

VEJA E CARTA CAPITAL: AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS E IDEOLÓGICAS DAS REPORTAGENS “O CÂNCER NO PALANQUE” E “DILMA NÃO SE ENTREGA”, SOBRE A REVELAÇÃO DO CÂNCER DE DILMA ROUSSEFF

Igor Iuan

Orientadora: Prof^a. Maura Oliveira Martins

1. TEMA

A presente monografia busca analisar as estratégias discursivas e ideológicas em reportagens jornalísticas que abordaram a revelação do câncer de Dilma Rousseff (na época, ministra-chefe da Casa Civil) para a grande imprensa. As matérias escolhidas para esta análise são: “O câncer no palanque”, da revista *Veja*, e “Dilma não se entrega”, da revista *Carta Capital* – ambas publicadas no dia 6 de maio de 2009.

A revelação da doença aconteceu em uma entrevista coletiva dada por Rousseff no dia 25 de abril de 2009, acompanhada por médicos, no Hospital Sírio Libanês, em São Paulo. Este fato foi noticiado pela maioria das revistas e jornais brasileiros, a partir dos dias 26 e 27 do mesmo mês. O impacto causado pela doença foi principalmente no sentido de se cogitar um possível substituto para a ex-ministra, no que se refere às eleições de 2010 à Presidência da República, já que ela era a pré-candidata da base aliada do governo, na época.

Sobre as notícias que circularam na imprensa a respeito do caso, é possível afirmar que, predominantemente, identificam-se dois tipos de abordagens: as que procuram ressaltar a imagem fortalecida de Rousseff, em uma tentativa de abordar a ex-ministra por uma perspectiva humanizada; e as que ressaltam a especulação eleitoral em torno da doença, dando um tom de enfraquecimento político à imagem da ex-ministra. As reportagens de capa “O câncer no palanque” e “Dilma não se entrega”, das revistas *Veja* e *Carta Capital*, respectivamente, são representativas quanto a estes dois tipos de enfoques: enquanto a primeira matéria ressalta a fragilidade da ex-ministra diante de seu câncer, a segunda enfatiza o lado pessoal e guerreiro de Rousseff perante a doença.

A proposta deste trabalho é analisar comparativamente as referidas reportagens

combinando o referencial teórico da ideologia com a metodologia da análise do discurso. Resumidamente, no trabalho final, a monografia é constituída de: um levantamento acerca das notícias de jornais que abordaram o caso; um breve histórico das revistas *Veja* e *Carta Capital*; a teorização sobre a concepção de ideologia mais adequada a este trabalho; a investigação sobre a ramificação da análise do discurso a ser trabalhada nesta pesquisa; e, por fim, as análises das reportagens anteriormente mencionadas – além dos resultados dos dados obtidos.

2. JUSTIFICATIVA

Em outros trabalhos comparativos entre as revistas *Veja* e *Carta Capital* foi detectada uma diametral oposição nas abordagens de ambas as publicações, sobretudo em reportagens sobre política. Barreiros e Amoroso (2008) analisaram reportagens feitas pelas duas revistas sobre o “escândalo do mensalão”. Os autores explicaram que “mensalão” foi uma variante da palavra “mensalidade” usada para se referir a uma quantia mensal paga a deputados para votarem a favor de projetos de interesse do Poder Executivo, em 2005 (id, p. 120). O objetivo deste trabalho foi demonstrar a influência do posicionamento político na cobertura jornalística.

Como conclusão, o artigo mostrou que *Veja* explicitou uma tendência contrária ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva, na época candidato à reeleição, enquanto *Carta Capital* apoiou abertamente a candidatura, apesar de todas as denúncias de corrupção contra lideranças do Partido dos Trabalhadores. A principal contribuição do trabalho mencionado previamente foi associar o posicionamento oposto por parte dos dois veículos aos fatores ideológicos. No entanto, apesar de os autores identificarem estes fenômenos, não explicaram, de fato, de que forma a ideologia se manifesta nos textos analisados.

