

# DA ESPETACULARIZAÇÃO À SLOGANRIZAÇÃO DO POLÍTICO<sup>1</sup>

Roberto Baronas

Logo também o sol não brilhará de graça. E quando virá a privatização do ar que se respira? O resultado é previsível: nada funcionará mais, e ninguém poderá pagar. Nesse caso o capitalismo terá de fechar tanto a natureza como a sociedade humana por “escassez de rentabilidade” e abrir outra.

Robert Kurz

**RESUMO:** *Baseados em pressupostos teóricos e metodológicos da Análise do Discurso de orientação francesa, fortemente matizada com tons foucaultianos, apresentamos uma modesta análise do funcionamento discursivo da fala pública dos seis candidatos à presidência do Brasil, veiculada pelas emissoras de rádio e televisão brasileiras durante o primeiro e o segundo turnos das eleições 2002. Demonstramos como a mídia transforma o discurso político em um produto espetacularizado<sup>2</sup> e sloganizado, na medida em que o captura e o coloca na ordem “time is money”, desconsiderando inclusive as necessidades humanas mais elementares.*

**PALAVRAS-CHAVE:** *Língua; discurso; mídia; interpretação e política.*

---

<sup>1</sup> Uma versão bastante modificada deste texto foi publicada no Caderno Cartaz, Coluna Caleidoscópio do jornal *O Imparcial* de Araraquara, no dia 7 de setembro de 2002, p. 3.

<sup>2</sup> Como “bons ladrões de palavras”, tomamos este termo de empréstimo de Jean-Jacques Courtine (1990) quando este, ao analisar o discurso político americano e o francês, assevera que, na modernidade, esses discursos deslizam para uma espetacularização.

## 1. Palavras “primeiras”: a política do gracejo

O saber político, desde a sua formação na Antigüidade Clássica até os dias atuais, vem passando por diversas transformações. Elas definiram em termos foucaultianos “o que pôde tornar-se objeto de enunciação, as formas que tal enunciação pôde tomar, os conceitos que se encontraram empregados e as escolhas estratégicas que aí operaram”. Ou seja, são esses *a priori* históricos que condicionam aquilo que pode e deve ser dito no saber político de uma determinada época. Trata-se de um conjunto de condições históricas de possibilidade que legitimam os saberes de uma época. Foram essas condições que deslegitimaram o poder despótico entre os gregos e os romanos e legitimaram um saber político no qual, segundo Marilena Chauí (1990, p. 375-6):

[...] separou-se a autoridade pessoal privada do chefe de família – senhorio patriarcal e patrimonial – e poder pessoal público, pertencente à coletividade; separou-se autoridade militar e poder civil, subordinando a primeira ao segundo; separou-se autoridade mágico-religiosa e poder temporal laico, impedindo a divinização dos governantes; criou-se a idéia e a prática da lei como expressão de uma vontade coletiva e pública definidora dos direitos e deveres para todos os cidadãos, impedindo que fosse confundida com a vontade pessoal do governante; criou-se instituições para a aplicação das leis e garantia dos direitos e criou-se a instituição do erário público.

Com a irrupção da mídia moderna, alguns dos princípios norteadores do saber político clássico sofreram uma nova reconfiguração, ou um deslizamento em termos discursivos. Assim, espraia-se a não-identificação entre autoridade pessoal privada e o poder pessoal público do governante, o debate de idéias a partir de uma retórica artesanalmente trabalhada e a separação entre a autoridade mágico-religiosa e poder temporal laico, o que impedia a divinização dos governantes.

