o mundo.

Fundada, âmbito internacional, por Jonn S. Wenner em 1967, a revista Rolling Stone surge a partir de um contexto marcado pela contracultura norte-americana e que está interligada a um nicho editorial interessado em informações sobre temas relacionados à produção cultural. A versão brasileira nasce em 1971, mas dura pouco por problemas entre os representantes brasileiros e a matriz norte-americana.

Após 36 publicações, a RS Brasil padece em janeiro de 1973. São muitos os fatores que levaram a revista ao precoce fim. Dentre os principais, é pertinente ressaltar o grau de contracultura exalado por aqueles jornalistas dos anos 70 (e que, não por mera coincidência, será diferente da equipe que traz a RS Brasil ao mundo dos vivos na sua volta ao mercado editorial em 2006). Chegando ao ápice da prática do desapego material, os jornalistas dos anos 70, após perderem o material da matriz norte-americana por falta de pagamentos de royalties, mantiveram a revista em circulação sob um enorme carimbo com a palavra “pirata” a cada nova edição. O fim, decretado no início de 1973, acabou deixando um vácuo editorial que só seria preenchido anos mais tarde com o aparecimento de outros títulos (dentre os quais a revista *Geração Pop* e, posteriormente, a revista *Bizz*). (ALVES; SILVA; ROCHA JÚNIOR, 2010, p. 5)

Rolling Stone volta ao Brasil com o que Anjos, Magalhães, Oliveira Filho e Rocha Júnior (2010) chamam de editorial inovador, jovem e descontraído; voltado para o que a revista chama de jovens entre 18 e 60 anos. Entre as principais características das matérias publicadas em 2006, Anjos, Magalhães, Oliveira Filho e Rocha Júnior (2010) destacam o discurso pedagógico, principalmente com o uso de recursos gráficos para facilitar a compreensão do tema e a polifonia, com a remissão a outros discursos para contextualizar a atualidade abordada através das reportagens.

Quatro anos depois Rolling Stone Brasil volta ao período de eleições presidenciais brasileiras. Diferente de 2006, em 2010 a revista acompanha todo o ciclo eleitoral brasileiro, a pré-campanha, a campanha eleitoral em si e os desdobramentos do processo eleitoral. As reportagens publicadas ao longo daquele ano na editoria “Política Nacional” vão contar as histórias envolvidas no processo eleitoral brasileiro, seja pelos textos ou pelas imagens que apresentam cada matéria jornalística veiculada. “Como um resumo do texto, esta ilustração explora por vezes personagens da cena política nacional

e em outros momentos os elementos que são mais abordados na matéria jornalística.”
(MAGALHÃES, ROCHA JÚNIOR, 2013, p. 7)

Segundo os autores em 2010 o cenário político era diferenciado porque pela primeira vez desde a redemocratização brasileira o nome de Luís Inácio Lula da Silva (PT) não iria estar disponível para votação a presidente, afinal Lula já havia sido eleito em 2002 e reeleito 2006. Entretanto, o presidente lançou uma candidatura, a da ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff (PT). A candidata anteriormente já tinha ocupado cargos no governo do Rio Grande do Sul e de ministra das Minas e Energia, mas nunca tinha disputado um cargo eletivo.

Na oposição, o principal nome era de José Serra (PSDB). Derrotado por Lula em 2002 o político havia ocupado cargos de ministro no governo Fernando Henrique Cardoso, anterior ao governo Lula. Outra candidatura considerada a partir das pesquisas de opinião de votos como competitiva era a da então senadora Marina Silva (PV). Ex-ministra do Meio Ambiente, durante os dois mandatos do presidente Lula com a filiação ao Partido Verde ela apresentou-se como candidata a presidência da República como uma alternativa à PT e ao PSDB.

Nas eleições de 2010 também se apresentam como candidatos José Maria Eymael (PSDC), Plínio de Arruda Sampaio (PSOL), Levy Fidelix (PRTB), José Maria de Almeida (PSTU), Rui Costa Pimenta (PCO), Ivan Martins Pinheiro (PCB), João Américo de Souza (PSL). Estas candidaturas com baixo percentual de intenção de votos acabam relegadas a um papel secundário na cobertura midiática das eleições.

