



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGÜÍSTICA
MESTRADO EM LINGÜÍSTICA

MAGNAY ERICK CAVALCANTE SOARES

**ESPETACULARIZAÇÃO E ARGUMENTAÇÃO: RECURSOS DE
PERSUASÃO EM CAPA DE REVISTA INFORMATIVA [2001 – 2010]**

João Pessoa

Abril/2012

**ESPETACULARIZAÇÃO E ARGUMENTAÇÃO: RECURSOS DE
PERSUASÃO EM CAPA DE REVISTA INFORMATIVA [2001 – 2010]**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística – PROLING do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba / Campus I – João Pessoa, Paraíba, para efeito de obtenção do título de Mestre em Teoria e Análise Linguística.

Mestrando: Magnay Erick Cavalcante Soares

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Ana Cristina de Sousa Aldrigue (UFPB)

Coorientador: Prof. Dr. Onireves Monteiro de Castro (UFCG)

JOÃO PESSOA, 2012

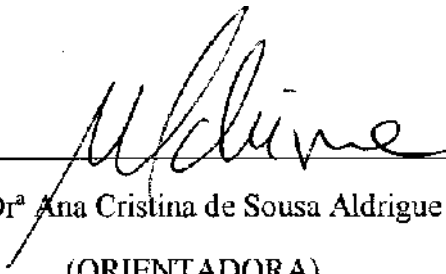
S676e Soares, Magnay Erick Cavalcante.
Espetacularização e argumentação: recursos de
persuasão em capa de revista informativa [2001-2010] /
Magnay Erick Cavalcante Soares.-- João Pessoa, 2012.
136f. : il.
Orientadores: Ana Cristina de Sousa Aldrigue,
Onireves Monteiro de Castro
Dissertação (Mestrado) – UFPB/PROLING
1. Linguística. 2. Mídia impressa. 3. Recursos
argumentativos. 4. Espetacularização. 5. Persuasão.

UFPB/BC

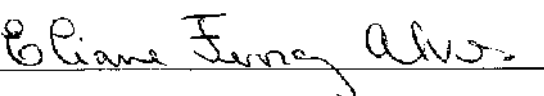
CDU: 801(043)

BANCA EXAMINADORA

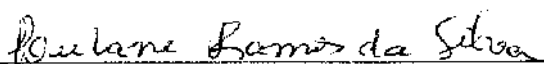
MEMBROS DA BANCA:



Prof^ª Dr^ª Ana Cristina de Sousa Aldrigue
(ORIENTADORA)



Profa. Dra. Eliane Ferraz Alves



Profa. Dra. Leilane da Silva Ramos

SUPLENTE:

Profa. Dra. Alvanira de Lucia Barros

Prof. Dr. Jorgevaldo de Souza Silva

João Pessoa – PB, 09 de Abril de 2012

Dedico este trabalho a todos aqueles que participaram e/ou ainda participam de minha caminhada na busca pelo conhecimento que me auxiliie a manter acesa a luz da vida, tornando-me melhor a cada dia que passa.

AGRADECIMENTOS

A DEUS, que na sua infinita bondade e misericórdia nos perdoa os deslizes tantas vezes cometidos ao longo da vida, sem jamais nos abandonar.

Aos meus amados pais, por me terem ensinado o valor do conhecimento e por nunca terem poupado esforços para que seus filhos fossem o mais longe possível nos estudos. Serei eternamente grato pelas palavras de carinho, compreensão e estímulo que me impulsionaram a prosseguir naqueles momentos em que fraquejei e tive vontade de desistir.

À minha amada esposa e à minha filha que pacientemente suportaram muitos de meus momentos de instabilidade emocional e de ausência em função dos estudos. Os seus gestos de carinho, amor e estímulo só me fizeram amar vocês cada vez mais.

Aos meus irmãos com quem, na infância, adolescência e fase adulta, compartilhei aqueles momentos de aprendizagem maior relacionados à arte de viver.

Aos amigos(a) de ensino fundamental, médio, graduação e pós-graduação que me ensinaram o valor de olhar e perceber as pessoas além da superficialidade.