Desse modo, cada movimento do corpo, cada gesto, cada olhar, cada fala do homem público é aprisionada pelo *olhar-leitor-mercado* da mídia, espetacularizada e sloganizada. O dispositivo que permite essa vigilância surda, minunciosa converteu, desse modo,

[...] a vida privada em uma superfície de leitura: o corpo social tornou-se um texto e o corpo de cada sujeito, um sinal em que uma leitura ortopédica atenta espreita os desvios mais sutis: a escapulidade de uma palavra, a sombra de uma dúvida, a passagem de um problema, a bruma de uma emoção.<sup>3</sup> (Courtine, 1990)

A charge abaixo veiculada pela *Folha Online*, no dia 22 de setembro de 2002, fornece um bom exemplo prático do que estamos enunciando:



Do gosto literário, culinário, passando pelas preferências sexuais, às falas. Nada, nem ninguém escapa desse olhar midiático invisível e onividente que controla a todos contínua e meticulosa-

<sup>3</sup> Jean-Jacques Courtine atualmente é professor na Universidade do Sul da Califórnia, em Santa Bárbara, Estados Unidos. Seus trabalhos são consagrados à análise do discurso político e à história das mentalidades. Participou ativamente do grupo de Análise do Discurso fundado por Michel Pêcheux; é autor junto com Claudine Haroche de *História do rosto: exprimir e calar suas emoções* (do século XVI ao início do século XIX). Trad. Ana Moura. Lisboa: Teorema, 1988.

mente, que espia e detalha cada um de nós. O que era privado torna-se público e o que era público torna-se privado. É a máquina panóptica de Jeremi Bentham, modernizada nos mais diversos suportes midiáticos, transformando a tudo e a todos em mercadoria/*reality show* e, com isso, gerenciando, produzindo as identidades dos indivíduos. A esse respeito deixemos Courtine (1990) enunciar:

Uma das conseqüências mais marcantes do desenvolvimento de uma tecnologia da comunicação política terá sido a de modificar a relação entre enunciação do discurso e espetáculo do corpo falante, em proveito deste último. Mutaçao do *homo politicus*: tudo se passa como se, ao ler o comentário contínuo que acompanha as menores vibrações do show midiático, o corpo do orador, durante muito tempo mudo, passasse de repente a falar. As técnicas audiovisuais de comunicação política promoveram toda uma pedagogia do gesto, do rosto, da expressão. Elas fizeram do corpo um objeto-farol, um recurso central da representação política. É como se passasse de uma política do texto, veículo de idéias, para uma política da aparência, geradora de emoções.

Nesse novo tipo de espetáculo midiático, o pudor, a discrição e a distância do homem político sofrem um deslizamento, e o que importa é construir o simulacro<sup>4</sup> de um homem público que esteja o mais próximo possível de nós. Um indivíduo que, por exemplo, chore durante o velório de um grande líder espiritual, que ria quando alguém lhe conta uma piada, que se emocione quando a seleção nacional de futebol vence a copa do mundo e desfila em carro aberto pelas principais cidades do país, que abra sua casa e fale de sua infância, seus brinquedos e brincadeiras preferidas, de suas manias. O verdadeiro da época em política nos dias atuais é a retoma-

---

<sup>4</sup> Estamos tomando aqui a noção de simulacro de Deleuze (1974), "o simulacro é uma cópia de cópia, um ícone infinitamente degradado, uma semelhança infinitamente afrouxada [...] A cópia é uma imagem dotada de semelhança, o simulacro, uma imagem sem semelhança".

da de algo que estava tão presente na idade média, “a proeminência da pessoa do rei/príncipe na condução do reino e a correlação entre o governo de si e o governo da organização social”. Em outros termos, a casa do homem público passa a ser ressignificada pela mídia com uma espécie de microgoverno.

Contudo, essa identificação entre o lar do homem público e o governo, entre o público e o privado, não deverá ser total, pois enquanto o “indivíduo comum” se mostra incapaz de resolver os grandes problemas nacionais, o político deverá se mostrar forte o bastante para solucionar ou apresentar soluções quase que imediatas para os problemas que afligem a grande maioria da população.

