



A produção de um ‘policorpo’ para Dilma Rousseff nas eleições presidenciais de 2010: uma análise discursiva dos semanários brasileiros

Elaine de Moraes Santos^{1*} e Edson Carlos Romualdo²

¹Faculdade de Artes, Letras e Comunicação, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Av. Costa e Silva, s/n., 79070-900, Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil. ²Departamento de Teorias Linguísticas e Literárias, Centro de Ciências Humanas Letras e Artes, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, Paraná, Brasil. *Autor para correspondência. E-mail: profelainemoraes@gmail.com

RESUMO. Este artigo discute, sob a perspectiva da Análise do Discurso (AD) de linha francesa, as transformações que configuram não a utilização do corpo político empírico, mas a corporeidade, isto é, a sua discursivização – tal como ela é engendrada nas páginas da mídia impressa brasileira. Para isso, analisamos a forma como o perfil político de Dilma Rousseff foi materializado nos fios discursivos dos semanários de atualidades durante as eleições presidenciais de 2010. A fim de viabilizar o processo teórico-analítico desse cenário, constituímos um arquivo formado pelas 208 edições das revistas *CartaCapital*, *Época*, *IstoÉ* e *Veja*, publicadas no ano eleitoral. Dentro do quadro teórico adotado, cujos fundamentos baseiam-se principalmente no método arqueogenológico de Michel Foucault, os resultados mostram que as práticas discursivas dos semanários focalizaram metamorfoses que o corpo da petista teria sofrido para figurar como representante de seu antecessor, produzindo um ‘policorpo’ (Santos, 2014), o qual foi potencializado pela dizibilidade de mecanismos tecnológicos imateriais e inumanos, mas perspicazes na midiáticação de uma ‘candidata-corpo’ (Santos & Romualdo, 2013), que foi denunciada pela imprensa como produto eleitoral.

Palavras-chave: eleições presidenciais, discurso político-midiático, policorpo, corporeidade.

The production of a ‘politicized body’ for Dilma Rousseff during the 2010 Brazilian presidential elections: a discourse analysis of the Brazilian weekly magazines

ABSTRACT. Transformations that do not enhance the use of the empirical political body but corporeity are discussed from the point of view of the French Discourse Analysis. In other words, their discursiveness produced by the Brazilian printed media is investigated. The manner Dilma Rousseff’s political profile was materialized within discourses of weeklies during the 2010 Brazilian presidential elections is analyzed. A file comprising 208 issues of the weeklies *Carta Capital*, *Época*, *Isto É* and *Veja* published during the election year was prepared to foreground the theoretical-analytical process of the scenario under analysis. Within the theoretical background mainly based on Michel Foucault’s archeogenealogical method, our results reveal that discursive practices of the weekly magazines focused on the metamorphoses that the body of the Labor Party candidate has undergone to figure as the representation of her antecessor. Consequently, a politicized body (Santos, 2014) was produced, potentialized by the ‘wordability’ of immaterial and non-human technological mechanisms, although thought-provoking within the media-transformed ‘candidate-body’ (Santos & Romualdo, 2013), denounced by the press as an electoral product.

Keywords: presidential elections, politics-media discourse, politicized body, corporeity.

Introdução

Este artigo discute as ‘metamorfoses’ (Courtine, 2006) que configuram não o corpo político, enquanto unidade empírica, mas a sua corporeidade, isto é, a sua discursivização, tal como ela é engendrada, na contemporaneidade, pelos veículos de informação e de comunicação impressos. Para isso, analisamos a forma como o perfil público da candidata petista Dilma Vana Rousseff foi materializado nos fios discursivos dos

semanários brasileiros de atualidades, durante as eleições de 2010.

Na cobertura da corrida presencial do período, a maioria dos dizeres midiáticos tematizou o fato de o Partido dos Trabalhadores (PT) ter selecionado, para o lançamento da candidatura da situação, um sujeito feminino sem nenhuma experiência em disputas eleitorais. No bojo dos inúmeros enfoques acerca do ineditismo dessa escolha, foram regulares, portanto, as referências a um conjunto de transformações que o corpo e o gesto da presidenciável teriam sofrido

para atender às demandas de uma imagem necessária à justificativa de sua indicação. Dentre elas, estariam seu potencial para figurar como porta-voz da sensibilidade feminina e o sucesso de sua atuação enquanto ministra de Minas e Energia no governo do então presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva.

Denunciadas pela mídia impressa como produto com fins eleitorais, tais mudanças foram objetos de questionamentos diversos nas publicações, sobretudo em discursos que interrogavam a inexperiência política da candidata do PT. Com base em tais 'condições de possibilidade' (Foucault, 2010b) e a fim de adentrar a "[...] arriscada ordem de discursos" (Foucault, 2010b, p. 7) da corrida presidencial em destaque, nossa leitura desse processo é orientada, antes de tudo, pela concepção de que estamos diante da emergência de uma discursividade cuja hibridez se justifica e se constitui por motivos de diferentes naturezas, ligados, em especial, à própria singularidade de um objeto que é duplamente constituído: o 'discurso político-midiático' (Weber, 1999).

No encaixe de viabilizar a análise do cenário descrito, compusemos um 'arquivo' (Foucault, 2010a) formado pelas 208 edições dos semanários *CartaCapital*, *Época*, *IstoÉ* e *Veja*, publicadas no ano eleitoral. Dentro do quadro teórico da Análise do Discurso de linha francesa, com fundamentos baseados principalmente na obra de Michel Foucault, estabelecemos um estudo do jornalismo impresso brasileiro entrecruzando os conceitos e os métodos essenciais ao processo analítico de como essa mídia informa, (re)cria os dados do real e, por conseguinte, estabelece uma ordem de leitura da política.

Visando cumprir o objetivo geral deste texto, portanto, nosso percurso se organiza em quatro seções. Na primeira delas – 'O corpo e(m) discurso político-midiático', entrelaçamos os estudos discursivos aos pressupostos que discutem a questão corpórea e seu uso na política midiaticizada. Na sequência, discorremos sobre os mecanismos que, na escrita midiática, são responsáveis pela criação de um 'policorpo' (Santos, 2014) cuja especificidade se constrói na 'materialidade corporal' (Foucault, 2010c) metamorfoseada que, enquanto uma superfície (pré)discursiva, é alvo de coerções, disciplinas e controles.