Ao amigo, primo e irmão Emanuel e família pelo suporte em João Pessoa para que esse sonho se tornasse realidade.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, por me proporcionar a oportunidade de participar do programa de bolsas de mestrado.

Um agradecimento especial à professora Ana Aldrigue e ao professor Onireves Castro que foram mais que mestres orientadores em meu trabalho, mas amigos que aprendi a respeitar e a admirar pelo caráter e honestidade.

E, finalmente, a todos aqueles que fazem o Programa de Pós-Graduação em Linguística – PROLING, aqui representados pela professora Regina Celi, meu muito obrigado por tudo.

“Somente com o coração nós podemos enxergar com clareza. O essencial é invisível aos olhos.”

(Saint-Exupéry)

RESUMO

Investigamos o processo discursivo de construção de sentido na Mídia Impressa através do uso de recursos argumentativos do tipo: polifonia, metáfora/metonímia e implícitos como recursos de persuasão na construção de uma imagem do Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva. O corpus de investigação sobre a qual nos debruçamos foi constituído por capas da revista VEJA selecionadas dentre as publicadas entre os anos de 2001 e 2010, cujo tema central e/ou transversal contempla a figura de Luiz Inácio Lula da Silva. Nossa pesquisa, portanto, foi de ordem documental, fundamentalmente qualitativa. Ancoramo-nos, teoricamente, nos postulados de Debord (1997) - para quem o espetáculo se dá pelo exagero que a mídia opera sobre determinada notícia; Angelim (2003) para uma abordagem da polifonia e dos implícitos enquanto recursos argumentativos em textos midiáticos; Ribeiro (2003) no que diz respeito às estratégias de sedução na mídia impressa; Guareschi (1987) na busca pela relação entre comunicação e poder; e Foucault (2008) - que acredita que não se tem o direito de dizer tudo, em qualquer circunstância. De igual modo, fizemos incursões diversas, quando necessário, em outros suportes da linha francesa de Análise de Discurso. As análises permitiram confirmar o papel importante das imagens e das cores no estímulo de emoções, atraindo o olhar, despertando os sentidos, e conduzindo o leitor ao pensamento. Observamos que o processo constitutivo de sentidos em capas de revistas, além de explorar fatos verdadeiros, parece imprimir importância figurativa, por vezes sensacionalista, sobre alguns acontecimentos muitas vezes irrelevantes ao contexto dos fatos, na tentativa de manipular a opinião pública.

PALAVRAS-CHAVE: Linguística, Mídia impressa, Recursos argumentativos, Espetacularização, Persuasão.

ABSTRACT

We propose to investigate the discursive process of constructing meaning in the Press Media through the use of argumentative features like: polyphony, implicit and metaphor as resources of persuasion in building an image of the Ex-President Luiz Inácio Lula da Silva. The *corpus* of research on which we concentrate consisted of covers of the magazine VEJA selected from those published between 2001 and 2010 whose central theme and / or transverse contemplates the figure of Luiz Inácio Lula da Silva. Our research is mainly qualitative. As a theoretical basis, we seek the postulates of Debord (1997) - for whom the show is through the media hype that operates on a particular news; Angelim (2003) for a discussion of polyphony and implicits as argumentative resources in media texts; Ribeiro (2003) with regard to the strategies of seduction in printed texts; Guareschi (1987) in search of the relationship between communication and power, and Foucault (2008) - who believes that one has no right to say anything, under any circumstances. When necessary, we will make several incursions in others supporters of the French line of Discourse Analysis. The analysis allows to confirm the important role of images and colors to stimulate emotions, attracting the eye, awakening the senses, and leading the reader to thinking. We observed that the constitutive process of meaning in the covers of magazines as well as explore the true facts, it seems important to print figurative, sometimes sensational, about some events often irrelevant to the context of the facts in an attempt to manipulate public opinion.