Assim, embora o político se auto-represente como um de nós – emotivo, passional, algumas vezes inclusive com uma modalidade enunciativa próxima da nossa, o que produz um efeito discursivo específico, o qual J-L Houbedine (1974) denominou de relação especular, que contribui ainda mais para a criação da imagem de “um homem do povo, entidade singular que se investe de um valor tão mais insigne, de modo que cada um se torna, por assim dizer, a sua garantia universal, na medida mesmo em que nesta entidade atua o efeito de uma repressão que se repete em cada um” – ele é o único capaz de salvar as pessoas no mundo terreno. Há aqui textualizado no político, o que Michel Foucault (1995, p. 237-8) denomina de Poder Pastoral:

Ele [o poder pastoral] não é simplesmente uma forma de poder que ordena; deve também estar pronto a sacrificar-se pela vida e salvação do rebanho. Nisto, distingue-se, portanto, do poder do soberano que exige um sacrifício da parte dos seus sujeitos a fim de salvar o trono. É uma forma de poder que não se preocupa apenas com o conjunto da comunidade, mas com cada indivíduo particular, durante toda a sua vida. Enfim, esta forma de poder não se pode exercer sem conhecer o que se passa na cabeça das pessoas, sem explorar as suas almas, sem as forçar a revelar os seus segredos mais íntimos. Implica um conhecimento da consciência e uma aptidão para a diri-

gir. Esta forma de poder é orientada para a salvação. Ela é oblativa (por oposição ao princípio da soberania) e individualizante (por oposição ao poder jurídico). Ela é coextensiva à vida e no seu prolongamento; ela está ligada a uma produção de verdade – a verdade do indivíduo sobre ele mesmo.

Trata-se de um biopoder, um poder cujo fundamento é o de disciplinar ao máximo a vida dos sujeitos, no qual os indivíduos são controlados e vigiados na sociedade, não somente por meio da consciência ou da ideologia, o que resultaria numa espécie de sujeição do sujeito, mas também no corpo e com o corpo pelo biopoder, o que produz um sujeito disciplinarizado, inscrito em determinados padrões, definidos pela sociedade como válidos.

Para a sociedade capitalista, a biopolítica é o que mais importa, o biológico, o somático, o físico” (Foucault, 2000, p. 210). Ou seja, a sociedade do controle desenvolve modernas tecnologias de poder cujo foco é a vida, “um poder destinado a produzir forças, a fazê-las crescer e a ordená-las mais do que barrá-las, dobrá-las ou detruí-las” (Foucault, 1979, p. 128). Desde o seu nascimento, por meio de práticas sociais de controle e de vigilância, é impresso no indivíduo um código de conduta moral e penal que o torne uma pessoa perfeita: sadia, crente, dócil, íntegra, sensata, bem comportada, infatigável.

Dessa forma, a partir de *uma auto-celebração do eu*, nos termos de Rouanet (2002), há por parte da mídia um processo de *sacralização profana* do político, uma vez que, se ele é um de nós, está suscetível às mesmas imperfeições – chorar, rir, xingar, ridicularizar o outro, etc.

Serra é um chorão. Ele quer o bônus da máquina fazendo campanha pra ele, mas não quer o ônus de ser o candidato do governo; A maior parte das coisas que você diz é mentira. Você é um especialista nisso; Isso é o que dá colocar alguém que não entende no ministério da saúde. O Serra acha que eu ia acabar com a dengue vacinando mosquito. Os senhores pro-

duziram onze milhões de desempregados. Por que se deve acreditar que vão criar emprego agora?<sup>5</sup>

Há, contudo, uma idolatrização do político. Ele é o novo messias, o único capaz de salvar as pessoas no mundo terreno. É ele quem tem o poder de assegurar aqui em baixo a salvação prometida por Deus lá em cima. É ele, nos termos de Guilhaumou, o único responsável por realizar as demandas e salvar seu povo. Desse modo, a palavra salvação recobre diversos sentidos, pois é sinônimo de alimentação, emprego, segurança, saúde, educação, habitação, transporte coletivo e, mais modernamente, de cidadania.

A fotografia abaixo,<sup>6</sup> veiculada pelo jornal *Folha de S. Paulo*, no dia 3 de novembro de 2002, como uma das manchetes de capa, comenta bem o que enunciamos anteriormente.



<sup>5</sup> Todos esses enunciados foram ditos pelos então candidatos Luís Inácio da Silva; Ciro Gomes; Antony Garotinho e Ciro Gomes novamente, durante o debate veiculado pela Rede Record de Televisão no dia 5 de setembro de 2002.