Na terceira seção, por sua vez, delineamos a compreensão da noção de corporeidade política no espaço do empreendimento em que nos lançamos. Por fim, interrogamos, em nosso arquivo das eleições de 2010, a criação de um 'policorpo' para a candidata do PT, no exercício de 'micropoderes'

(Foucault, 1979) que, nas páginas midiáticas, midiaticiza a corporeidade política e/ou os 'ditos e escritos'¹ que fazem referência a ela.

O corpo e(m) 'discurso político-midiático'

A inserção do corpo na lógica da comunicação política é um processo antigo que remete à forma mesma como as ciências da saúde, as artes e a sociedade como um todo passaram a conceber, nos últimos séculos, que a existência humana é corporal. Para Foucault (2009), desde a época clássica, houve uma descoberta do corpo como objeto e alvo do poder. Segundo Cardoso (1999, p. 41), por sua vez, o corpo é "[...] o primeiro instrumento de comunicação interindividual, o primeiro elo com o mundo [...]", portanto seu potencial comunicativo tem sido o centro das análises no âmbito das ciências humanas e sociais e é objeto de críticas dos próprios veículos midiáticos.

Na maioria das investigações, as análises da essência do corpo no domínio da política midiaticizada têm buscado compreender como o teor retórico e o uso abusivo do gesto, tão recorrentes nas falas públicas antigas, perderam espaço para a implementação de "[...] formas novas, que submetem os conteúdos políticos às exigências das práticas de escrita e de leitura próprias ao aparelho audiovisual de informação" (Courtine, 2003, p. 22-23).

De acordo com Lima (2004, p. 50), "[...] uma das dificuldades teóricas no estudo das relações da mídia com a política tem sido a imprecisão conceitual". Cientes dessa imprecisão, como ponto de partida para as discussões, empregamos em nosso trabalho a palavra 'mídia' com o mesmo sentido com que ela é definida pelo autor: "[...] o conjunto das instituições que utiliza tecnologias específicas para realizar a comunicação humana" (Lima, 2004, p. 50). Por seu lado, a política é aqui concebida como "[...] atividade pública (visível) relativa às coisas públicas (do Estado)" (Lima, 2004, p. 50), nas sociedades democráticas.

Isso posto, o conceito de 'midiaticização', como um processo maior, emerge historicamente no seio de múltiplas articulações entre campos distintos. Podemos explicá-lo pela forma como as mídias imprimem seus recursos, sua linguagem, sua perspectiva mercadológica e sua tecnologia à dinâmica de existência de outros setores, antes independentes nos diferentes domínios da sociabilidade.

¹ Uso da expressão que nomeia uma coleção, publicada pela Editora Forense Universitária, de textos, entrevistas e conferências de Michel Foucault.

De natureza interdisciplinar, a 'prática discursiva' midiática, como fenômeno social, tem, pois, sua organização primeira na produção de informação e de comunicação. Ao apresentar uma definição de 'prática discursiva', Foucault (2010a) explica que esse elemento de análise não deve ser confundido com expressividade operacional de indivíduos formuladores de ideias, desejos, imagens, ou com atividade racional/inferencial, nem com competência de um sujeito falante. Trata-se, então, de um conjunto de regras, estabelecido historicamente, que produziu, "[...] em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa" (Foucault, 2010a, p. 133).

No cerne da configuração dessa prática discursiva midiática, cada veículo possui uma linguagem e uma lógica próprias, que recobrem tanto as possibilidades tecnológicas de cada modalidade, quanto a dinâmica financeira que as subsidia. De acordo com Weber (1999), os discursos e os movimentos provenientes da relação mídia e política possuem especificidades oriundas do que ela chama de três tipos de poderes, a saber: o da mídia, o da política e o do sujeito. É dessa relação tripartida que, segundo a autora, surgiu a categoria compósita 'político-midiático'. A perspectiva defendida por Weber (1999), à qual nos filiamos, é extremamente pertinente porque não 'diaboliza' os meios de comunicação no que se refere à cobertura ou à produção dos acontecimentos políticos que circulam em seus veículos, mas também não os isenta do papel discursivo que eles desenvolvem.

Na contemporaneidade, então, pensar a política midiaticizada é ter acesso à visibilidade de corpos cujas condições de emergência atendem à nova ordem discursiva pela qual relações de poder e de saber se instauram nos e pelos corpos que são narrativizados por computadores, celulares, televisores, jornais e revistas.

No interior dessa discursivização, o corpo político que insurge como fruto de metamorfoses oriundas ao exercício de um poder midiático disciplinar e que é desenhado para figurar nas esferas midiáticas é um corpo que, entendido no conjunto de suas especificidades gestuais e comportamentais, e relacionado à historicidade de suas configurações e de sua natureza dual impressa, optamos por denominar, em nossa pesquisa, pelo conceito de 'policorpo' - um corpo político metamorfoseado pela 'regularidade discursiva' (Foucault, 2010a) das práticas discursivas midiáticas, que, vigilantes, midiaticizam a corporeidade política tanto temático quanto imageticamente.

Nesse processo, a noção de 'regularidade discursiva' com que operamos, "[...] designa, para qualquer 'performance' verbal (extraordinária ou banal, única em seu gênero ou mil vezes repetida), o conjunto das condições nas quais se exerce a função enunciativa que assegura e define sua existência" (Foucault, 2010a, p. 163, grifo do autor). Para determinar uma regularidade discursiva nos semanários, em conformidade ao que orienta o próprio filósofo francês, não a tomamos como índice de frequência ou de probabilidade, mas a compreendemos como especificidade constitutiva de todo e qualquer enunciado (seja ele verbal ou não verbal) e, portanto, dele indissociável.

A construção de um 'policorpo'

"Em que se transforma o arquivo quando ele se inscreve diretamente no próprio corpo?", perguntava Derrida (2001, p. 8), por ocasião de uma conferência que discutia a relação entre a memória e os arquivos. Pensar a existência do 'policorpo' não é, entretanto, interrogar sobre o arquivo inscrito no corpo simplesmente, apesar de reconhecermos ser essa uma forma legítima e natural da humanidade, um relicário. É, então, ver como a política dos 'olhos do poder'² - das lentes midiáticas - lê o corpo político como arquivo e 'cartilhiza' essa leitura, propagando-a por entre suas páginas, imprimindo-lhe um teor documental pelo registro material e inegável da corporeidade política em foco.