Martins (2005) analisou o tratamento pejorativo de reportagens dos jornais *O Globo*, *Correio Brasiliense* e *Jornal do Brasil*, em relação aos negros, índios e meninos de rua – os quais o autor colocou como “grupos excluídos”. Citou como fundamento para sua pesquisa, dentre outros conceitos, o de ideologia (MARTINS, 2005, p.134). Ele considerou os fatores ideológicos como influentes no tratamento explicitado nos jornais quanto à rejeição sofrida pelos grupos. Contudo, o trabalho não analisou as matérias jornalísticas sob o prisma de cada um dos mecanismos da ideologia, de modo ordenado

– o que a presente monografia propõe.

Dessa forma, a motivação para a abordagem do tema se deve, principalmente, à possibilidade de contribuição da pesquisa em relação aos estudos que relacionam ideologia e discurso em publicações jornalísticas – o que ainda não foi realizado de forma ordenada e metodológica. Em outras palavras, há inúmeras pesquisas que identificam a ideologia como um fator pertinente na construção do discurso jornalístico; porém, há uma lacuna no que diz respeito à especificação dos mecanismos pelos quais ela opera em textos jornalísticos.

3. OBJETIVO

A intenção principal deste trabalho é investigar, qualitativamente, os mecanismos da ideologia e do discurso, através de uma análise comparativa das reportagens “O câncer no palanque”, da revista *Veja*, e “Dilma não se entrega”, da revista *Carta Capital*. A investigação é dividida em três enfoques – que, inclusive, compõem os objetivos específicos desta monografia. O primeiro é analisar como as revistas construíram as personagens de Rousseff. O segundo é estudar de que forma a *Veja* e a *Carta Capital* abordaram o câncer da ex-ministra. E o terceiro é verificar qual foi o posicionamento dos veículos quanto ao impacto da revelação da enfermidade nas eleições presidenciais de 2010.

As hipóteses principais da presente pesquisa são as seguintes: a *Carta Capital* representa Rousseff e sua doença no sentido de insinuar a permanência da sua candidatura presidencial; enquanto a *Veja* constrói a imagem da ex-ministra e do câncer de modo a insinuar a desistência de sua candidatura para a Presidência. Para isto, pretende-se verificar se ambos os veículos utilizaram um ou vários modos de operação da ideologia, sendo que o método para esta investigação é o da análise do discurso nas duas reportagens.

A reformulação proposta por Thompson (2009), acerca do conceito de ideologia, parece ser adequada neste caso – e esta também é uma das questões a serem investigadas nesta pesquisa. O presente trabalho também pode auxiliar ao leitor de jornalismo político de revista a ser mais crítico em relação às reportagens deste gênero, pois esta análise identifica aspectos que estão implícitos nos textos, mas que nem

sempre podem ser percebidos sem um estudo sistemático.

4. ABORDAGEM TEÓRICA

Quanto ao referencial teórico, pretende-se utilizar o aporte proposto por Thompson (2009) sobre o estudo dos modos de operação da ideologia. Este teórico traça um panorama geral e histórico das conceituações e teorias sobre ideologia, dividindo-as em dois grupos: concepções neutras e críticas. A ideologia neutra é vista de forma não avaliativa, como algo a ser investigado sem ser julgado. Já a concepção crítica entende o fenômeno como negativo; e que, portanto, deve ser combatido.

A partir do enfoque crítico, que considera a ideologia como algo a ser combatido, houve a construção de um corpo conceitual denominado “a tradição marxista da crítica da ideologia”, de acordo com Kellner (2001). Essa tradição, formada pelas concepções ideológicas expressadas a partir de Karl Marx, incluiu o leninismo ortodoxo, a Escola de Frankfurt, Louis Althusser e outros.

Um dos maiores problemas desta linha de pesquisa foi tentar formatar um conceito monolítico de ideologia, que a simplifica e conecta exclusivamente aos fatores econômicos e aos de classe. A respeito dessa abordagem, Kellner (id) pontua:

Esse conceito reduz a ideologia à defesa de interesses de classe; por isso, é predominantemente economicista, e nele a ideologia se refere sobretudo – e em alguns casos somente – às idéias que legitimam a dominação de classe da classe dominante capitalista. Portanto, nessa concepção, “ideologia” se restringe aos conjuntos de idéias que promovem os interesses econômicos da classe capitalista (p. 78).