<sup>6</sup> Logo abaixo desta fotografia, podia-se ler o seguinte enunciado: *'São' Lula. Maria Amélia Olivatti, que vê no presidente eleito um enviado de Deus, reza em altar com sua foto; para o sociólogo José de Souza Martins, ele tem "origens messiânicas", ligadas à influência da igreja católica no operariado.*

## 2. Textualização do político: sazonalidade e a língua de madeira<sup>7</sup>

Parece-nos que uma das principais características do sujeito ocidental da modernidade, ou da pós-modernidade para alguns, é buscar continuamente *se sentir de sua época*. Cotidianamente, nos deixamos levar pelas mais diversas *senhas lingüísticas, vestimentares, alimentares, musicais, profissionais, religiosas, políticas, etc.* Um bom exemplo prático do que estamos enunciando são os programas *teleinvasivos*, pois basta uma emissora de televisão como a Globo estrear uma novela que conta a saga dos imigrantes italianos, vindos para o Brasil no final do século XIX e início do século XX, para milhões de brasileiros das mais diferentes classes sociais e idades passarem, por exemplo, a reproduzir mnemonicamente o *italianês* dos atores e atrizes globais. Ou reproduzir o enunciado *faiz parti* do Big Brother Cléber/Bambam. Terminados os programas, depois de algumas semanas, essas senhas já fazem parte do passado. É como se, nos dias atuais, a efemeridade fosse um macroprincípio que norteasse todas as nossas ações e sentimentos. Vivemos hoje num mundo ocidental em que, como diz o bom e velho Marx: *tudo o que é sólido se desmancha no ar*.

Nos termos de Landowski (2002, p. 93) temos uma necessidade quase fisiológica de *mudar de pele ... a cada primavera*. Essa *espera do novo*, esse *desejo subjetivo de transformação* é extremamente aceito pela publicidade e por extensão pelo público consumidor. Bas-

---

<sup>7</sup> Esta expressão Michel Pêcheux (1980) toma de empréstimo de Régis Débray, quando este ao analisar como o poder feudal se utiliza de determinadas estratégias para alargar ainda mais o “fosso entre os senhores feudais, o clero e a multidão dos laicos”, nos diz que “as necessidades da administração reestabelecem o uso da escrita. O latim é restaurado como instrumento de comunicação ‘internacional’, comum à Igreja e à chancelaria. Os reis e os príncipes serão os únicos com os clérigos, que poderão aprendê-lo. As falas vernaculares se convertem em ‘línguas vulgares’, que abandonadas ao povo, demarcam dirigentes e dirigidos. O latim seria assim a ‘língua de madeira’ da ideologia feudal, realizando ao mesmo tempo a comunicação e a não-comunicação”. (Grifos nossos)



ta que nos lembremos, por exemplo, do estrondoso e meteórico sucesso das músicas do grupo *Mamonas Assassinas* e/ou das do cantor *Tiririca*. Não é aleatório que a grande maioria das empresas vêm investido pesado em estratégias de *marketing* que produzam a *fidelização* de seus produtos e serviços junto aos consumidores.

No entanto, no tocante à moda e por extensão à política,  *muito diferente do mundo da arte, literatura e da publicidade*, essa mudança não se confunde com um novo de vanguarda, que rompe completamente com o que se tem até então. Ela deverá de alguma maneira estar *próxima presente*, preservar alguma coisa de tradicional, mas sem reproduzi-la completamente e nem estar *muito adiante de seu tempo*, por exemplo, uma calça jeans com o cós rebaixado, tão utilizada ultimamente pelo público feminino. Esse tipo de vestuário, ao mesmo tempo em que mantém uma certa tradição das calças jeans, inova em alguns detalhes, contudo sem chegar a ser vanguardista.

Por mais paradoxal que possa parecer, esse imperativo por mudanças produz identidades. *Aderir a elas* não significa *morrer um pouco* num processo em que perderíamos uma parte de nós mesmos, mas exatamente o contrário, uma vez que essa adesão se constitui numa das formas *mais elementares* de afirmarmos a nossa existência, *tanto ao olhar de nós mesmos como diante de outrem*. São as mudanças que nos proporcionam o *gosto de viver*, justamente porque são elas que nos *convidam a viver uma outra vida, uma vida nova*.