Em 2010 Rolling Stone Brasil através da editoria Política Nacional realiza uma cobertura abrangente, desde a pré-campanha com a ascensão de possíveis candidatos até a consolidação de candidaturas e, posteriormente, a disputa eleitoral em si que culmina com a eleição de Dilma Rousseff para a presidência da República. Entre 12 edições que abordam o tema eleições 2010, a escolha foi direcionada às edições correspondentes ao período entre os meses de Julho e Dezembro de 2010.

4. AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NAS PÁGINAS DE ROLLING STONE BRASIL

Rolling Stone Brasil promove uma cobertura jornalística a respeito da política nacional sob uma perspectiva de rotinas produtivas diferentes, menos fragmentadas, o que é característico do suporte midiático, a revista. São textos e ilustrações que fazem parte das reportagens publicadas por Rolling Stone Brasil na editoria "Política Nacional" e que retratam a disputa eleitoral e tendências políticas estruturadas de diversas maneiras na cena política nacional. Para tal finalidade, serão aplicadas três categorias ao objeto em estudo: a hegemonia, a ideologia e a avaliação.

4.1 “O Monstro da Derrota”: A polarização entre PT e PSDB

A primeira edição de Rolling Stone Brasil no período eleitoral propõe-se a situar o leitor na escolha do novo presidente da República. A escolha da revista é por revisitar a polarização eleitoral entre o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Com diversas afirmações avaliativas, em que segundo Ramalho e Resende (2011), o elemento avaliativo está mais explícito nos resultados que uma derrota traria às carreiras políticas de José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT) na reportagem "O Monstro da Derrota", publicada na edição de Julho de 2010. Seguindo o título, a reportagem conta com uma imagem em que Serra e Dilma aterrorizados e encurralados em um beco escuro diante do tal monstro, conforme figura 1.



Figura 1: Ilustração da reportagem “O Monstro da Derrota” - Fonte: Rolling Stone Brasil

A avaliação, categoria destacada por Ramalho e Resende (2011) como identificacional, moldada por estilos, em torno de Dilma Rousseff e José Serra, está mais detalhada ao longo do texto da reportagem. Em relação à candidata Dilma Rousseff, a revista destaca o fato de que a petista nunca tinha disputado eleições anteriores, caracterizando-a como uma neófita na política partidária, mesmo com experiência administrativa.

Embora seja uma estreante nas urnas, uma eventual derrota de Dilma Rousseff (PT) também deverá afastá-la de vez de uma segunda corrida presidencial. [...] Na verdade, o apoio de Dilma é Lula. E mesmo como a indicação do presidente houve forte resistência a seu nome de início. (ROLLING STONE BRASIL, JULHO 2010, p. 46)

Por outro lado, José Serra é avaliado discursivamente como um derrotado. A revista conjectura a possibilidade da segunda derrota do candidato do PSDB ao cargo mais alto na hierarquia política brasileira. Justamente por já ter tido outra chance, e por ter estado em praticamente todos os cargos da hierarquia política, é que José Serra ficaria em uma situação extremamente difícil em caso de derrota, segundo a matéria que observa como ficariam os derrotados da eleição 2010.

Para José Serra (PSDB), sem dúvida, esta é a sua última chance de ser presidente. Na eventualidade de uma derrota, ele será visto como um “político que teve chances de estar na cúpula, no vértice da hierarquia tucana”, mas que não conseguiu aproveitar a oportunidade por um motivo ou por outro (ROLLING STONE BRASIL, JULHO 2010, p. 45).

Nesta reportagem, o discurso autorizado é representado principalmente pelas vozes de cientistas políticos e sociais. Em corroboração com a tese defendida pela revista, o especialista confirma que a publicação está apontando um aspecto importante do cenário político brasileiro. O investimento de sentido por parte da revista, em apresentar a derrota como uma catástrofe para Dilma e Serra, não é modificado mesmo quando a publicação apresenta um contraponto.

4.2 “À Sombra de Gigantes” e “O Próximo Presidente do Brasil”: Distinção entre os candidatos e a distância deles em relação ao poder

A Análise de Discurso Crítica destaca que a transformação de situações opressoras é possível através de ações sociais, já que estas situações são criações sociais. Para Vieira (2007), a linguagem faz parte deste processo pela construção de identidades e veiculação de ideologias. A revista opta por mostrar os candidatos em dois

grupos com uma separação ideológica: primeiro, as candidaturas menores, de pouca representatividade no Congresso Nacional e baixo número de intenções de voto nas pesquisas eleitorais; posteriormente as candidaturas com maior estrutura e com índices mais altos nas pesquisas.