Na essência dessa designação (poli+corpo) existe a ideia da polivalência, da forma plurissignificativa como esse corpo é um corpo político nos veículos de comunicação, portanto, é uma corporeidade político-midiática. O nascimento do 'policorpo', como apontamos aqui, irrompe nos rastros de dois outros movimentos históricos que se presentificam e se atualizam em várias sociedades de todos os tempos: os corpos 'dóceis' (Foucault, 2009), promulgados pela Era das disciplinas, do século XVII, e a 'pedagogia do gesto' (Haroche, 1998), inerente à forma como a civilidade está imbricada à sociabilidade política do século XVI.

No arquivo das eleições, o mecanismo de poder da imprensa incide na condenação linguístico-discursiva de mudanças no corpo e no gesto pelas quais Dilma Rousseff teria sido submetida pelo seu partido para figurar na campanha. No fulcro dos discursos que dão visibilidade às referidas transformações, encontramos o mesmo processo de vigilância e condenação que são inerentes à sociedade francesa, que é descrita por Foucault

² Expressão que figura como título de um capítulo da obra de Foucault (1979).

(2009) quando ele discorre acerca da passagem das práticas penais da Modernidade até a chamada ‘Sociedade das disciplinas’.

Nesse sentido, o ‘policorpo’ funciona, séculos mais tarde, como o lugar de exercício do ‘panoptismo’ (Foucault, 2009) midiático. Por meio dele, termos acesso, pois, à irrupção de um funcionamento distinto de controle, a um assujeitamento de outra ordem, ao nascimento de uma biopolítica inerente ‘à invenção do cotidiano’ (Certeau, 2011) passível de criação/circulação pelas lentes dos veículos de comunicação contemporâneos.

Em igual medida, em Foucault (1979), Courtine e Haroche (1988), Haroche (1998) e Elias (2011), por exemplo, podemos ter acesso a semelhantes coerções sobre o corpo político, na forma como a presença-corpo do rei, no século XVII, representava condição essencial à manutenção do poderio monárquico.

O ‘policorpo’, enquanto corpo metamorfoseado pelas lentes midiáticas, é igualmente um produto, construído por aspectos que remontam às políticas coercitivas e vigilantes que nasceram na maquinaria de poder da sociedade descrita por Foucault (2009, p. 133, grifos do autor):

O corpo humano entra numa maquinaria de poder que o esquadriha, o desarticula e o recompõe. Uma ‘anatomia política’, que é também igualmente uma ‘mecânica do poder’, está nascendo; ela define como se pode ter domínio sobre o corpo dos outros, não simplesmente para que façam o que se quer, mas para que operem como se quer, com as técnicas, segundo a rapidez e a eficácia que se determina.

Na mídia impressa brasileira, o ‘policorpo’ foi formado pela conjunção entre a corporeidade (discursivização da imagem fotográfica do corpo) de Dilma Rousseff e os enunciados verbais que, de um lado, descreviam o uso do corpo e do gesto que a candidata fez na campanha e, de outro, orientavam a produção de sentidos da corporeidade política apresentada nas matérias.

A ‘corporeidade’ política na mídia

A compreensão da noção de corporeidade política, no espaço do empreendimento em que nos lançamos, passa pelo delineamento de um percurso ramificado em duas rotas que se interseccionam em nossa pesquisa. Para explicitação da primeira via, a convocação de uma proposição derridiana se faz bastante oportuna – a ideia de que “[...] não há arquivo sem o espaço instituído de um lugar de impressão. Externo, diretamente no suporte, atual ou virtual” (Derrida, 2001, p. 8).

Em nosso arquivo, tanto a produção quanto a circulação de sentidos dos semanários de atualidades são reguladas na historicidade dos fatos/conteúdos em sua singularidade discursiva. No encaixe de analisar essa singularidade, nossa incursão sobre ele requer um movimento de reconstituição da rede de discursos e poderes inerentes à discursividade de tais fatos e eventos registrados. Nesse processo, o ‘lugar de impressão’ (Derrida, 2001) do corpo político, como enunciado imagético, como representação e, portanto, como simulação do sujeito político Dilma Rousseff, ocorre na mediatização de sua corporeidade – no retrato impresso de sua presença discursiva nos vários cenários políticos da corrida presidencial.

Como segunda rota de nosso percurso, a interrogação “[...] o que é o discurso em sua realidade material de coisa pronunciada ou escrita?” (Foucault, 2010b, p. 8) se torna crucial, na medida em que, se, na perspectiva foucaultiana, compreendemos o discurso no espaço mesmo em que o saber e o poder se articulam, nosso movimento analítico reclama uma análise da discursivização do corpo político, não só na corporeidade, enquanto uma designação ao discurso-corpo³, em sua realidade material, onipresente e ubíqua, de imagem mediatizada. Conforme Le Breton (2011, p. 311), “[...] a ubiquidade da imagem é então sem limite, trata-se de colar no real ou nunca parar de filmar, de fotografar ou de mostrar”.

Na verdade, o ‘policorpo’, manifesto no discurso político-midiático de nosso objeto, decorre de pelo menos dois tipos de discursivização. O primeiro deles ocorre quando a corporeidade figura enquanto fotografia ou charge e o segundo na materialidade dos enunciados verbais; o corpo também é convocado por descrições de suas especificidades, de sua existência corporal acontecida, de forma a orientar o processo de visualização dessa corporeidade.

A junção dessas duas manifestações do corpo político constitui a existência do ‘policorpo’. O emprego da designação corporeidade surge, portanto, de articulações necessárias no interior do lugar teórico em que este trabalho se insere. Nelas, duas orientações, interligadas, norteiam a escolha lexical/conceitual realizada. Na primeira, a corporeidade é entendida como unidade discursiva, constituída como um conjunto de enunciados que produzem significados diversos. A segunda orientação consiste, então, na compreensão do texto

³ Em uma aproximação ao uso de Le Breton (2011, p. 297), quando trata do dualismo ‘homem-corpo’ ou mesmo a Foucault (1999), ao descrever as especificidades de um ‘biopoder’ (Foucault, 2008).

fotográfico como discurso, dada sua enunciabilidade não verbal.

Em nosso arquivo, a corporeidade é, então, esse elemento social fotografado que, comunicante e presente no discurso político-midiático, 'faz ver' e produz (efeitos de) sentidos, enquanto unidade discursiva por excelência. Nos semanários impressos, a presença corporal do sujeito político, na dizibilidade das matérias jornalísticas, decorre, principalmente, da publicação de sua corporeidade, que tem estatuto de enunciado, funciona como representação, como simulação e, portanto, pode produzir efeito(s) de verdade: "[...] as imagens tornam-se hoje as peças para a convicção de uma realidade sempre mais evanescente. O mundo faz-se de amostragem (e, portanto, de demonstração), ele organiza-se, antes de tudo, nas imagens que lhe dão a ver" (Le Breton, 2011, p. 309).