KEY-WORDS: Linguistic, Print Media, Argumentative Resources, Spectacularization, Persuasion.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. A NATUREZA DA LINGUAGEM	18
1.1 A Linguística a partir do séc. XIX	27
1.2 O princípio dialógico da linguagem	31
2. ANÁLISE DE DISCURSO: BREVE PERCURSO HISTÓRICO	36
2.1 Análise de discurso francesa: as três épocas	38
3. UM BREVE HISTÓRICO SOBRE A ORIGEM DA NOÇÃO DE GÊNERO .	49
3.1 A noção de gênero na perspectiva de Bakhtin	56
3.2 CAPA DE REVISTA INFORMATIVA: um gênero de segunda ordem	59
4. ESPETACULARIZAÇÃO E ARGUMENTAÇÃO COMO RECURSOS DE PERSUAÇÃO NA MÍDIA IMPRESSA	65
4.1 A argumentação no discurso midiático	68
4.1.1 Recursos argumentativos na mídia impressa: <i>polifonia, metáfora/metonímia e implícito</i>	72
5. ANÁLISE	
5.1 Objetivos	78
5.2 Metodologia	79
5.3 A Revista VEJA e seu modelo de reportagem	80
5.4 <i>Corpus</i> e análise	84
CONSIDERAÇÕES FINAIS	129
REFERÊNCIAS	134

INTRODUÇÃO

Nos estudos sobre a linguagem, as enunciações servem de palco para a manifestação plena das interações. De certo, é também correto afirmar que a interação reclama a presença de, ao menos, dois indivíduos que se orientam sobre um ou mais temas em um espaço social definido. A palavra é, por assim dizer, um veículo de mediação da interlocução formal entre os sujeitos que constroem sentidos no processo de interação verbal.

De acordo com a temática ou as referências especiais do tempo (história, memória, quadros temáticos, dentre outros), a ordem estabelecida na interação, em referência ao seu grupo social, aos laços sócio-ideológicos, varia e, assim, os sentidos se mesclam e se alteram na construção dos discursos.

Dessa forma, vivendo em uma sociedade cada vez mais imersa e dependente de recursos tecnológicos, percebemos, então, que a linguagem encontra novos caminhos a trilhar no universo da grande mídia. Contudo, essa aparente e natural dependência em relação aos recursos tecnológicos tem nos tornado, muitas vezes, insensíveis aos efeitos destes recursos em nossas vidas.

No entanto, alguns dos aspectos positivos que percebemos desse avanço tecnológico dizem respeito à: circulação e o acesso à informação com mais rapidez por todos; às oportunidades de conhecimento e instrução imediatas e, seguramente, a formação constitutiva

de opinião em função do acesso irrestrito à informação através dos mais diversos recursos audiovisuais disponíveis hoje em dia.

Assim, durante muito tempo, a imagem que se construiu sobre a grande mídia dizia respeito a um veículo de comunicação dirigido e produzido por profissionais comprometidos com a ética, a moral e os bons costumes sociais. No entanto, nessa área das comunicações sociais, especialmente na mídia impressa, trabalha-se muito com o poder de sedução da imagem e das cores que, quando bem elaboradas, podem transmitir de forma rápida e objetiva uma mensagem.

Basta um pouco de atenção para observar que já faz algum tempo, a sociedade parece estar sendo inundada por uma avalanche de notícias sensacionalistas, recheadas de exageros, produzidas por profissionais que exploram os mais diversos recursos visuais de que a mídia impressa dispõe (hoje em dia) e que parecem desconsiderar o bom senso e a capacidade do leitor de buscar outras fontes de informação, bem como de formular seus próprios julgamentos a partir dos fatos noticiados.

Tomamos aqui o termo *sensacionalista* por *espetacularização*, nos moldes de Debord (1997), processo pelo qual uma notícia é manipulada/revestida de adereços exagerados com o objetivo de provocar determinado efeito de sentido em seus destinatários/leitores.