Assim sendo, a redução do termo ideologia como um “instrumento que serve aos interesses econômicos ou de classe” transforma-se em um problema, para a maioria dos autores modernos. Estes concluem que a complexidade intrínseca à ideologia é, na verdade, muito maior do que a abordagem de classe prévia; já que esta se encontra enclausurada às questões econômicas.

Os novos enfoques sobre ideologia passam a considerar que os instrumentos de dominação expressados pela sua ação podem ser também, por exemplo, opressão de sexo, sexualidade e raça – além dos fatores ligados à economia e à classe social (ibid, p. 79). Este enfoque possibilita interpretações em um campo de análise muito maior do que a concepção ligada apenas aos conflitos de classes econômicas. Em outras palavras,

VEJA E CARTA CAPITAL: AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS E IDEOLÓGICAS DAS REPORTAGENS
“O CÂNCER NO PALANQUE” E “DILMA NÃO SE ENTREGA”,
SOBRE A REVELAÇÃO DO CÂNCER DE DILMA ROUSSEFF

a ideologia é vista, atualmente, como um fenômeno complexo e repleto de nuances interpretativas.

Dentre os nomes que conseguiram enxergar essa complexidade, o sociólogo John B. Thompson talvez seja o mais representativo, justamente por, apesar de a sua concepção também ser derivada da de Marx, fazer o oposto do que a tradição marxista fez: propor um estudo aberto e irrestrito sobre ideologia, sem tentar eliminar outros fatores que possam influenciar na forma com a qual a ideologia opera.

Assim como Kellner (2001), Thompson (2009) também atenta para o uso da ideologia nas relações entre homens e mulheres, um grupo étnico e outro, além de outros grupos que possam divergir ideologicamente entre si. E o enfoque dado por este último teórico ressaltou o uso das relações de dominação como elemento sustentador da forma com a qual a ideologia opera. Sobre essas relações, Thompson (id) comenta:

Podemos falar de “dominação” quando relações estabelecidas de poder são “sistematicamente assimétricas”, isto é, quando grupos particulares de agentes possuem poder de uma maneira permanente, e em grau significativo, permanecendo inacessível a outros agentes, ou a grupos de agentes, independentemente da base sobre a qual tal exclusão é levada a efeito (p. 80).

Só que este autor não se limita a apenas defender o fato de existir uma maior complexidade de grupos ideológicos e a considerar as relações de dominação como sustentáculo da ideologia: também especifica alguns modos pelos quais esta pode operar. E a teorização acerca dos mecanismos de operação da ideologia, tendo em vista o nível de adequação para a presente monografia, é o suporte escolhido para a investigação das reportagens “Dilma não se entrega” e “O câncer no palanque”.

Para adentrar no estudo dos modos de operação ideológicos, é pertinente considerar outra classificação acerca da ideologia. Bobbio (2000) divide este termo em dois significados – o forte e o fraco:

O significado forte tem origem no conceito de ideologia de Marx, entendido como falsa consciência das relações de domínio entre as classes, e se diferencia claramente do primeiro (o significado fraco) porque mantém, no próprio centro, diversamente modificada, corrigida ou alterada pelos vários autores, a noção da falsidade: a ideologia é uma crença falsa. No significado fraco, ideologia é um conceito neutro, que prescinde do caráter eventual e mistificante das crenças políticas (BOBBIO, 2000, p. 585).

Atesta-se, portanto, que os significados forte e fraco expostos por este autor correspondem aos conceitos crítico e neutro de ideologia, respectivamente. No entanto, a presente monografia busca uma concepção que, de certa forma, supere a dicotomia classificatória formulada acerca do fenômeno em questão.

Thompson (2009, p. 25), em sua proposta reformulada da ideologia, procura combater a neutralização do conceito. Todavia, também discorda da visão marxista, que entende as ações ideológicas como essencialmente ligadas ao erro e à ilusão:

Elas *podem* ser errôneas e ilusórias. De fato, em alguns casos, a ideologia *pode* operar através do ocultamento e do mascaramento das relações sociais, através do obscurecimento ou da falsa interpretação das situações; mas essas são possibilidades contingentes, e não características necessárias da ideologia como tal (THOMPSON, 2009, p. 76).