De acordo com Maffesoli (2000, p. 46), por outro lado, a visibilidade, assim como o próprio corpo, também se coloca como uma condição humana atual: "[...] é preciso fazer-se ver e ser visto para existir". Assim, "[...] só se existe no, e pelo olhar do outro". Essa condição de existência, dada ao reconhecimento visual, é bastante aproveitada pela mídia impressa, na veiculação de 'policorpos' diversos, em período eleitoral. Isso nos leva, pois, a interrogar a historicidade desses corpos metamorfoseados no discurso político-midiático, de forma a desestabilizar as evidências de sentido provocadas pelo corpo político como signo imagético (portanto como corporeidade), ou pelos enunciados que, na discursividade dos signos verbais, também favorecem efeitos de sentidos diversos para a candidata do PT, durante a corrida presidencial de 2010.

Assim, se a imagem é "[...] uma ficção cultural, uma realidade revelada que obedece mais à subjetividade do que à objetividade do real" (Malysse, 2002, p. 66), como discursivização signica e imagética do corpo, a corporeidade atua, portanto, como um documento 'polimórfico' (nas palavras da autora), mas, nesse registro documental, habita a subjetividade, existe a construção de um real destinado aos olhos de uma 'biopolítica' (Foucault, 2008) midiaticizada vigilante.

A produção de um 'policorpo' para Dilma Rousseff nas páginas dos semanários

A fim de explicitarmos como se deu a criação do 'policorpo' de Dilma Rousseff em nosso arquivo das eleições, estabelecemos, metodologicamente, uma leitura configurada pela análise de sequências enunciativas aleatórias, constituídas ou não pela

corporeidade de Dilma e escolhidas como um recorte inerente a duas regularidades discursivas distintas e interligadas: a) a preparação do rosto e do corpo e b) a adaptação do gesto e da postura.

No interior da primeira regularidade, podemos observar como as revistas focalizam estratégias de *marketing* que levaram a candidata petista a mudanças no rosto e no corpo (como um todo) para a construção de uma imagem dócil. De acordo com Courtine e Haroche (1988), o rosto é uma ferramenta essencial à interação humana e, entre os séculos XVI e XVIII, ele foi o foco nos rituais da sociedade civil, sobretudo na conversação política. É pela face que os indivíduos se exprimem e leem a expressão dos outros sujeitos, dado que essa parte do corpo é dotada de uma linguagem própria: "[...] o rosto fala" (Courtine & Haroche, 1988, p. 7).

O papel plurissignificativo da linguagem facial, no entanto, deve ser lido a partir da contradição inerente ao seu potencial comunicativo. Se ele é a figura inicial da singularidade da existência de cada indivíduo, um movimento contrário orienta "[...] que se apague, que mascare esse rosto, que encubra essa expressão" (Courtine & Haroche, 1988, p. 8). No bojo do discurso político-midiático contemporâneo, esse segundo movimento, coercitivo, é imanente. Por ele, os sujeitos políticos buscam a contenção do olhar, o controle de suas expressões faciais e a cristalização de um sorriso constante (o mais naturalizado possível), na articulação gestual adequada à exibição pública ou mesmo ao registro e à circulação dessa exibição pelas lentes e interfaces dos veículos midiáticos.

Mesmo sendo a mídia o meio de propagação do (novo) rosto político formatado, a própria imprensa denuncia a artificialidade da face modificada de alguns candidatos. Em 2010, na cobertura da campanha presidencial, tal questionamento se manifesta regularmente de duas formas diferentes. Na primeira, as descrições do rosto transformado de Dilma Rousseff foram a tônica de enunciados verbais destinados a tornar visível a face - construída pelos marqueteiros da campanha petista - como artificial. Na segunda, a corporeidade é midiaticizada de forma a potencializar expressões faciais que escapam do controle coercitivo: o sorriso forçado, a ruga na testa, uma olhada mais sisuda, o abatimento na expressão.

Como deslizes, essas expressões são enredadas pelo caráter documental da corporeidade em fotografias que, como índices de referencialidade, ratificam, por si só, a existência de um sujeito político cuja moderação e docilidade são construídas com fins eleitorais. O efeito de evidência dessa representação reclama a interrogação dessa realidade

construída, em especial porque “[...] embora o retrato seja um indicador principal das novas estruturas mentais e sociais, e da expressividade individual, os rostos de uma época não se esgotam no reflexo que o retrato dá” (Courtine & Haroche, 1988, p. 12).

Na dizibilidade de grande parte dos semanários que constituem o arquivo das eleições, potencializa-se, pois, a produção pelo PT de um rosto e de um corpo com expressão amenos e eficazes à criação da imagem de feminilidade essencial para minimizar o tom sisudo que frequentemente era associado ao comportamento de Dilma:

SE1: Aos poucos, essa Dilma durona passou por uma metamorfose. Fez uma cirurgia e trocou os óculos por lentes de contato. Passou a sorrir mais. Começou a misturar frases mais coloquiais e amigáveis em meio a estatísticas em assuntos como energia, petróleo e siderurgia. Fez pequenas intervenções plásticas no rosto e adotou roupas menos sérias. A Dilma técnica foi substituída pela Dilma política, risonha e candidata à Presidência (Revista Época, 2010a, p. 38).

Na sequência enunciativa 1, presente na revista *Época* no início do ano eleitoral, o substantivo ‘metamorfose’ delinea as mudanças no corpo da candidata como reconhecidas e articuladas à criação de um gesto moderado, em oposição à qualidade de ‘durona’ que lhe é atribuída nesse e em tantos outros textos. No ‘policorpo’ denunciado pelos ditos da *Época*, a construção de um rosto amigável conta tanto com a intervenção cirúrgica, quanto com a substituição dos óculos pelas lentes de contato.

Nessa carne transformada e risonha cabe, segundo o semanário, um sujeito-corpo também modificado, que usa uma linguagem mais acessível (mesmo no tratamento de assuntos mais técnicos ou estatísticos) e que desfila sob um vestuário mais alegre e, portanto, mais adequado ao novo perfil político da candidata do PT. Por fim, temos a recuperação de um dito regular, o qual entende a presidenciável como uma mulher técnica, uma profissional que detinha outras experiências que não incluíam a capacidade de realizar articulações políticas ou de promover o diálogo com a imprensa e com os demais setores da sociedade.