É nesse contexto que nos propomos a investigar o processo discursivo de construção de sentido na Mídia Impressa, aqui representada pela revista **Veja**, através do uso de recursos argumentativos do tipo: polifonia, metáfora/metonímia e implícitos, manifestados no gênero

“CAPA DE REVISTA INFORMATIVA”, por via de seus elementos constitutivos (imagens, cores e textos), como recursos de persuasão na construção de uma imagem do Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Com o intuito de facilitar à compreensão, por parte do leitor, do percurso teórico/metodológico e analítico instaurado ao longo desta pesquisa, o texto foi organizado em cinco capítulos, distribuídos da seguinte forma:

- No ***Primeiro Capítulo*** é feita uma revisão teórica acerca da natureza constitutiva da linguagem desde os estudos gregos, passando pela instauração da Linguística enquanto ciência, a partir do séc. XIX com os estudos saussurianos, até chegar ao princípio bakhtiniano de linguagem como produto dialógico;
- Compreendida, pois a importância da linguagem para os estudos linguísticos modernos, adentramos no ***Capítulo Segundo*** em um breve percurso histórico sobre a Análise de Discurso de um modo mais geral, para em seguida apresentar, também de forma resumida, as três épocas da AD francesa, área a qual este trabalho se inscreve;
- Em se tratando de um trabalho que lança um olhar de análise sobre um dos produtos da grade mídia [a capa de revista informativa], no ***Capítulo Terceiro*** é conduzido um passeio sobre a origem da noção de Gênero, desde Aristóteles e Platão até chegarmos às noções bakhtinianas de Gêneros do Discurso, para assim poder compreender o gênero *capa de revista informativa* como um gênero de segunda ordem;
- Completando este processo de revisão teórica específica, de interesse para a definição das categorias de análises, o ***Capítulo Quarto*** traz para o leitor uma abordagem

pontual sobre o processo de espetacularização midiática resultante da utilização da polifonia, metáfora/metonímia e implícitos como recursos argumentativos operadores de persuasão na mídia impressa.

- A partir do *Capítulo Quinto*, compreendida a trajetória teórica pela qual nos guiamos, o leitor se debruçará sobre as análises realizadas em um conjunto de capas da revista Veja selecionadas dentre um universo maior de exemplares publicados entre os anos de 2001 e 2010.
- Por fim, na última sessão deste trabalho de dissertação estão registradas as impressões maiores a que chegamos em termos de *Considerações Finais* e apontados alguns caminhos que poderão ser trilhados a partir dos resultados que por hora aqui chegamos.

O nosso interesse se restringiu, portanto, às capas da Revista Veja que fizeram referência direta e/ou indireta ao ex-presidente, com o intento de verificar de que maneira a revista construía uma imagem sócio-ideológica da figura de Lula, ainda enquanto candidato à presidente e posteriormente já (re)eleito; quais os movimentos de sentido possíveis de serem apreendidos da leitura dessas capas, motivados pelos mecanismos discursivo-textuais operadores de espetacularização na mídia; e até que ponto a revista em questão corrobora para a manutenção de uma ideologia dominante, i.e., da ordem do discurso.

É dessa forma que considerando o intercâmbio e o processo de comunicação entre as sociedades e a maneira de utilização da língua (em função dos diversos tipos de enunciados) por uma comunidade no ato de interação cotidiana, e lembrando que cada comunidade linguística constrói um sistema específico quanto a estilo, escolha vocabular e composição de

seus discursos, podemos inferir que estudar as particularidades e especificidades, mesmo na ordem de um diálogo simples, de uma determinada língua, apresenta-se como uma tarefa complexa, uma vez que existem muitas formas de os gêneros se manifestarem e, desse modo, os elementos ideológicos se fazem presentes no discurso.

Essa pesquisa torna-se significativa para o leitor enquanto constituição de um estudo preliminar sobre como o sujeito do discurso da Revista **Veja** constrói, através da linguagem midiática, uma imagem sócio-ideológica de si e do Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva no seu discurso, de maneira a tentar persuadir o grupo de leitores, público alvo da revista, a concordarem com o posicionamento político e ideológico da linha editorial da revista e, com isso, criar a possibilidade de manipular uma parcela significativa da opinião pública com relação inicialmente à intenção de voto e, posteriormente, à aceitação e aprovação do governo Lula.