Sendo assim, constata-se que esta concepção está exatamente no meio termo dos significados forte e fraco, ou neutro e crítico; e demonstra um maior interesse por tratar a ideologia de forma mais específica – o que vai de encontro à proposta do presente trabalho.

Pinto (1999) aponta para a influência dos mecanismos ideológicos, presentes nos sentidos de quaisquer textos. Sousa (2004), por sua vez, define a ideologia como um instrumento de estratégias e táticas de dominação, por parte de grupos socialmente dominantes, nos meios de comunicação. Já Thompson (2009) apresenta um conceito que parece ser a junção das duas ideias expostas anteriormente neste parágrafo: o de que “estudar a ideologia é estudar as maneiras como o sentido serve para sustentar relações de dominação” (id, p.76). Desta forma, a presente monografia chega ao cerne, tendo em vista a análise posterior das duas reportagens sobre a revelação do câncer de Rousseff.

Quando este autor diz “sentido”, refere-se aos fenômenos simbólicos que mobilizam a aquisição de conhecimentos. Isso pode ocorrer, por exemplo, quando se vê uma imagem, um texto, uma música, um filme ou uma narrativa – e estes transmitem conhecimentos que sugerem relações de poder, provenientes de grupos particulares (THOMPSON, 2009, p. 80). A ideologia, portanto, separa grupos em dominantes e dominados e/ou superiores e inferiores, produzindo hierarquias que servem aos interesses das forças e das elites do poder (KELLNER, 2001, p. 83). Esses grupos podem ser brancos e negros e/ou homens e mulheres, por exemplo. Resta saber como se

manifestam as referidas “relações de dominação”, ou seja, quais são os mecanismos ideológicos, conforme essa concepção.

Thompson (2009, p. 81) distingue cinco modos gerais através dos quais a ideologia pode operar – e também cita as estratégias correspondentes a cada modo. Faz isso com o objetivo de esboçar, de forma preliminar, um campo de análise da ideologia. A seguir, esta monografia representa uma tabela similar à publicada pelo autor referido neste parágrafo:

Tabela 1

Modos de operação da ideologia

<i>Modos Gerais</i>	<i>Algumas Estratégias Típicas de cada modo</i>
Legitimação	Racionalização Universalização Narrativização
Dissimulação	Deslocamento Eufemização Tropo (Sinédoque, Metonímia, Metáfora)
Unificação	Padronização Simbolização da Unidade
Fragmentação	Diferenciação Expurgo do Outro
Reificação	Naturalização Eternalização Nominalização / Passivização

No trabalho completo, é elaborada a definição resumida de cada mecanismo e estratégia da ideologia. Porém, por motivos didáticos – e também para que não seja feita uma mera reprodução das teorias expostas por Thompson (2009, p. 81) – expõe-se uma exemplificação reformulada do que pode ser considerado como estratégia ideológica, após a definição de cada modo de operação. Dessa forma, é tecido um paralelo entre os próximos exemplos e o que pode ser identificado como modos e estratégias ideológicas nas reportagens “A candidata e o câncer” e “Dilma não se entrega”.

5. MÉTODO

Os procedimentos metodológicos a serem empregados para a aplicação dos conceitos formulados por Thompson (2009) sobre ideologia são provenientes da análise qualitativa do discurso. Desta forma, procura-se aliar a identificação ordenada dos mecanismos de operação ideológicos à interpretação discursiva das estratégias de *Veja* e *Carta Capital*, nas duas reportagens sobre o câncer de Rousseff.

Ambas as matérias, apesar de terem como tema principal a revelação desta doença, abarcam diversas temáticas, considerando o todo das respectivas narrativas. Sendo assim, o melhor caminho para uma interpretação das reportagens é a sistematização entre os três principais assuntos destas duas matérias: a personagem da ex-ministra Dilma Rousseff, a doença e as eleições presidenciais de 2010. Esta divisão é o formato escolhido para o estudo das estratégias discursivas e ideológicas empregadas nos sentidos das reportagens em questão.

Antes da investigação acerca destes três temas primordiais, são analisados os itens básicos das reportagens de revista, como: títulos, subtítulos e chamadas da capa (complementares e principais). Essa primeira parte da investigação serve para mostrar um panorama geral do assunto a ser abordado – no caso, a revelação do câncer de Rousseff.