Na revista *Veja*, por seu lado, a adoção das lentes de contato, a intervenção ‘cosmética’ e o alinhamento dos dentes também são publicizados como a construção de uma candidata-imagem que pudesse superar certo ‘ar de antipatia’ que, segundo o semanário, era projetado pela petista. A sequência enunciativa 2, que apresentamos a seguir, aparece no meio de um quadro de folha dupla do semanário, no qual de cada lado encontramos uma foto de Dilma

Rousseff sorrindo, antes e depois do ‘tratamento de correção da arcada’ dentária. Seu sorriso é recortado e apresentado em destaque, acentuando os ‘ajustes’ que são ditos no texto verbal:

SE2: Nas últimas semanas, Dilma Rousseff cumpriu uma agenda secreta. Ela se submeteu a um tratamento de correção da arcada. Os ajustes ainda não acabaram, mas as mudanças já são visíveis, com os dentes mais alinhados e o espaço entre os incisivos preenchidos. A campanha de Dilma já fez pesquisas com o ‘antes’ e o ‘depois’ e constatou que o novo sorriso ajudou a minimizar um certo ar de antipatia que ela projetava. Foi a terceira intervenção cosmética a que ela se submeteu desde que Lula a fez candidata. Primeiro, os óculos foram trocados por lentes de contato; depois, veio a cirurgia plástica. Lula, aliás, também deu uma ajudada no visual em 2002: fez tratamento para ter um sorriso novo, emagreceu, passou a usar ternos Armani [...] (Revista Veja, 2010b, p. 66-67, grifos do autor).

O ‘policorpo’ é construído, nesse caso, pela articulação das descrições sobre as mudanças corporais e pela comprovação dessas alterações na apresentação de uma corporeidade política que não apenas mostra as partes do rosto mencionadas, mas explicita o potencial comparativo de uma corporeidade ‘antes’ e uma ‘depois’ das intervenções.

Além disso, com a sequência enunciativa 2, o leitor da revista da Editora Abril é introduzido no acompanhamento de cuidados corporais que a presidenciável realiza em sua intimidade. Frutos da rotina pessoal da candidata do PT, práticas cotidianas como a seleção da roupa, os procedimentos odontológicos e a realização de procedimento cirúrgico são discursivizados pela mídia como acontecimentos de ordem pública. Como podemos notar, os procedimentos dessa escrita midiática mais que divulgam fatos da corrida presidencial, eles destacam, pejorativamente, elementos de um domínio que, a priori, é de ordem privada. Baronas (2005, p. 102) já explicita a amplitude de processos discursivos como esse no convívio das instâncias políticas e midiáticas:

Do gosto literário, culinário, passando pelas preferências sexuais, às falas, nada, nem ninguém escapa desse olhar midiático invisível e onividente que (n)os controla contínua e meticulosamente, que espia e detalha cada um de(n)ós)les.

Por intermédio desses olhos do poder, portanto, “[...] o que era privado torna-se público e que era público torna-se privado” (Baronas, 2005, p. 102).

Consideramos, portanto, que a discursivização do corpo é organizada conforme a materialidade da mídia, pois a forma como os sujeitos políticos

figuram no interior de um objeto político-midiático é distinta em função das materialidades. Assim, enquanto na televisão o corpo político tem sua visibilidade, muitas vezes, garantida na sincronidade de seus movimentos; na mídia impressa, a presença da materialidade corporal é garantida pela corporeidade ou por enunciados verbais destinados à produção de um valor de verdade ao conteúdo midiático.

Como dispositivo de poder, o semanário de maior tiragem e de maior circulação no país promove uma midiática na qual Dilma Rousseff é submetida à avaliação coercitiva de seu sorriso e da maneira como ele foi possibilitado em um determinado momento de sua vida: o período em que Lula 'a fez candidata'. De acordo com o Foucault (2009, p. 165), o processo de uma vigilância hierárquica supõe um dispositivo no qual as mesmas "[...] técnicas que permitem ver induzam a efeitos de poder, e onde, em troca, os meios de coerção tornem claramente visíveis aqueles sobre quem se aplicam". Assim, a visibilidade da presidenciável Dilma é fruto dos efeitos de um poderio nocivo à preservação da intimidade do indivíduo. Processo esse que é oriundo da articulação de dois campos – a política e mídia. A política discursivizada pelos veículos de comunicação tem, então, esta dupla capacidade: a de tornar seus conteúdos e seus representantes os assuntos da agenda pública da imprensa e a de ser midiática de forma punitiva mesmo nas cenas menos políticas.

A diferença no tratamento que a *Veja* deu para criação do 'policorpo' da candidata do PT em relação aos ditos da *Época*, em SE1, é que, no semanário da Editora Abril, até na denúncia do uso do corpo da 'criatura' Dilma existe a recuperação do seu 'criador', em resgate às também acusações que foram feitas a ele, quando 'o sapo barbudo' disputava as eleições de 2002.

Na sequência enunciativa 3, da revista *IstoÉ*, as mudanças no corpo de Dilma são igualmente focalizadas, contudo em um 'policorpo' que destaca como essa 'nova' imagem é fruto de uma construção que descaracteriza a personalidade da petista, como a criação de uma espécie de personagem, destinada exclusivamente à corrida presidencial de 2010: "Vestida com um terninho clássico, de tecido leve e claro, penteada e maquiada com discrição, Dilma Rousseff parece à vontade na condição de candidata. Já suavizou a postura de gerente técnica que ostentava como ministra do governo Lula" (Revista *IstoÉ*, 2010a, p. 36).

Nesse trecho de texto, a suavização de uma postura, a escolha de uma roupa, o valor do tecido e

a apresentação da aparência funcionam como um retrato criado pelos olhos da mídia. Junto às questões físicas, o perfil da candidata também é questionado em um discurso pejorativo sobre a inexperiência da petista durante seu mandato no Ministério. Sequências enunciativas como essa da *IstoÉ* foram recorrentes nas matérias dos semanários brasileiros de 2010. Isolados ou concomitantes à exibição da corporeidade da petista, tais dizeres estabelecem e denunciam a produção de uma candidata-corpo com fins eleitorais.