Nas imagens de Rolling Stone Brasil este traço é perceptível ao destacar os candidatos e o seu desejo de ser eleito para a presidência da República na reportagem “À Sombra de Gigantes” de Agosto de 2010 e a série de entrevistas “O Próximo Presidente do Brasil” publicada em Setembro de 2010. A ilustração de “À sombra de Gigantes” investe na identificação que implica também uma avaliação sobre os postulantes, segundo a figura abaixo.

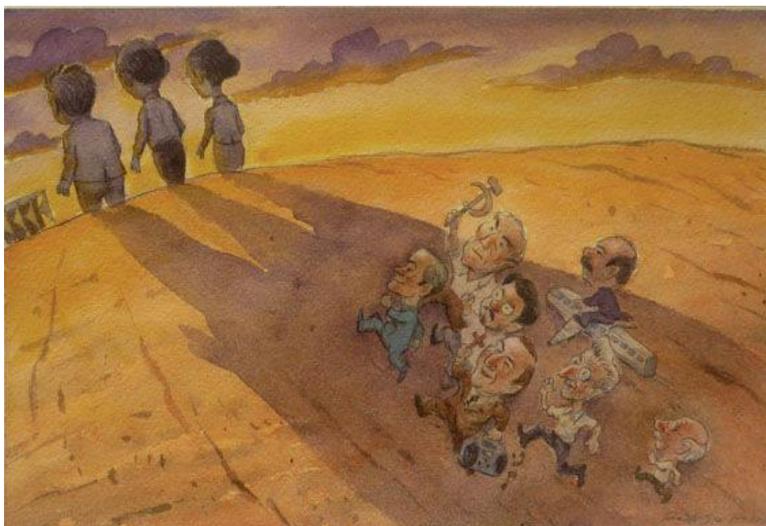


Figura 2: Ilustração da reportagem “À Sombra de Gigantes” - Fonte: Rolling Stone Brasil

A imagem compõe um texto multissemiótico, como destaca Vieira (2007), no tocante a sintetização das expressões de poder presentes na comunicação humana, neste caso, a reportagem. São representações por parte da revista a fim de consolidar o papel menor que estes candidatos desempenham nas eleições. A edição de Agosto de 2010 é para apenas delinear os gigantes que vão ter seu espaço próprio na edição seguinte com a série de entrevistas “O Próximo Presidente do Brasil”, em Setembro de 2010. Naquela oportunidade o mesmo conteúdo foi disponibilizado em três capas diferentes, conforme imagem em seguida.



Figura 3: Capas de Rolling Stone Brasil com ilustrações dos candidatos entrevistados - Fonte: Rolling Stone Brasil

Ramalho e Resende (2011) pontuam que a avaliação está ligada a processos de identificação particulares e relacionada às relações sociais que os atores sociais estabelecem entre si. É no momento da entrevista que cada candidato é confrontado com as percepções que Rolling Stone Brasil possui sobre ele. Confrontada com a ideia de ser uma neófita em termos de experiência política, a então candidata Dilma Rousseff rejeita o rótulo de inexperiente e apresenta-se como a novidade da disputa eleitoral. “Eu poderia dizer que mesmo sendo mulher e não sendo uma política tradicional, represento o povo. Uma representante do novo que pode dizer que é a porta-voz da continuidade do melhor governo que esse país já teve” (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 82).

José Serra é avaliado pela revista com a mesma contundência. “Mantendo uma linha de discurso forçosamente otimista, com lampejos nostálgicos, o ex-ministro da Saúde e ex-governador de São Paulo, hoje candidato do PSDB ao maior cargo da nação, demonstrou impaciência somente diante de questões relacionadas ao seu ego” (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 69). O candidato é apresentado como mal humorado e impontual, já que o texto menciona a surpresa dos entrevistadores por encontrar José Serra de bom humor e "apenas" 30 minutos após o horário marcado para o início da entrevista.