Acreditamos que um estudo dessa natureza, focalizando a grande mídia através da ótica de utilização da linguagem como ferramenta de comunicação, argumentação e persuasão associada a todos os outros mecanismos de espetacularização operantes na mídia, como tratados em Debord (1997), tem muito a contribuir para os estudos da linguagem compreendendo esta não somente como ferramenta de comunicação, mas, especialmente, de persuasão nos processos de interação que se instauram cotidianamente nos diversos grupos sociais, independente de classe ou nível social.

Imerso nesse universo contextual específico, ao leitor apresentamos o *problema* que nos serviu de motivação para o desenvolvimento desta pesquisa, bem como a *hipótese* que

levantamos de início e que ao longo do texto buscamos verificar no sentido de confirmar ou refutar:

a. Problema

Como se deu o processo de espetacularização operado pela Revista Veja na elaboração de capas que veiculam informações sobre a imagem do Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, ao longo de seus dois mandatos? Será que a materialidade discursiva presente nas capas da Revista Veja, no sentido da organização de imagens, cores e palavras, constituem instrumentos influenciadores da formação da opinião pública?

b. Hipótese

O avanço tecnológico que, por tanto tempo, serviu à grande mídia para alienar e, conseqüentemente, dominar uma parcela significativa da população através do tratamento e manipulação dos diversos recursos midiáticos disponíveis, tais como o tratamento de imagens, a combinação de cores e o jogo de palavras revestidas de polifonia, metáforas/metonímia e implícitos, a partir da década de 90, com a popularização e comercialização da internet, parece estar mudando de lado e começando a servir a outro “senhor”, uma parcela crescente da população, ávida por conhecimento que encontra, especialmente na *grande rede*, um universo de informação disposto em um espaço de perfil democrático, onde o conhecimento é construído de forma conjunta e dinâmica.

Essa mudança de contexto parece ter feito a grande mídia contemplar, ao longo dos últimos anos da pós-modernidade, uma diminuição gradativa de seu poder de formar, reformular e manipular a opinião pública no Brasil. Essa condição é facilmente constatada

através de pesquisas de intenção de voto desenvolvidas entre os anos de 2001 e 2010 por entidades como IBOPE e DATAFOLHA e registradas no Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Nesse sentido, observa-se, por exemplo, que apesar das investidas constantes da linha editorial da revista *Veja*, associando a imagem do Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva aos escândalos políticos de seu governo, esta não obteve como resultado a diminuição, de forma significativa, da popularidade do Presidente da República durante os dois mandatos em que esteve no comando do Brasil.

Tomaremos como ancoragem teórica básica os postulados de Debord (1997) - para quem o espetáculo se dá pelo exagero que a mídia opera sobre determinada notícia; Souza (2008), que postula ser o discurso um importante canal de transmissão de um sistema ideológico, que através da utilização e manutenção de recursos argumentativos diversos busca persuadir um determinado público alvo; Angelim (2003), onde a polifonia e os implícitos são abordados enquanto recursos argumentativos em textos midiáticos; Ribeiro (2003), por um olhar sobre as estratégias de sedução na mídia impressa; Guareschi (1987), na busca pela relação entre comunicação e poder; Lakoff e Johson (2003), acerca do conceito de metáfora enquanto uma figura de linguagem considerada parte constitutiva da vida cotidiana, sendo através desta que representamos e compreendemos o mundo; e Foucault (2008) – que acredita que não se tem o direito de dizer tudo, em qualquer circunstância.

Por fim, em função das dimensões desta pesquisa, quando julgamos necessário, fazemos incursões em outros campos do saber, considerados interdisciplinares para o objeto com o qual trabalhamos, com o intuito de complementar o nosso dizer.

Convidamos, assim, o leitor a se aventurar pelos capítulos que constituem este trabalho de dissertação para, quem sabe, ampliar sua compreensão acerca dos operadores discursivos de persuasão, deixando em aberto, é claro, a possibilidade deste se sentir a vontade para concordar e/ou discordar a qualquer momento do que por hora aqui apresentamos como nossa visão sobre o assunto.