Nos dizeres da revista *Veja*, a mudança de postura de Dilma Rousseff é igualmente midiática como uma criação, como fruto de uma transformação orientada por especialistas em produção de campanhas eleitorais. Essa artificialidade é, ainda, um processo descrito pela mídia como desafiador, dada a antipatia que é atribuída frequentemente à candidata do PT:

SE4: O desafio é transformar Dilma em uma candidata simpática capaz de atrair esse eleitorado. Até junho, todos os passos da ex-ministra estarão sendo filmados para, depois, ser analisados por grupos de avaliação. O tom de voz e as roupas da candidata também passarão pelo crivo de especialistas. As pesquisas que vão apontar os pontos positivos e negativos da passagem de Dilma por Minas ficarão prontas nesta semana e orientarão as próximas viagens (Revista *Veja*, 2010a, p. 88).

Na SE4, a mutação da ministra do governo Lula em candidata "simpática" é explicitada na discursividade da revista da Editora Abril e passa por uma produção que conta com filmagem e apreciação de um grupo de especialistas. No âmbito dessa mudança, o tom de voz adotado por Dilma e a escolha das roupas que ela realiza também são discursivizados como instrumentos de sedução política que se organizam a partir de orientações que a presidenciável receberia de sua equipe.

De tal modo, de forma singular, o semanário ratifica que as mudanças no rosto da presidenciável são frutos de coerções sobre o corpo que se queria exibir naquele ano por uma biopolítica do PT, porém, na emergência histórica da publicação dessa nova face, o movimento midiático vigilante, que leva a público uma esfera privada por excelência, é igualmente coercitivo, ou seja, ele se perfaz em um verdadeiro exercício de um biopoder. Para Foucault, esse exercício é fruto do controle social, um controle que inicia sob a existência corporal humana, já que "[...] o corpo é uma realidade biopolítica" (Foucault, 1999, p. 80).

O semanário *CartaCapital*, por outro lado, manteve uma prática discursiva não ofensiva à campanha petista. No início daquele ano, o chefe de

redação da revista, Mino Carta, já havia anunciado que faria a cobertura das eleições de forma séria e amparada por “[...] aquele que têm autoridade para escrever e falar a respeito” (CartaCapital, 2010a, p. 27). Na edição 603, do mês de julho, a revista publica seu apoio à candidata do PT em um editorial intitulado: “Por que apoiamos Dilma? Resposta simples: porque escolhemos a candidatura melhor” (CartaCapital, 2010c, p. 14).

Por essa postural editorial, a revista manteve, ao longo do ano, publicações que rebatiam as críticas correntes nos demais semanários e nos jornais. Mesmo nesse processo combativo, a revista da editora Confiança também recuperou as mudanças corporais de Dilma Rousseff. Em uma entrevista com a candidata do PT, por exemplo, o assunto é resgatado em uma pergunta à própria presidenciável:

SE5: Dilma solta o verbo. A pré-candidata do PT fala sobre continuidade, drogas, o papel do Estado, reforma agrária e, por que não? seu novo visual.

CC: a senhora não parece ter sido muito vaidosa no passado e agora ganhou um upgrade no visual. Está gostando?

DR: Ah, a gente sempre curte, sempre é bom. Mas é um cabelo mais simples, né? (Alisa o cabelo, mais curto, mais claro e sem um fio fora do lugar.) É mais fácil de arrumar do que o seu. Mas eu gosto, não acho ruim não (CartaCapital, 2010b, p. 32).

De forma diferente, com menor destaque para o potencial político, a ideia de uma imagem mais dócil da candidata à presidência do país e sua relação com a feminilidade é descrita, na revista *Época*, como um ingrediente para a criação de uma representação feminina tanto comportamental (que cuida do lar e tem o dom da maternidade) quanto fisicamente (os cuidados com o cabelo, o uso de maquiagem, a adoção de indumentária delicada):

SE6: Para conquistar o eleitor, Dilma precisou aproximar-se da imagem convencional das mulheres na sociedade. Por isso, passou por uma transformação visual. Adotou novo corte de cabelo, maquiagem, roupas mais delicadas, começou a sorrir mais. A Dilma vaidosa, feminina, sensível e maternal serve para associá-la a qualidades das mulheres normalmente valorizadas no ambiente doméstico de uma casa. “No senso comum, às mães cumpre educar, exigir. Quando Dilma age como mãe, ela está cumprindo o papel de mulher”, diz Betânia Diniz Gonçalves, professora de psicologia da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais e autora do livro *Identidade feminina e a inserção no mundo do poder* (Revista *Época*, 2010c, p. 62).

Como vemos em SE6, uma candidata que precisa ‘se aproximar da imagem convencional das

mulheres’ já se mostra como alguém que não é dotada pelo conjunto de especificidades que garantem a ocupação desse lugar tido como tradicional ao universo feminino. Nesse conjunto, o próprio texto midiático clarifica a caracterização do convencionalismo em dois planos: o físico (cabelo, maquiagem, vestuário) e o comportamental (vaidade, feminilidade, sensibilidade e maternidade).

Com tal olhar restrito, taxativo, preconceituoso e generalizador, no discurso da *Época* sobre as mulheres, a descaracterização do sujeito político Dilma Rousseff é ratificada pela convocação de outra voz, a qual atua na verbalidade do discurso como instrumento de construção, nesse texto, do ‘policorpo’ e como instrumento de descrição da corporeidade da petista.

Em SE6, a revista utiliza ainda um discurso relatado, no qual a citação aspeada transfere, para a fala de uma professora de psicologia da PUC, a autoridade de analisar a postura da candidata do PT tanto quanto de enunciar qual comportamento feminino é tido como comum em nossa sociedade. Entre isenção e transferência da responsabilidade pelo conteúdo enunciado, entretanto, a discursivização do uso do rosto e do corpo de Dilma Rousseff ressalta uma ‘metamorfose’ destinada a essa ‘feminilização’ dela enquanto um sujeito político em corrida presidencial.

Em todas essas sequências enunciativas apresentadas, o ‘policorpo’ construído pelos discursos midiáticos se perfaz no papel exercido pela face: “[...] o rosto é assim metonímia da alma, a frágil porta de sua morada, o acesso – com uma janela entreaberta” (Courtine & Haroche, 1988, p. 45). Adjacente ao destaque desse elemento corpóreo como visualização da identidade de um sujeito político em campanha, a segunda regularidade no tratamento da imprensa diz respeito à adoção de um gesto e de uma postura moderados.

Como segunda regularidade na midiáticação das revistas, que focalizou a construção da candidata do PT, destacando as transformações sofridas pela petista, podemos ver como o texto midiático focaliza a adaptação do gesto e da postura enquanto formas implementadas pelo partido a fim de diminuir a rejeição de sua presidenciável e de produzir sua imagem como a de um sujeito político ideal para substituir o presidente Lula e para representá-lo no governo.