O primeiro tema a ser abordado explora a construção das personagens nas duas reportagens de *Veja* e *Carta Capital*. Esta monografia parte do pressuposto de que o jornalismo é incapaz de refletir a realidade tal como ela é; o que existe é uma construção representativa da realidade, sempre afetada pelos fatores discursivos e ideológicos (BENETTI, 2007, p. 110-111). A partir desta ideia é possível constatar que a ex-ministra Dilma Rousseff representada na *Veja* não é a mesma na *Carta Capital*. Portanto, o estudo das diferentes construções de Rousseff é de relevância para a investigação das estratégias aplicadas nas matérias a serem analisadas.

O segundo grupo de assuntos envolve as abordagens das referidas revistas no que diz respeito à doença em “Dilma não se entrega” e “O câncer no palanque”. Busca-se, nesta investigação, estudar se *Veja* e *Carta Capital* representam o câncer pelo discurso da superação ou da fragilidade; se relacionam mais a enfermidade com a ex-ministra como pessoa, ou quanto à posição política de Rousseff; e se são construídos determinados “vilões” em suas respectivas narrativas. Para esse tópico, a utilização de

livros e publicações de estudos sócio-históricos sobre o câncer pode auxiliar na compreensão dos significados associados pelas revistas em relação a esta enfermidade.

Por último, considerando a principal hipótese deste trabalho – acerca da possibilidade de uma substituição da pré-candidatura de Rousseff –, faz-se necessário analisar as duas reportagens tendo em vista as eleições para a presidência da República, em 2010. O impacto do câncer da ex-ministra na campanha da sucessão presidencial é um assunto abordado tanto por *Veja* quanto por *Carta Capital*, nas matérias em questão. Este tópico serve como desfecho para as hipóteses principais referentes a esta monografia. A primeira entende que a estratégia da revista *Veja*, na reportagem “O câncer no palanque”, foi construir as imagens da ex-ministra e do câncer de modo a insinuar a desistência de sua candidatura para a Presidência em 2010. Já a segunda considera que a estratégia da *Carta Capital*, na matéria “Dilma não se entrega”, foi representar Rousseff e sua doença no sentido de insinuar a permanência da sua candidatura presidencial.

A presente pesquisa não investiga os elementos gráficos, como tamanho e estilo de fontes, cores e fotos; pois isto fugiria da proposta desta monografia. No entanto, um fator pertinente nas matérias de *Veja* e *Carta Capital* é a questão das fontes. Para compor uma reportagem, o jornalista vale-se, fundamentalmente, de fontes de informação, conhecedoras do tema, mas também nele interessadas – direta ou indiretamente, política ou economicamente, em busca de prestígio, vingança ou qualquer outro motivo (ROSSI, 2000, p. 50-51). Analisar como as fontes atuam nas reportagens é um procedimento relevante, para que se consiga uma investigação mais abrangente das estratégias discursivas e ideológicas exercidas pelas revistas acima citadas.

Quanto aos resultados, primeiramente, constatou-se que a conceituação de Thompson (2009) acerca dos modos de operação da ideologia foi adequada para a investigação proposta por esta monografia. Em outras palavras, é possível afirmar que os mecanismos ideológicos de uma reportagem jornalística são passíveis de verificação, caso seja elaborada uma análise ordenada dos elementos textuais. Mas, sobretudo, a presente monografia demonstrou que identificar os modos de operação da ideologia sem o auxílio dos métodos da análise do discurso seria insuficiente, tendo em vista a proposta desta pesquisa. Portanto, pode-se concluir que a união entre a análise

ideológica com os procedimentos discursivos foi uma combinação pertinente às discussões referentes a este trabalho.