A candidata Marina Silva é avaliada de maneira diferenciada em relação aos candidatos do PT e PSDB. A candidata do PV é apresentada por Rolling Stone Brasil como a novidade da eleição 2010, atribuindo uma avaliação afetiva em que Marina Silva está acima da vitória ou da derrota nas eleições. “Marina, que aos incautos parece viver a tranquilidade da certeza da derrota, se mostrou uma leoa em pele de cordeiro,

fortemente apoiada por setores da juventude e já vitoriosa pelo fato de estar entre os grandes protagonistas das urnas neste ano” (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 59).

Os outros candidatos de menor expressão nas pesquisas eleitorais não recebem da revista o mesmo tratamento, como terceira via entre a polarização entre PT e PSDB. A principal avaliação em relação a estes candidatos vinda de Rolling Stone Brasil é que no cenário político brasileiro eles são simplesmente “nanicos”. A editoria aborda estes candidatos menores na reportagem “À Sombra dos Gigantes”, veiculada em Agosto de 2010.

A corrida presidencial é uma disputa de gigantes. Quer dizer, nem sempre. A exceção à regra aparece em todas as eleições, com as candidaturas da minoria. Diante da estrutura cinematográfica dos três candidatos que despontam nas pesquisas, há sete presidenciáveis que se esforçam para sobreviver em um combate mais discreto. Não porque assim o queiram. Mas a realidade é que acabam à sombra dos líderes, praticamente alheios ao próprio desempenho na corrida eleitoral mais importante do país (ROLLING STONE BRASIL, AGOSTO 2010, p. 55).

É estabelecida uma divisão que demarca ideologicamente o espaço ocupado pelos grupos nas eleições 2010. Rolling Stone Brasil menciona as pesquisas para explicar o fato de separar os candidatos menores na edição de Agosto de 2010 e as entrevistas dos maiores na edição de Setembro de 2010. A revista busca reforçar que possui legitimidade para abordar o campo político e trazer o discurso político para as suas páginas.

Mas esta não é uma revista de música?”, surpreendeu-se um dos candidatos ao ser questionado sobre o seu programa de governo. Em resposta, podemos citar as capas com Fernando Gabeira (maio 2008) ou Barack Obama (julho 2008) e as diferenciadas pautas políticas publicadas desde nossa primeira edição. Mais que uma revista de música, a Rolling Stone Brasil tenta entender o mundo por meio, entre outros, da política, do comportamento, do cinema, da televisão e também da música (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 56).

Nas entrevistas com os candidatos cabe destacar algumas posturas de Rolling Stone Brasil, como a abordagem sobre a corrupção. Serra, Dilma e Marina têm de responder a perguntas sobre o tema organizando opiniões sobre um tema de destaque no discurso político. Marina Silva é avaliada como positiva pela revista por apresentar uma verdade consolidada sobre o tema. “A melhor forma de governar é com democracia e transparência. A democracia, e não uma ditadura, ou regime autoritário é a única forma

de governar” (ROLLING STONE BRASIL, SETEMBRO 2010, p. 66). Por serem apresentados pela revista, e encarem-se como opostos José Serra e Dilma Rousseff estabelecem um “diálogo” ao tratar do tema corrupção.

O discurso político é apropriado para o jogo político entre o PSDB e o PT que estão na luta para conquistar a hegemonia do cenário político. As duas tendências em luta hegemônica empregam formulações ideologicamente orientadas para enfatizarem suas posições e pelo consenso com o eleitor alcançarem a vitória.

4.3 “Na Governança Global”, “Sim, Ela Pode” e “Pecado Original”: Vitoriosos, derrotados e consequências das eleições 2010

Rolling Stone Brasil propõe a observação sobre a situação política brasileira tomando como base não somente às eleições, mas o cenário político brasileiro em geral. Nas últimas edições de 2010 a revista opta por apresentar aspectos sobre o futuro brasileiro e das tendências políticas após a realização deste pleito. Para isso a revista começa abordando as relações internacionais brasileiras, na reportagem "Governança Global" de Outubro de 2010 e como várias tendências ideológicas, observam o país, segundo a figura abaixo.