No ‘arquivo’ das eleições presidenciais de 2010 no Brasil, um tom de denúncia marcou a midiáticação da candidata do PT na grande maioria das edições dos três semanários de atualidades de maior tiragem e circulação no país – *Época*, *IstoÉ* e *Veja*. Nelas, podemos encontrar um constante

questionamento quanto ao uso singular do gesto e de uma postura mais dócil, como estratégia de *marketing* definida pelos assessores e marqueteiros na trajetória de campanha do Partido dos Trabalhadores:

SE7: A aparição na tela é tida como a estreia oficial de sua campanha, muito embora o lançamento formal só esteja previsto para junho, como estabelece a lei eleitoral. Para chegar a esse momento, Dilma preparou-se. Cercada de um plantel de assessores, ela está repaginando o discurso, atitudes e mesmo o humor. Mais solta e falante, Dilma deu claras demonstrações da nova fase [...] Por trás da metamorfose da candidata, um amplo debate vem ocorrendo sobre qual a sua imagem ideal para conquistar as urnas: a da Dilma autêntica ou a daquela que vem sendo moldada pelo marketing, com uma roupagem mais leve que a do figurino original (Revista IstoÉ, 2010a, p. 20).

Na SE7, mais uma vez o emprego do substantivo 'metamorfose', tal como já demonstrado no discurso da revista *Época*, aparece agora em uma sequência na qual a *IstoÉ* ressalta um sujeito moldado do corpo ('roupagem mais leve') à postura, que é descrita como bem-humorada, 'solta' e 'falante'. No conjunto corpo-atitude, então, o discurso da petista também é apontado como repaginado. O preparo para a aparição na tela é garantido pela assessoria de *marketing* da campanha que, ao mesmo tempo em que garante 'uma imagem ideal para conquistar as urnas', essa exibição não é reconhecida pelo semanário como a de uma 'Dilma autêntica'.

De acordo com a revista da Editora Três, alterações repentinas no comportamento da candidata do PT funcionam mais em detrimento da articulação de um novo discurso, sobretudo quando essa nova imagem é recebida por eleitores leigos, quando o quesito é entender de propostas políticas:

SE8: "Ela é tudo que eu gosto", tascou a socialite Carmen Mayrink Veiga. E logo emendou o motivo de tanta admiração: "Mesmo com a vida que tem, está sempre bem-vestida, bem penteada." Ponto para Dilma Rousseff. A ex-sisuda ministra-chefe da Casa Civil, com o novo penteado de campanha presidencial, a maquiagem caprichada e o *tailleur* claro e de bom corte que vestia, não precisou elaborar muito o discurso para conquistar a simpatia do high society carioca. "Sobre política, sou analfabeta", esclareceu Carmen (Revista IstoÉ, 2010b, p. 46).

Na SE8, a candidata do PT é caracterizada por uma *socialite* famosa no país como uma mulher que dá o devido cuidado à aparência, seja pelo uso de roupas adequadas e finas, seja pela adoção de um penteado em conformidade aos compromissos diários. O contraste da valoração do argumento de

autoridade que é apresentado no discurso aspeado se dá, pois, na interpretação dos motivos para esse julgamento: trata-se de uma fase em que a ex-ministra é também 'ex-sisuda'. No entanto, a revista demonstra que a 'encarnação' dessa nova imagem se resume ao plano físico (capricho na maquiagem, vestimenta composta por *tailleur* claro e de bom corte), pois, nesse evento, não era necessária a articulação de discursos para um público que se mostra analfabeto em questões políticas.

Nas discursivizações promovidas pela revista *Época* e pela revista *CartaCapital*, a postura mais firme da presidenciável também é ressaltada, porém por perspectivas discursivas diferentes, em especial, pela adoção de linhas editoriais contrárias pelos dois veículos midiáticos:

SE9: Dilma é a 'gerentona', mulher de pulso firme – uma espécie de Margaret Thatcher da esquerda. Pelo menos era essa a instrução que vinha na embalagem. Não é simpática? Paciência. Uma grande gestora não precisa ter sorriso doce. Aí surgiu o problema (Revista *Época*, 2010b, p. 39, grifo nosso).

SE10: Nesta campanha eleitoral, a candidata do PT foi tratada a ferro e fogo pela mídia, de clara preferência pelo tucano José Serra. 'Torturada' psicologicamente a partir da firmeza e da disposição de comando profissional que não esconde, essas virtudes de Dilma Rousseff, manipuladas, foram transformadas em defeitos e ela foi 'denunciada' como grosseira e descortês (CartaCapital, 2010d, p. 12, grifos do autor).

No primeiro caso, na SE9, a firmeza da candidata do PT é apresentada em um discurso irônico que destaca a forma como a Dilma antipática teve que ser "digerida" durante a campanha presidencial pelo eleitorado e pela própria imprensa. Para isso, o uso do grau aumentativo no substantivo resulta na designação de 'gerentona', uma derivação sufixal que marca, com a coloquialidade da denominação, o tom forçado do próprio produto humano apelidado. Na caracterização do que significa taxá-la por 'mulher de pulso firme', a referência à baronesa britânica que era conhecida como 'dama de ferro' (uma mulher fria, autoritária e dotada de um liberalismo indiscutível), traz o contraste dessa posição assumida por uma política filiada ao PT: 'uma espécie de Margaret Thatcher da esquerda'.

No segundo, na SE10, essa especificidade no comportamento da petista é tida como virtude e como traço natural da personalidade da presidenciável. Além desse enfoque positivo, a *CartaCapital* ainda ressalta como a mídia em geral discursivizou negativamente o tom mais forte da candidata: "[...] essas virtudes de Dilma Rousseff, manipuladas, foram transformadas em defeitos e ela foi 'denunciada' como grosseria e

descortês” (CartaCapital, 2010d, p. 12). Nesse processo, a revista da editora Confiança coloca em xeque, por fim, a própria noção corrente de que o jornalismo é imparcial e marcado pela objetividade com que divulga conteúdos e fatos.

Considerações finais

Neste texto, discutimos as metamorfoses que configuraram a midiaticização da corporeidade política de Dilma Rousseff em um arquivo formado pelas 208 edições dos semanários *CartaCapital*, *Época*, *IstoÉ* e *Veja*, publicadas no ano eleitoral de 2010. Naquele ano, a cobertura da corrida presencial do período denunciou um conjunto de transformações que o corpo e o gesto da petista teriam sofrido para que ela pudesse concorrer como candidata da situação, apesar de sua inexperiência em disputas eleitorais.