Embora o objetivo desta pesquisa não tenha sido abordar quantitativamente os dados, saber quantas e quais estratégias da ideologia (bem como os seus respectivos mecanismos) foram encontradas no decorrer do capítulo das análises das reportagens “Dilma não se entrega” e “O câncer no palanque” é importante para a avaliação geral dos resultados investigativos. A tabela abaixo ilustra os resultados, considerando a identificação, em sua totalidade, dos modos de operação ideológicos nas duas reportagens:

Tabela 3

Modos de operação da ideologia nas reportagens de *Veja* e *Carta Capital*

<i>Modos Gerais</i>	<i>Estratégias típicas</i>	“O câncer no palanque”	“Dilma não se entrega”
Legitimação	Racionalização	0	1
	Universalização	1	1
	Narrativização	0	0
Dissimulação	Deslocamento	7	6
	Eufemização	1	0
	Tropo (Sinédoque)	0	1
	Tropo (Metonímia)	1	1
	Tropo (Metáfora)	7	6
Unificação	Padronização	0	0
	Simbolização da Unidade	0	2
Fragmentação	Diferenciação	1	0
	Expurgo do Outro	0	2
Reificação	Naturalização	2	0
	Eternalização	0	0
	Nominalização	1	0
	Passivização	1	0

VEJA E CARTA CAPITAL: AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS E IDEOLÓGICAS DAS REPORTAGENS
“O CÂNCER NO PALANQUE” E “DILMA NÃO SE ENTREGA”,
SOBRE A REVELAÇÃO DO CÂNCER DE DILMA ROUSSEFF

Estes dados indicam que a estratégia Deslocamento e a Metáfora – variação da estratégia Trope – foram as mais empregadas, tanto no que se refere ao texto de *Veja*, quanto em relação à reportagem da *Carta Capital*. E, por conseguinte, o *modus operandi* mais identificado foi a Dissimulação. Isto denota o que realmente foi aferido nesta monografia: o fato de que ambas as revistas, de um modo geral, emitiram os seus respectivos posicionamentos de forma dissimulada e metafórica. E utilizaram, para isto, determinadas representações da personagem Rousseff, do câncer e do impacto do caso nas eleições 2010 – construídas a partir do viés ideológico específico de cada publicação.

A discussão sobre a influência da ideologia nos mecanismos textuais das reportagens “Dilma não se entrega” e “O câncer no palanque” também trouxe à tona o estudo das estratégias discursivas presentes em ambas as matérias. Este estudo reforçou a eficácia do método da análise do discurso para o estudo das estratégias no jornalismo de revista; além de contribuir na verificação de como duas revistas podem abordar o mesmo caso de maneiras particulares, considerando as inclinações político-ideológicas concernentes a cada veículo.

Em relação às construções da personagem de Dilma Rousseff, a *Carta Capital* representa a ex-ministra sob uma perspectiva de força e evolução. Este veículo enfatiza o lado pessoal de Rousseff, ressaltando qualidades como a simpatia, a jovialidade, a competência profissional e, acima de tudo, a resistência e a coragem perante as dificuldades. É a imagem de uma mulher independente, que tem pouco tempo livre para o lazer e para os relacionamentos amorosos, e muitas responsabilidades quanto ao seu trabalho. Por outro lado, a *Veja* retrata Rousseff de forma a associá-la com a fragilidade e o ofuscamento. Esta revista, ao invés de focalizar o lado pessoal e independente da ex-ministra, a coloca como uma personagem submissa às decisões do presidente Lula, servindo como um fantoche do presidente. Além disso, Rousseff é caracterizada por um sentido de fraqueza diante de todo o contexto conflituoso pelo qual ela passava no momento, tendo em vista, principalmente, o seu câncer.

Quanto às abordagens da doença, ambas as revistas associaram a enfermidade de Rousseff ao segredo e ao silêncio – como um assunto a ser tratado de forma sigilosa. No entanto, a *Carta Capital* buscou um enfoque diferente em relação à *Veja*. Enquanto esta deu uma maior ênfase à especulação interesseira por parte do governo em torno da

revelação da enfermidade – à ideia da não-publicação, aos bastidores, ao “antes” –, aquela ressaltou o fato de Rousseff ter posto a doença em pratos limpos, portanto, frisando o discurso da publicação, da revelação, do “depois”. Por outro lado, enquanto a *Veja* qualificou as posturas do governo, do PT e de Lula como oportunistas em relação ao câncer, a *Carta Capital* atribuiu um caráter de exploração no que diz respeito à atitude da grande mídia perante o caso. Ademais, percebeu-se que a *Carta Capital* representou o câncer pelo prisma da superação e da resistência, o que sugere um fortalecimento da candidatura de Rousseff à Presidência da República. Já a *Veja* empregou o discurso da dramaticidade e da fragilidade, construindo uma ideia de enfraquecimento quanto à permanência da ex-ministra na disputa presidencial de 2010.