Figura 4: Ilustração da reportagem “Na Governança Global” - Fonte: Rolling Stone Brasil

No momento em que a edição é publicada não está definida a vitória de nenhum dos que disputam o cargo, então a imagem do novo presidente é resumida a um rabisco

escuro com um esboço da faixa presidencial no peito. Segundo a revista, o Brasil está situado ideologicamente entre estes dois grupos e principalmente pelo que representaram os oito anos do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Em meados de 2008, quando os títulos podres do mercado imobiliário norte-americano sacudiram o sistema financeiro mundial, Lula não perdeu a chance de criticar os países ricos pela confusão criada na economia do planeta. "A culpa é da gente branca, loira, de olhos azuis." Os 'ricos' entenderam a mensagem. E convocaram os emergentes na tentativa de encontrar a solução do problema. [...] Os louros da empreitada, conquistados a partir do avanço no campo econômico, injetaram ânimo para voos maiores. E o Itamaraty decidiu que deveria tentar resolver a complexa questão do Irã. Nesse aspecto, a política externa pode ser definida como fracasso (ROLLING STONE BRASIL, OUTUBRO 2010, p. 77).

Várias lutas hegemônicas são representadas em torno das relações internacionais firmadas pelo governo Lula, como na disputa entre o capitalismo liberal dos Estados Unidos e o “socialismo de mercado” chinês. As últimas imagens em edições de Rolling Stone Brasil no ano de 2010 são complementares na explicação dos resultados das eleições sobre o campo político, assim como nas avaliações empreendidas e na apresentação da luta hegemônica entre PSDB e PT. Com a reportagem "Sim, Ela Pode", publicada em Novembro de 2010, a proposta é de observar a eleição de Dilma Rousseff em suas consequências, como a seguir.

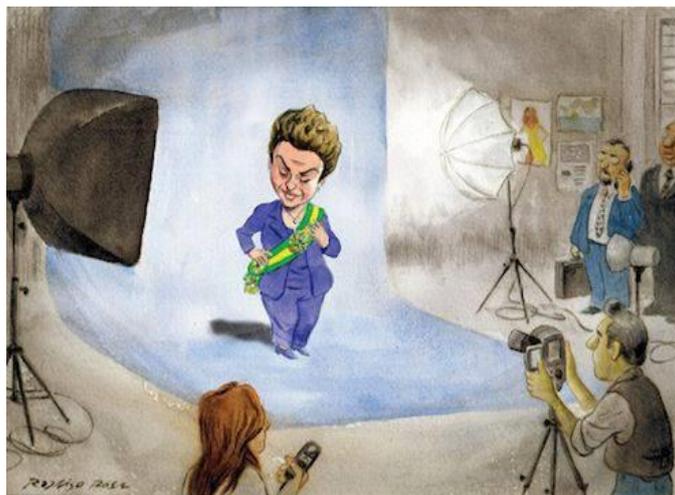


Figura 5: Ilustração da reportagem “Sim, Ela Pode” - Fonte: Rolling Stone Brasil

Dilma ocupa o centro do poder a partir do momento em que é eleita para o cargo máximo na hierarquia política brasileira. Isto é apresentado por Rolling Stone Brasil

como uma obrigação que está sobre a nova presidente. Neste caso, a revista apresenta novamente Dilma Rousseff como neófita na política, como já foi realizado ao longo da disputa eleitoral.

Prestes a completar 63 anos, a mineira é a primeira mulher a ocupar a Presidência da República. Teve nas eleições de 2010 o apoio de 55 milhões de pessoas - ou 56% dos votos -, mas vai governar para 190 milhões. Na democracia é assim – a maioria dos que votam decide. Cabe à população fiscalizar, acompanhar de perto, cobrar e confiar que tudo dará certo a partir do novo ciclo que se inicia, em pouco menos de dois meses. Não há espaço para tergiversação (ROLLING STONE BRASIL, NOVEMBRO 2010, p. 67).

Mesmo com o destaque conferido por Rolling Stone Brasil a identificação em relação a Dilma não é tão favorável em uma comparação com Marina Silva. “Na visão da senadora Marina Silva, decisiva para que a eleição fosse ao segundo turno, os últimos 16 anos ensinaram "muito", mas os partidos e as lideranças "não conseguiram" aprender a lição” (ROLLING STONE BRASIL, NOVEMBRO 2010, p. 68). A candidata do PV mais uma vez está identificada com a “terceira via” na política, fora da polarização entre PT e PSDB.