Diante dessas observações empíricas, é possível postular que uma das características da dinâmica do político na modernidade é o seu caráter de sazonalidade, isto é, o verdadeiro da época em política *impõe a intervalos regulares certas mudanças, justificando seja a volta ao poder de forças que foram precedentemente expulsas, seja a aparição de homens novos e de uma linguagem diferente, seja, simplesmente, a definição de uma outra política* (Landowski, 2002, p. 92). A volta ao senado de Antonio Carlos Magalhães, a de José Roberto

Arruda, a de Jader Barbalho para a câmara dos deputados e a futura estréia de Blairo Maggi no governo de Mato Grosso, evidenciam o acima enunciado.

Pelas lentes e ondas sonoras da mídia, não mais direita e nem esquerda como outrora, não mais o moderno e o retrógrado como até bem pouco tempo atrás, mas o simulacro do candidato que sabe e o do que não sabe fazer nos dias atuais. Haja vista o reiterado uso do *slogan* “o mais experiente”, tanto nas eleições presidenciais quanto das estaduais. Assim, o sentido não se constitui meramente como tradução de dados da realidade, mas principalmente “no poder do qual queremos nos apoderar”. Com efeito, “por mais que aparentemente o discurso seja bem pouca coisa”, estamos o tempo todo lutando pelo direito produzir sentidos. O discurso “serve para comunicar e para não-comunicar” (Pêcheux), pois é a um só tempo um objeto simbólico e político. Simbólico no sentido de que ele não é uma etiqueta que representa um determinado objeto cuja a ordenação, categorização, interpretação preexistem à significação, e político no sentido de que é uma luta pelo poder, “afrontamento, relação de força, situação estratégica. Não é um lugar, que se ocupa, nem um objeto, que se possui. Ele se exerce, se disputa”. (Machado, 1999). Essa nova dimensão sazonal/efêmera do político se textualiza com base numa nova estrutura lingüística, constituída a partir de fórmulas e jargões “a língua de madeira”.

A longa retórica dos discursos políticos tradicionais, a bela eloquência artesanalmente talhada e ornamentada pelos oradores com o objetivo de convencer e/ou persuadir seu auditório, é sumariamente banida por essa lacônica, impessoal “língua de madeira”, ou pelo efeito Enéas, em nossos termos, produto do pragmatismo da vida moderna: uma espécie de língua breve, básica, vazia, um *flash* enunciativo com gramática e semântica próprias, *palavras congeladas que perdem seu sentido de tanto serem repetidas*, “realizando ao mesmo tempo a comunicação e a não-comunicação”, visto que *cada candidato apresentou seu programa como um diagnóstico*

*que oculta as limitações do paciente, as tensões das crises externas e o desenho das forças políticas responsáveis pela governabilidade (Rouanet, 2002). Chegou a hora Brasil. Agora é Lula; Com José Serra é assim, dito e feito; A diferença é que Ciro sabe como fazer; Quem foi o melhor governador, vai ser o melhor presidente; Contra burguês, vote 16 e Quem bate cartão não vota em patrão...*

Transformada em ferramenta pela mídia, essa nefasta “língua de madeira”,<sup>8</sup> tal qual uma imagem, não permite o diálogo, a réplica, pois “ela não tem alhures; não podemos aplicar-lhe uma transformação negativa ou interrogativa”, isto é, ao ser textualizada, essa língua constrói um discurso auto-protetor, não oferecendo margens à interpretação e sim somente à repetição. Desse modo, “ao repetir o que todos sabem, permite calar o que cada um entende sem o confessar” (Pêcheux, 1982). Será que finalmente a religião do sentido único conseguiu o direito de perenizar a sua cidadania, possibilitando a emergência de uma espécie de ortopedia da leitura, tendendo a formar uma prótese para um pensamento político deficiente?