Colocamos de igual modo, a inteira disposição, a qualquer momento, para dialogar sobre o assunto, fornecer e/ou trocar informações/impressões que emergirem a partir deste estudo dissertativo.

1. A NATUREZA DA LINGUAGEM

Em função da complexidade da materialidade com a qual trabalhamos – a linguagem – , e para uma compreensão mais ampla dos que nos propomos investigar, julgamos pertinente apresentar ao leitor um breve percurso do surgimento e evolução da linguagem, partindo de um ponto de vista mais geral, de natureza antropológica (FISCHER, 2009), para, em seguida, apresentar algumas contribuições da abordagem filosófica da linguagem (PEREIRA, 2008; BAKHTIN [VOLOCHINOV], 1979; WITTGENSTEIN, 1968) para a Linguística contemporânea.

Com este capítulo, portanto, esperamos levar o leitor a compreender melhor o surgimento dos processos discursivos de formação de sentido na linguagem, historicamente constituídos desde as primeiras manifestações da linguagem humana até o surgimento da escrita e de seus mecanismos argumentativos operadores de persuasão que hoje se fazem tão presentes nos produtos da grande mídia.

A linguagem é a marca dos primeiros registros do homem na Terra. E, como que seguindo um princípio evolutivo, até os dias de hoje, o conceito de linguagem recebeu diversas denominações e, certamente, engloba uma série de novos parâmetros que vão além da linguagem verbal humana como conhecemos.

Devido à complexidade do ecossistema do qual fazemos parte, hoje é fato a constatação de que não existe apenas um único tipo de linguagem. Há uma crescente bifurcação de procedimentos e inerências contextuais que parecem estabelecer que “cada tipo

de linguagem usada na natureza difere entre si [...]” (FISCHER, 2009, p.11), em função das habilidades comunicativas de cada espécie, o que de certa forma, dificulta a tarefa de adoção de um conceito universal para definir a linguagem.

Partamos, portanto, de uma definição mais simples (FISCHER, op. cit.), na tentativa de reunir as características comuns a todos os tipos de linguagem já registrados. Tomemos, a princípio, o termo linguagem como mecanismo de troca de informações de quaisquer espécies entre membros de mesma esfera biossocial. Desse ponto de vista, a linguagem congrega “[...] expressões faciais, gestos, posturas, assobios, sinais de mão, escrita, linguagem matemática, linguagem de programação (ou de computadores) [...]” (FISCHER, 2009, 12), a linguagem química dos insetos, a dança das abelhas, dentre outros modos de uso de uma forma de expressão.

Mas o que, de fato, difere a linguagem humana daquela praticada entre os animais? Primeiramente, é possível observar com certa frequência que a *linguagem*, quando se trata de estudos sobre a vida animal, é relacionada a processos biológicos ou tipicamente sociais, apontando para um papel objetivo da linguagem na subsistência da espécie, enquanto que para o homem a linguagem exerce um papel que vai muito além de simplesmente comunicar e interagir.

É através da linguagem que o homem estabelece o nexo entre o mundo objetivo (das experiências materiais) e o mundo subjetivo (das emoções, dos sentimentos) pelas vias do processo de transmissão de pensamentos complexos por um conjunto de símbolos arbitrários.

Esse fenômeno, proveniente do uso da linguagem, até hoje só foi possível verificar entre os humanos.

Em se tratando da espécie considerada mais evoluída, os seres humanos desenvolveram ao longo da história, uma organização social extremamente complexa que, naturalmente, demandou por uma ferramenta de interação que pudesse proporcionar um maior grau de cooperação entre os membros de cada comunidade.

A linguagem, então, começou a assumir, gradativamente, um papel importante nos primeiros grupos humanos, favorecendo, dessa forma, ao surgimento de uma sintaxe condicional, provavelmente ainda em moldes rudimentares, de maneira que hoje é possível especular no sentido de que o “[...] pensamento primitivo e as vocalizações evoluíram progressivamente para o pensamento sofisticado e a fala articulada, na mesma razão, na fila evolucionária [...]” (FISCHER, 2009, p.71).