Dadas as condições de possibilidade da corrida presidencial em destaque e com base nos pressupostos teórico-metodológicos da AD francesa, em sua vertente foucaultiana, articulamos os estudos discursivos a discussões acerca da questão corpórea e de seu uso na política, focalizando as arestas do que configura um discurso de natureza político-midiática na contemporaneidade. Além disso, delineamos as noções de ‘policorpo’ e de ‘corporeidade’ enquanto categorias essenciais à entrada no arquivo das eleições.

Nossa análise, na qual focalizamos sequências enunciativas regulares nos quatro semanários investigados, mostrou que a mídia construiu um ‘policorpo’ para Dilma Rousseff, o qual foi potencializado pela discursivização da corporeidade da candidata e/ou pela dizibilidade de mecanismos enunciativos perspicazes na midiaticização de uma candidata-corpo que foi denunciada por três semanários como produto eleitoral.

Pelas vias que seguimos no percurso aqui realizado, a manutenção da temática corporal em nossa pesquisa explicita nosso desejo de “[...] compor o cenário pós-moderno como uma nova condição para a compreensão do corpo” (Cardoso, 1999, p. 45) político na mídia, desestabilizando os efeitos de evidência que são comuns à midiaticização de ‘policorpos’ diversos.

Referências

Baronas, R. L. (2005). Notas sobre o amargo da língua política: eleições municipais cuiabanas 2004. *Revista ECOS*, 3, 99-106.

Cardoso, C. (1999). O corpo presente. In A. A. C. Rubim, I. M. G. Bents, & M. J. Pinto (Orgs.), *Comunicação e sociabilidade nas culturas urbanas contemporâneas* (p. 41-53). Petrópolis, RJ: Vozes; *Compós*.

CartaCapital (2010a, janeiro 13), 578.

CartaCapital (2010b, junho 9), 599.

CartaCapital (2010c, julho 7), 603

CartaCapital (2010d, outubro 13), 617.

Certeau, M. (2011). *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer / Michel Certeau* (17a ed., Ephraim Ferreira Alves, Trad.). Petrópolis, RJ; Vozes.

Courtine, J. J. (2003). *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo* (Maria do Rosário Gregolin, Org., Coleção Olhares Oblíquos). São Carlos, SP: Claraluz.

Courtine, J. J. (2006). *Metamorfoses do discurso político: as derivas da fala pública* (Nilton Milanez & Carlos Piovezani Filho, Trad.). São Carlos, SP: Claraluz.

Courtine, J. C., & Haroche, C. (1988). *História do rosto: exprimir e calar as suas emoções (do século XVI ao início do século XIX)*. Lisboa, PT: Teorema.

Derrida, J. (2001). *Mal de arquivo: uma impressão freudiana* (Claudia de Moraes Rego, Trad.). Rio de Janeiro, RJ: Relume Dumará.

Elias, N. (2011). *O processo civilizador: uma história dos costumes* (2a ed., Vol. I, Ruy Jungman, Trad., Renato Janine Ribeiro, ver. e apres.). Rio de Janeiro, RJ: Zahar.

Foucault, M. (1979). *Microfísica do poder* (Roberto Machado, Trad. e Org.). Rio de Janeiro, RJ: Graal.

Foucault, M. (1999). *Em defesa da sociedade: curso. Curso no Collège France (1975-1976)* (Maria Ermantina Galvão, Trad.). São Paulo, SP: Martins Fontes.

Foucault, M. (2008). *O nascimento da biopolítica: curso dado no Collège France (1978-1979) / Michel Foucault* (Michel Senellart, Ed., François Ewald e Alessandro Fontana, Dir., Eduardo Brandão, Trad., Claudia Berliner, Rev. da Trad.). São Paulo, SP: Martins Fontes.

Foucault, M. (2009). *Vigiar e punir: nascimento da prisão* (37a ed., Raquel Ramalhete, Trad.). Petrópolis, RJ: Vozes.

Foucault, M. (2010a). *A arqueologia do saber* (7a ed., Luiz Felipe Baeta Neves, Trad.). Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária.

Foucault, M. (2010b). *A ordem do discurso* (20a ed., Laura Fraga de Almeida Sampaio, Trad.) São Paulo, SP: Loyola.

Foucault, M. (2010c). *Os anormais: curso no Collège de France (1974-1975)*. São Paulo, SP: WMF Martins Fontes.

Haroche, C. (1998). *Da palavra ao gesto* (Ana Montoia e Jacy Seixas, Trad.). São Paulo, SP: Papirus.

Le Breton, D. (2011). *Antropologia do corpo e modernidade* (Fábio dos Santos Creder Lopes, Trad.). Petrópolis, RJ: Vozes.

Lima, V. A. (2004). Sete teses sobre mídia e política no Brasil. *Revista USP*, 61, 48-57.

Maffesoli, M. (2000). As máscaras do corpo (Aldo Bizzocchi, Trad.). *Cáspes Líbero*, 3(6), 44-49.

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

Revista Época (2010a, fevereiro 22), 607.

Revista Época (2010b, março 15), 617.

Revista Época (2010c, agosto 30), 641.

Revista Isto É (2010a, maio 12), 33(2095).

Revista Isto É (2010b, julho 21), 34(2123).

Revista Veja (2010a, abril 14), 15.

Revista Veja (2010b, maio 5), 18.

Santos, E. M. (2014). *O efeito de copresença Lula-Dilma no discurso político-midiático: uma leitura das eleições presidenciais de 2010* (Tese de Doutorado). Universidade Estadual de Maringá, Maringá.

Santos, E. M., & Romualdo, E. C. (2013). O 'poder-corpo' nas páginas midiáticas em 2010: um dispositivo teórico-metodológico para a leitura da 'corporeidade'

de Dilma Rousseff. In S. Lagazzi, E. C. Romualdo, I. Tasso (Orgs.), *Estudos do texto e do discurso: o discurso em contraponto: Foucault, Maingueneau e Pêcheux* (p. 13-39). São Carlos, SP: Pedro & João Editores.

Weber, M. H. (1999). Hibridação de verdades políticas e midiáticas. *Intexto*, 2(6), 1-38.

Received on October 26, 2016.

Accepted on February 24, 2017.

License information: This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.