

SANTOS, A. G. P. **Das movências do sentido à construção de imagem na política:** uma análise das estratégias discursivas da mídia na eleição presidencial americana de 2008. 2010. 248 f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Letras) - Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Pau dos Ferros, 2010.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo investigar como é construída a imagem do candidato Barack Obama, atentando para os mecanismos que são partícipes desta construção e para a discursivização da política pela mídia no período eleitoral da campanha presidencial americana de 2008. O processo de construção de imagem social é considerado nesse contexto como uma operação discursiva que a mídia empreende em função de um imperioso trabalho de produção de dizibilidades que asseguram a transformação do evento histórico em acontecimento discursivo.

Fundamentada na teoria da Análise do Discurso de linha francesa, essa pesquisa se efetiva a partir dos estudos de Michel Pêcheux, Michel Foucault, Jaques Courtine e, ao voltar-se para o trabalho com a ação discursiva da mídia no que diz respeito à produção do espetáculo político, envolve ainda os trabalhos de Wilson Gomes, Mayra Gomes e Guy Debord. Trabalhando com o arquivo das dizibilidades sobre o candidato Obama durante a campanha política de 2008 nos Estados Unidos e, portanto, com a noção de arquivo, são analisados, além de outras materialidades que circularam na mídia em função desse acontecimento, artigos do jornal Folha de São Paulo e The New York Times. Os efeitos de sentido construídos nessas materialidades comprovam que a imagem de Obama foi construída a partir das estratégias da mídia que o discursivizaram, trazendo-o a visibilidade pública como o messias, como um super-herói. Dessa forma, asseguraram sua permanência na mídia do contexto de crise econômico-financeira mundial. As práticas discursivas da mídia oportunizaram a edificação do acontecimento da eleição presidencial americana e garantiram a produção do espetáculo político em função do controle dos dizeres e da manifestação de poder na ordem do discurso.

Palavras-chave: Discurso, Acontecimento, Poder, Imagem, Mídia.