Nesse processo de evolução da linguagem, inúmeros fatores históricos desempenharam importante papel na linha do tempo para se chegar ao modelo de linguagem manifestada através da fala articulada como a conhecemos hoje: forma de pensar e interpretar o mundo e o grupo social ao qual pertencemos, produto de uma cultura desenvolvida a partir do advento da linguagem.

Dentre tantos fatores, destacamos a migração, o comércio, as guerras, as doenças, as mudanças climáticas como responsáveis por grandes transformações linguísticas e, é claro, o surgimento e desaparecimento de inúmeras línguas em grupos sociais cada vez maiores.

A linguagem, com o advento da escrita, iniciou uma nova etapa no seu processo de evolução. O homem passou, então, a registrar com desenhos aquilo que lhe vinha na mente na forma de palavra, levando os pesquisadores a crerem que:

[...] A escrita não 'evoluiu' gradualmente a partir de desenhos mudos. Ela começou imediatamente como a expressão gráfica da própria fala humana, e assim permaneceu. Mesmo o mais antigo hieróglifo egípcio de cerca de 3400 a.C, que imortalizou um chacal, teria evocado imediatamente na mente de seu leitor a palavra egípcia para 'chacal'. (FISCHER, 2009, p.107)

É provável, ainda, que a escrita tenha surgido da necessidade de descrever os produtos que seriam comercializados por onde os viajantes passassem e que encontrassem algum tipo de dificuldade em relação à língua local. Assim, de um desenho relacionado a uma palavra estrangeira surgiria um conceito que ajudaria nas relações de negócios (contar, medir ou pesar) daquela época.

Vale ressaltar, porém, que nem todos os grupos humanos de cultura de linguagem desenvolveram, necessariamente, mecanismos secundários de interação baseados na representação da fala através de algum tipo de grafismo. É possível, ainda nos dias de hoje, encontrar comunidades indígenas, por exemplo, totalmente ágrafas. Isso nos leva a concluir, portanto, que a invenção da escrita teve, indiscutivelmente, motivação cultural, mas de valor variável, conforme os interesses de cada grupo humano.

Pode-se inferir, então, que o surgimento/amadurecimento da linguagem na forma da fala articulada (habilidade inata do homem) facilitou o processo de agrupamento e

socialização dos povos primitivos, enquanto que a invenção da escrita (produto da necessidade do homem em representar graficamente os sons da fala) proporcionou uma mudança social significativa nas civilizações que enxergaram a habilidade de escrever como um processo mágico, uma dádiva divina.

O que claramente percebemos é que a escrita possibilitou, num primeiro momento, o início do processo de registros dos fatos históricos da humanidade, revelando muito sobre os povos mais antigos, ajudando-nos a compreender melhor o processo de evolução da civilização desde os tempos mais remotos até os dias atuais.

Uma breve observação nos registros de evolução das civilizações relacionadas com a linguagem/língua e a escrita (Cf. FISCHER, 2009) revela, com certa clareza, a importância que a escrita foi assumindo ao longo do tempo nas sociedades. Tornou-se, a princípio, habilidade de prestígio com o surgimento dos escribas, depois, mais recentemente, uma importante ferramenta de preservação da língua falada. Não por acaso o processo de aquisição da escrita recebe atenção especial, por parte dos sistemas educacionais (públicos e privados), nos primeiros anos de vida escolar, fato este que revela o quanto a sociedade moderna considera o desenvolvimento desta habilidade importante.

Contudo, é preciso olhar com cautela a utilização da escrita para preservação da língua falada, pois ao mesmo tempo em que pode esta servi para preservar a língua falada – nivelando, padronizando, enriquecendo etc., ela pode, por exemplo, levar a processos de segregação social, excluindo de determinados ambientes sociais aqueles indivíduos que não a dominam perfeitamente.

É muito comum ver as pessoas julgarem umas às outras com base no domínio expresso da língua, pois por vias da linguagem, consciente ou inconscientemente, estamos marcando nossa posição social através de marcas de dialeto regional, da escolha lexical, etc.