A reportagem “Pecado Original”, da edição de Dezembro de 2010, não tem a situação de um protagonista único na imagem que acompanha o texto da reportagem. Porém, é possível tomar a imagem como central para a compreensão da matéria justamente pela metáfora da responsabilidade compartilhada em relação à derrota como percebe-se a seguir.

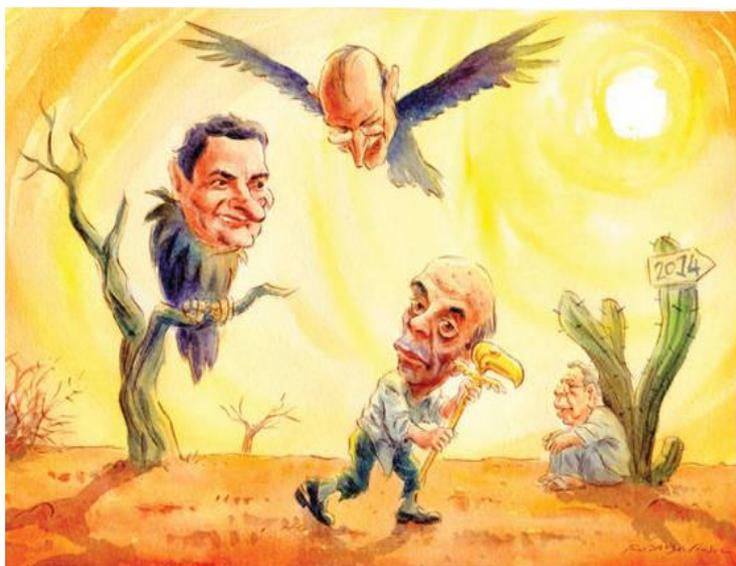


Figura 6: Ilustração da reportagem “Pecado Original” - Fonte: Rolling Stone Brasil

As metáforas implicam também em avaliações dos papéis que desempenham naquele momento Aécio Neves, Geraldo Alckmin, José Serra e Fernando Henrique Cardoso. A avaliação de José Serra na imagem é corroborada com outros aspectos ressaltados pela revista na reportagem. Ao discorrer com mais profundidade a respeito dos problemas do PSDB, Rolling Stone Brasil consolida a avaliação de Serra como derrotado.

“Naturalmente, o PSDB não vai poder dispensar a experiência de Serra, Tasso [Jereissati], [Arthur] Virgílio e Fernando Henrique, que não precisam de mandato”, segue Nécio Rodrigues, incluindo o ex-candidato ao clube dos políticos que já viveram o seu tempo (ROLLING STONE BRASIL, DEZEMBRO 2010, p. 69).

Não somente José Serra é visto como velho e derrotado. Rolling Stone Brasil também avalia que o PSDB é um partido derrotado. Na reportagem “Pecado Original”, publicada em Dezembro de 2010, a derrota do partido é associada à soberba, a falta de comando representada por uma bagunça interna e ausência de identificação com a maior parte da população.

Na luta hegemônica expressa nas páginas de Rolling Stone Brasil a explicação da vitória do PT é outra parte da análise do campo político brasileiro, tomando por base a derrota do PSDB. “O PT se coloca no papel de mãe. Ao PSDB resta o semblante do padrasto “gente fina”, que nada mais tem a acrescentar – pelo menos do ponto de vista presidencial” (ROLLING STONE BRASIL, DEZEMBRO 2010, p. 67). A proposta de compreender as posições que são assumidas no campo político após as eleições 2010 buscam reconfigurar a disputa entre PT e PSDB, após o PT ganhar a terceira eleição seguida para presidente.

Na busca por tentar estabelecer um distanciamento em relação aos acontecimentos, a revista acaba por recorrer ao pensamento dos pesquisadores em suas páginas. É uma estratégia da revista para conferir validade às suas teses apresentadas tanto como para apresentar sua cobertura política não apenas como repetição dos discursos políticos correntes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A respeito das observações de como Rolling Stone Brasil aborda as eleições presidenciais brasileiras em 2010, destaca-se o fato de que a revista realiza uma

cobertura que leva em consideração três momentos da eleição. O primeiro deles, “pré-eleitoral”, pois explora o que já é conhecido da campanha; a polarização entre PSDB e PT. O segundo, representado pela apresentação dos candidatos, corresponde a campanha que está em curso. Os desdobramentos da eleição compõem o terceiro momento da cobertura da revista.