Por fim, quanto às hipóteses principais, os estudos acerca das estratégias ideológicas e discursivas confirmaram posturas específicas por parte das revistas em questão. De fato, a estratégia da *Veja*, na reportagem “O câncer no palanque”, foi construir as imagens da ex-ministra e do câncer de modo a insinuar a desistência de sua candidatura para a Presidência em 2010. Já a estratégia da *Carta Capital*, na matéria “Dilma não se entrega”, foi representar Rousseff e sua doença no sentido de insinuar a permanência da sua candidatura presidencial. Para isto, ambos os veículos utilizaram, de forma predominante, as estratégias Tropo (Metáfora) e Deslocamento – correspondente aos *modus operandi* da ideologia Dissimulação –, o que pode ser verificado através de uma análise discursiva nas duas reportagens.

Em suma, nas reportagens “Dilma não se entrega” e “O câncer no palanque”, tendo em vista os três enfoques escolhidos para esta análise, foram atestadas: construções opostas da personagem de Dilma Rousseff; abordagens diferenciadas em relação ao câncer; e diferentes insinuações no tocante à possibilidade de substituição da candidatura da ex-ministra. Portanto, refletir, por completo, a realidade de um acontecimento é uma tarefa impossível para o jornalismo. Este, ao invés disso, constrói uma representação do real, inevitavelmente afetada pelos fatores ideológicos e discursivos intrínsecos a cada veículo jornalístico – no caso deste trabalho, às revistas *Veja* e *Carta Capital*. E este fenômeno é verificável através de uma investigação sistemática dos elementos presentes nos textos de determinadas narrativas.

6. BIBLIOGRAFIA

BARREIROS, T. B.; AMOROSO, D. **JORNALISMO ESTRÁBICO: VEJA E CARTA CAPITAL NA COBERTURA DO “ESCÂNDALO DO MENSALÃO”**. DISPONÍVEL EM: [HTTP://WWW.PERSPECTIVASDELACOMUNICACION.CL/REVISTA_1_2008/PARTE2_11.PDF](http://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/revista_1_2008/PARTE2_11.PDF). ACESSO EM 10/06/2009.

BENETTI, M. **A IRONIA COMO ESTRATÉGIA DISCURSIVA DA REVISTA VEJA**. DISPONÍVEL EM: [HTTP://REVISTAS.UNIVERCIENCIA.ORG/INDEX.PHP/LIBERO/ARTICLE/VIEW/4644/4368](http://revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/4644/4368). ACESSO EM 20/05/2010

_____; LAGO, C. **METODOLOGIA DE PESQUISA EM JORNALISMO**. PETRÓPOLIS, RJ: VOZES, 2007. – (COLEÇÃO FAZER JORNALISMO). ISBN 9788532635037.

BOBBIO, N. **DICIONÁRIO DE POLÍTICA**. 5. ED. BRASÍLIA: UNB, 2000. 2 V, 25 CM. ISBN 8523003088.

CABRAL, O. **O CÂNCER NO PALANQUE**. VEJA, EDITORA ABRIL, EDIÇÃO 2111, ANO 42, N.º 18, P. 58-63, 6 DE MAIO DE 2009.

CALLES, D. **PROCEDIMENTOS DE CONSTRUÇÃO TEXTUAL NA SEÇÃO A SEMANA DA REVISTA CARTA CAPITAL**. DISPONÍVEL EM: [HTTP://WWW.LETRAMAGNA.COM/DIVACLEIDEALLES.PDF](http://www.lettramagna.com/divacleidecalles.pdf). ACESSO EM 20/05/2010.

CHARAUDEAU, P. **DISCURSO DAS MÍDIAS**. TRADUÇÃO DE ANGELA S. M. CORRÊA. 1. ED., 2ª REIMPRESSÃO. – SÃO PAULO: CONTEXTO, 2009.

GUIMARÃES, E. **A ARTICULAÇÃO DO TEXTO**. 8. ED. SÃO PAULO: ÁTICA, 2003. 87 P., 18CM. (PRINCÍPIOS). ISBN 8508036078.