Qual a explicação para essa lacunaridade discursiva auto-protetora, para esse vazio discursivo do político? Falta de propostas dos candidatos? Falta de tempo dos eleitores? Pensamos que a resposta não seja tão simples assim. Apostamos as nossas fichas numa outra bem mais complexa. Vivemos no momento da “administração das coisas”, no qual todas as nossas práticas, discursivas ou não, são racionalizadas, colocadas sob a égide da “forma-dinheiro” e ligadas às leis fetichistas da produção de mercadorias. Assim, cada fala pública dos candidatos veiculada pela mídia é rigorosamente calculada e fetichizada, como qualquer outra mercadoria para o mercado.

---

<sup>8</sup> Embora a “língua de madeira” e a “língua de vento” tenham uma sintaxe bastante semelhante, elas se diferem discursivamente, pois enquanto a segunda “evoca aparentemente o discurso do sem propósito, do qualquer coisa” (Débray, 1978), a primeira se nutre do discurso político com o propósito de estabelecer-lhe uma conduta interpretativa.

Embora o tempo no ar de cada postulante ao cargo de presidente da república seja proporcional à representação de sua formação no congresso, os candidatos aparecem meteoricamente nos microfones e nas telas, visto que cada segundo no ar equivale a milhares de reais que a Receita Federal deixa de arrecadar das emissoras de rádio e televisão, subvencionadas pelo poder público. Eles oferecem seus discursos, porções enunciativas lacunares, intercaladas por imagens ou *jingles* que reforçam ainda mais sua brevidade, seus nomes se transformam em marcas, que são reescritas em números, ousaria dizer que é o nome do número que equivale a uma marca: 13; 45; 23; 40; 16; 29, tal qual um garoto ou uma garota propaganda vendendo a possibilidade de um acesso não a um bem de consumo, mas a um valor socialmente aceito: *Cada real gerado, um emprego criado; A mudança se chama emprego; Mudar pra melhor; Fé no Brasil, fé na vitória pra mudar nossa história...*

Diante desses *flashes* enunciativos não precisamos nem ser estudiosos da linguagem para perguntar: emprego para quem? mudar a história de quem? melhor para quem? quando? onde?, e assim por diante. Contudo, antes mesmo que pudéssemos nos dar conta desses vazios de sentido, essa *memória sem memória* toma conta de nossa memória. Como sair dessa lacunaridade discursiva auto-protetora e debater propostas reais, concretas? Não há tempo para dizer, pois o tempo midiático é cronometrado monetariamente e essa ordem discursiva não permite a tensividade.

A charge abaixo também veiculada *Folha Online*, no dia 22 de setembro de 2002, exemplifica bem o anteriormente exposto:



### 3. (In)conclusões preliminares

À guisa de conclusão, diríamos que quando trouxemos as charges e a fotografia acima não o fizemos somente com o desejo de evidenciar com o texto imagético o que havíamos hipotetizado com o texto verbal, mostrando que essas imagens estariam numa relação de contigüidade com a sloganrização e a espetacularização do discurso político. Na verdade, trouxemos as imagens justamente para tentar compreender na modernidade *a influência do efêmero* sobre o indivíduo, discutindo a responsabilidade dos suportes midiáticos no tocante aos deslizamentos que o discurso político vem sofrendo atualmente, ou seja, procuramos refletir um pouco mais acuradamente como as *evanescências midiáticas deixam suas marcas* nos indivíduos (Certeau, 1973).

Parece-nos que a mídia, ao produzir esses gêneros discursivos e coloca-los em circulação, se por um lado colabora para uma contestação da ordem estabelecida, criticando os maus políticos, por exemplo, por outro contribui decisivamente para a ridicularização do discurso político. Desse modo, ao verificarmos como a mídia, “por sua dimensão emocional e espetacular”, nos termos de Bonna-fous, desenvolve sutis mecanismos de interdição de sentidos, em-

balsamando as várias possibilidades de interpretação de um determinado gênero discursivo. Não estamos querendo panfletar, mas evidenciar, como diz Pêcheux (1994), o risco da perenização de *um policiamento dos enunciados, de uma normalização asséptica da leitura e do pensamento, e de um apagamento seletivo da memória histórica*.