Com Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB) representando uma propalada polarização entre seus partidos no cenário político nacional, a revista destaca Marina Silva (PV) que se situa entre os dois candidatos na cobertura das eleições presidenciais de 2010. Quanto aos outros candidatos, resta a eles um papel figurativo, representado pelas candidaturas menores que pouco aparecem.

A revista apresenta avaliações sobre cada um dos candidatos e posiciona-se firmemente a respeito deles. As avaliações de que Dilma Rousseff é neófito e de que José Serra é velho são recorrentes ao longo da cobertura, e expõem que nenhum dos dois candidatos acaba por representar a mudança de cenário que a revista propõe. Neste caso, a mudança é a avaliação que é feita sobre a candidata Marina Silva, apresentada como uma candidata vitoriosa, por estar na terceira via da polarização entre PT e PSDB.

Por diversos momentos Rolling Stone Brasil opta por utilizar-se do discurso autorizado para explicar e problematizar, por exemplo, a influência do presidente Luiz Inácio Lula da Silva no cenário político, ou a vitória de Dilma Rousseff, ou, ainda, a derrota do PSDB e José Serra. São situações em que, para defender o mote escolhido para a reportagem, a revista recorre à especialistas do campo político a fim de tratar do tema.

As imagens atuam como parte da reportagem a fim de apresentar aqueles personagens da cena política brasileira ao público e realizar avaliações a respeito deles. Neste aspecto, as imagens traduzem a flexibilidade por parte da publicação ao transitar na apresentação de um cenário polarizado e em que há o aparecimento de outra candidatura competitiva. São relações que vão desde a simpatia com a candidatura de Marina Silva, a fortes críticas em relação a José Serra e a manifestação das limitações de Dilma Rousseff.

É uma cobertura em que a própria revista apresenta-se como um personagem devidamente identificado, e que vai dialogar com os especialistas a respeito das posturas dos candidatos e também dos outros políticos. Rolling Stone Brasil organiza diversas representações do campo político e posiciona-se também sem deixar de ser uma revista de cultura pop, mas caracterizando-se como uma revista em que a política nacional tem espaço.

REFERÊNCIAS

ALVES, Thiago Meneses; ROCHA JUNIOR, Carlos Augusto de França; SILVA, Emanuel Alcântara. **O papel do contrato de leitura na linha editorial das revistas Billboard Brasil e Rolling Stone Brasil.** In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2010, Campina Grande. Anais XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2010.

ANJOS, Edienari Oliveira dos; MAGALHAES, Francisco Laerte Juvêncio; OLIVEIRA FILHO, Juarez Fernandes; ROCHA JUNIOR, Carlos Augusto de França. **Na linha fina da relevância:** Uma análise dos editoriais da revista Rolling Stone Brasil. In: I Colóquio Discurso E Práticas Culturais, 2009, Fortaleza. Anais On Line I Colóquio Discurso E Práticas Culturais, 2009.

AUBENAS, Florence; BENASAYAG, Miguel. **A fabricação da informação:** os jornalistas e a ideologia da comunicação. [Por: Luiz Paulo Rouanet]. São Paulo: Loyola, 2003.

BAUMAN, Zigmunt. **La cultura como práxis.** Barcelona: Paidós, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva. 1974

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte.** São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **Os usos sociais da ciência:** Por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: Editora Unesp. 2004

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso.** 2. ed. rev., Campinas: Editora Unicamp, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias.** São Paulo: Contexto, 2006.

CHAUÍ, Marilena. **Conformismo e Resistência**: Aspectos da cultura popular no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1994.

COURTINE, Jean-Jacques. **Metamorfoses do discurso político**: as derivas da fala pública. São Carlos: Claraluz, 2006.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. Brasília: UNB, 2001.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru, SP: Edusc, 2001.

KHUMTHUKTHIT, Ploy. **A nova diplomacia pública do Japão**. 28 de maio de 2010. 115 páginas. Dissertação - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2010.