KELLNER, D. **A CULTURA DA MÍDIA - ESTUDOS CULTURAIS: IDENTIDADE E POLÍTICA ENTRE O MODERNO E O PÓS-MODERNO**. TRADUÇÃO DE IVONE

CASTILHO BENEDETTI. 1. ED. SÃO PAULO: EDUSC, 2001. 454 P., 23 CM. (VERBUM). ISBN 8574600733.

LAGE, N. **IDEOLOGIA E TÉCNICA DA NOTÍCIA**. 2. ED. PETRÓPOLIS: VOZES, 1982. 116 P., IL., 21CM.

MAINGUENEAU, D. **ANÁLISE DE TEXTOS DE COMUNICAÇÃO**. TRADUÇÃO DE CECÍLIA P. DE SOUZA-E-SILVA, DÉCIO ROCHA. 2. ED. SÃO PAULO: CORTEZ, 2002. 238 P., 22 CM. ISBN 8524907789.

_____. **NOVAS TENDÊNCIAS EM ANÁLISE DO DISCURSO**. TRADUÇÃO DE SOLANGE MARIA LEDDA GALLO, MARIA DA GLÓRIA DE DEUS VIEIRA DE MORAES. 3. ED. SÃO PAULO: PONTES, 1997. 198 P., 21 CM. ISBN 8571130817.

MANNHEIM, K. **IDEOLOGIA E UTOPIA**. 4 VOL. RIO DE JANEIRO: GLOBO, 1950. 310P.

MARTINS, A. **GRUPOS EXCLUÍDOS NO DISCURSO DA MÍDIA: UMA ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA**. DISPONÍVEL EM: [HTTP://WWW.SCIELO.BR/PDF/DELTA/V21NSPE/29255.PDF](http://www.scielo.br/pdf/delta/v21nspe/29255.pdf). ACESSO EM 18/11/2009.

MENEZES, C. **DILMA NÃO SE ENTREGA**. CARTA CAPITAL. ANO 15, N.º 544, P.22-26, 6 DE MAIO DE 2009.

ORLANDI, E. P. **DISCURSO E LEITURA**. 5. ED. SÃO PAULO: CORTEZ, 2000. 118 P., 21 CM. (PASSANDO A LIMPO). ISBN 8524901144.

PINTO, M. J. **COMUNICAÇÃO E DISCURSO: INTRODUÇÃO À ANÁLISE DE DISCURSOS**. 2. ED. SÃO PAULO: HACKER, 2002. 128 P., 17 CM. ISBN 8586179205.

VEJA E CARTA CAPITAL: AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS E IDEOLÓGICAS DAS REPORTAGENS
“O CÂNCER NO PALANQUE” E “DILMA NÃO SE ENTREGA”,
SOBRE A REVELAÇÃO DO CÂNCER DE DILMA ROUSSEFF

ROSSI, C. **O QUE É JORNALISMO**. 7. ED. SÃO PAULO: BRASILIENSE, 2000. 16CM. IL. 87, IL. (PRIMEIROS PASSOS; V. 15). ISBN 8511010157.

SONTAG, S. **A DOENÇA COMO METÁFORA**. 6. ED. RIO DE JANEIRO: GRAAL, 1984. 112 P.

_____. **DOENÇA COMO METÁFORA, AIDS E SUAS METÁFORAS**. 1. ED. SÃO PAULO: COMPANHIA DAS LETRAS, 2007. 168 P., ISBN 9788535909982.

SOUSA, J. P. **INTRODUÇÃO À ANÁLISE DO DISCURSO JORNALÍSTICO IMPRESSO: UM GUIA PARA ESTUDANTES DE GRADUAÇÃO**. 1. ED. FLORIANÓPOLIS: LETRAS CONTEMPORÂNEAS, 2004. 222 P., 22 CM. ISBN 8576620014.

THOMPSON, J. B. **IDEOLOGIA E CULTURA MODERNA: TEORIA SOCIAL CRÍTICA NA ERA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA**. 8. ED. PETRÓPOLIS, RJ: VOZES, 2009. 431 P. ISBN 978832614841.