**RÉSUMÉ:** *Dans ce texte, basée dans les présupposés théoriques et méthodologiques de l'Analyse du Discours d'orientation française, fortement nuancée pour tons foucaultianos, a partir d'une modeste analyse du fonctionnement de la parole publique des six candidates au gouvernement du Brésil, transmettrée pour les stations radiophoniques et télévisions brésiliennes, pendant le premier et le deuxième tour des élections 2002, nous affirmons que le discours politique au être capturée pour la mídia et, pour cet raison mettrée dans l'ordre du time is money qui ne donne pas trêve quand même aux nécessités humaines plus élémentaires, si a transformé dans un produit spectaclarisée et sloganisée.*

**MOTS-CLÉS:** *Langue; discours; mídia; interpretation et politique.*

## BIBLIOGRAFIA

- BONNAFOUS, Simone. (2002 (no prelo)) Sobre o bom uso da derrisão. In: GREGOLIN, M. R. *Mídia & política: a cultura como espetáculo*. São Carlos: Claraluz Editora.
- CERTEAU, Michel de. (1973) *L'absent de l'histoire*. Paris: Mame.
- COURTINE, JEAN-JACQUES. (1981) Análise do discurso político: a propósito do discurso comunista dirigido aos cristãos. *Revista Langages* 62. (Tradução provisória Sírio Possenti, circulação restrita)
- \_\_\_\_\_. (2002 (no prelo)) Os deslizamentos do espetáculo político. In: GREGOLIN, M. R. *Mídia & política: a cultura como espetáculo*. São Carlos: Claraluz Editora.

- CHAUÍ, Marilena. (1995) *Convite à filosofia*. 5.ed. São Paulo: Ática.
- FOLHA ONLINE. *Galeria de imagens*. Charges veiculadas no dia 22.9.2002.
- FOLHA DE S.PAULO. *Manchete de capa*. Fotografia veiculada no dia 3.11.2002.
- FOUCAULT, Michel. (1979) *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal.
- \_\_\_\_\_. (1995) *A arqueologia do saber*. 4.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- \_\_\_\_\_. (1995) O sujeito e o poder. In: DREYFUS, Hubert; RABINOW, Paul. *Foucault uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- \_\_\_\_\_. (2000) *A ordem do discurso*. 8.ed. São Paulo: Edições Loyola.
- FRANÇA, Susani Silveira Lemos. (2002) O espelho dos príncipes. Revista Eletrônica *Trópico*.
- GADET, F.; HAK, T. (1993) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. 2.ed. Campinas: Editora da Unicamp.
- HOUBEDINE, J-L. (1974) Quelques questions d'aujourd'hui à propos de la phrase démocratique. *Psychanalyse ey Sémiotique, Actes du colloque de Milan*.
- LANDOWSKY, Eric. (2002) *Presenças do outro: ensaios de sociosemiótica*. São Paulo: Perspectiva.
- MACHADO, Roberto. (1979) Por uma genealogia do poder. In: FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal.
- MALDIDIER, Denise. (1990) *L'inquietude du discours: textes de Michel Pêcheux*. Editions des Cendres. (Tradução provisória Maria do Rosário Gregolin, circulação restrita)
- PÊCHEUX, Michel. (1982) Delimitações, inversões e deslocamentos. *CADERNOS de Estudos Lingüísticos da Unicamp*.
- \_\_\_\_\_. (1990) Leitura e memória: projeto de pesquisa. In: MALDIDIER, Denise. *L'inquietude du discours: textes de Michel Pêcheux*. Editions des Cendres. (Tradução provisória Maria do Rosário Gregolin, circulação restrita)
- \_\_\_\_\_. (1994) Ler o arquivo hoje. In: ORLANDI, ENI. *Gestos de leitura: da história no discurso*. Campinas: Editora da Unicamp.
- \_\_\_\_\_. (1997) *O discurso: estrutura ou acontecimento*. 2.ed. Campinas: Pontes.
- ROUANET, Sérgio Paulo. O retorno do mesmo. *Folha de S. Paulo*, 22 de setembro de 2002. Caderno *Mais!*