MAGALHÃES, Izabel. **Análise de discurso crítica**: questões e perspectivas para a América Latina. In: Resende, Viviane Melo; Pereira, Fábio Henrique (Org.). Práticas socioculturais e discurso: debates transdisciplinares. Covilhã: Livros LabCom, 2010. p. 9-28. Disponível em: www.livroslabcom.ubi.pt.

MAGALHÃES, Francisco Laerte Juvêncio. **Veja, isto é, leia**: Produção e disputas de sentido na mídia. Teresina: Edufpi, 2003.

MAGALHAES, Francisco Laerte Juvêncio; ROCHA JUNIOR, Carlos Augusto de França. **Rolling Stone Brasil**: representações da crônica política através de ilustrações na editoria Política Nacional. Revista Compolitica, v. 3, p. 237, 2013.

MAINGUENAU, Dominique. **Gênese dos Discursos**. São Paulo: Parábola editorial, 2008.

MARCARIAN, Eduardo. **Lugar e papel das investigações da cultura nas ciências sociais modernas**. In ENGELS, F.; GEERTZ, C.; BAUMAN, Z.; LEONTIEV, A.; MARCARIAN, E. O papel da cultura nas ciências sociais. Porto Alegre: Ed. Villa Martha, 1980.

PINTO, José Milton. **Comunicação e discurso**. Introdução à análise de discursos. São Paulo, Hacker Editores, 1999.

RAMALHO, Viviane; RESENDE, Viviane de Melo. **Análise do Discurso Crítica**. São Paulo: Contexto, 2006.

RAMALHO, Viviane; RESENDE, Viviane de Melo. **Análise de Discurso (para a Crítica):** O texto como material de pesquisa. Campinas, SP: Pontes: 2011

ROCHA JUNIOR, Carlos Augusto de França. **Representações sociais do Brasil no fim do governo Lula através das revistas Rolling Stone Brasil e Piauí.** Temática (João Pessoa. Online), v. 1, p. 1-13, 2012.

ROCHA JUNIOR, Carlos Augusto de França. **O conceito de ideologia e sua aplicação na perspectiva crítica da comunicação.** Temática (João Pessoa. Online), v. 1, p. 1-15, 2014.

ROCHA, Harrison da. **Repensando o Ensino de Língua Portuguesa:** uma Abordagem Multimodal In: VIEIRA, Josenia Antunes [et al.]. Reflexões sobre a língua portuguesa: uma abordagem multimodal. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista.** São Paulo: Contexto, 2006.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é Cultura.** 14 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SILVA, Gislene. **De que campo do jornalismo estamos falando?.** In: Revista Matrizes, v. 03, n, 01, p. 197-212, ago. dez. 2009.

SOUSA FILHO, Alípio. **Ideologia e transgressão.** Rev. psicol. polít., São Paulo, v. 11, n. 22, dez. 2011. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-549X2011000200003&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 20 jul. 2013.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1996.

THOMPSON, John B. **O escândalo político:** poder e visibilidade na era da mídia. Trad. de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis, PJ: Vozes, 2002.

VIEIRA, Josenia Antunes [et al.]. **Reflexões sobre a língua portuguesa:** uma abordagem multimodal. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido.** São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.

VELASCO, Tiago Monteiro. **Onde estão os pop stars?:** a coexistência dos ídolos de massa e de nicho na música pop contemporânea. 26 de abril de 2010. 138 páginas. Dissertação - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação. Rio de Janeiro, 2010.

ŽIŽEK, Slavoj (org.) **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro, Ed. Contraponto, 1995.

ROLLING STONE BRASIL

ROLLING STONE BRASIL, São Paulo: Spring Publicações, n. 46, Julho/2010.

ROLLING STONE BRASIL, São Paulo: Spring Publicações, n. 47, Agosto/2010.

ROLLING STONE BRASIL, São Paulo: Spring Publicações, n. 48, Setembro/2010.

ROLLING STONE BRASIL, São Paulo: Spring Publicações, n. 49, Outubro/2010.

ROLLING STONE BRASIL, São Paulo: Spring Publicações, n. 50, Novembro/2010.

ROLLING STONE BRASIL, São Paulo: Spring Publicações, n. 51, Dezembro/2010.