Mas apesar da escrita apresentar essa característica multifacetada, que pode ser muitas vezes perigosa em determinados ambientes sociais, ela só reforça a importância da linguagem para os seres humanos, pois é através desta que marcamos um lugar na sociedade, que vivenciamos as riquíssimas experiências das múltiplas interações sociais no dia a dia e que damos representatividade às ações humanas, desde as mais simples até as mais complexas.

Mas como todo organismo vivo, as línguas naturais sofrem mudanças constantes, evoluem ao longo do tempo. E é na escrita, naturalmente, que essas mudanças linguísticas são mais visíveis, pois a escrita tem a capacidade de registrar a língua em um dado momento de sua história, de maneira que tempos depois esse registro pode ser comparado com o estado atual da língua, revelando o processo de evolução das línguas e dando pistas do caminho que estas tendem a seguir.

Com o advento da revolução industrial, no entanto, vieram os avanços tecnológicos – telefone, televisão, rádio e cinema – que lançaram a humanidade em direção a novas e revolucionárias formas de interação.

Certamente essas novas experiências vividas pelos homens provocaram grandes transformações nas sociedades modernas, mas, definitivamente, não conseguiram desvirtuar o papel da linguagem para os seres humanos. Prova disso é o fato de que mesmo quando:

[...] um elemento tão primitivo do discurso – o gesto – está ausente na comunicação não visual [...] ao falar ao telefone, os italianos ainda gesticulem, os japoneses ainda se curvem e todos nós sorrimos e franzimos as sobrancelhas, como se nosso interlocutor estivesse presente, tão ligado está o gesto à fala. (FISCHER, 2009, p.221)

Podemos inferir, dessa forma, que a linguagem mesmo sendo motivada e afetada pelos diversos fatores de evolução que impulsionam as sociedades ao longo dos tempos, parece não perder o que a priori figura como suas duas principais funções sociais: o de comunicar e o de dominar.

Assim, além das novas tecnologias proporcionarem conforto, comodidade e rapidez na comunicação, também influenciaram alguns aspectos das relações sociais, especialmente no que diz respeito à linguagem. A televisão, por exemplo, após a Segunda Grande Guerra, popularizou-se a ponto de provocar, na visão dos sociolinguistas, um processo acelerado de nivelamento dialetal nas várias esferas da sociedade, na maioria das vezes empobrecendo as línguas com contaminações por gírias, jargões e outros elementos de menor valor veiculados pela grade de programação das emissoras.

O que em um primeiro momento pode parecer uma atitude relacionada apenas com alguma espécie de modismo cultural para aumentar a audiência de determinada emissora, na maioria das vezes, após uma investigação mais cuidadosa, pode se mostrar meticulosamente planejado para atingir um determinado objetivo, como por exemplo, estabelecer laços de identidade com um determinado público-alvo, fortalecendo, dessa forma, o poder de persuasão direta e/ou indireta do enunciador em relação ao(s) enunciatário(s).

Mais recentemente, outro fenômeno importantíssimo proporcionado pelo avanço tecnológico com efeitos diretos na linguagem teve início com a introdução do computador pessoal e, especialmente, com o surgimento e popularização da internet. Uma expansão lexical sem precedentes ocorreu em inúmeras línguas ao redor do mundo. Palavras como *download*, *online*, *mouse*, *upload* etc. invadiram o domínio das línguas naturais e passaram a fazer parte do dia a dia das sociedades modernas.

O uso do computador, por si só, proporcionou o surgimento de uma nova categoria de linguagem em termos de programação e a internet, por sua vez, abriu espaço para um universo de recursos tecnológicos relacionados à linguagem, dentre os quais se destacam aqueles relativos à hipertextualidade.

Até aqui, sob um ponto de vista antropológico, a linguagem é apresentada na sua relação com o desenvolvimento das sociedades desde o surgimento dos primeiros grupos humanos, concebida como uma ferramenta de interação capaz de determinar as posições de poder entre dominantes e dominados.

Superado este primeiro momento que busca compreender o surgimento da linguagem enquanto produto da interação que se estabelece no seio dos grupos sociais, bem como os possíveis usos desta, seja para a comunicação ou outros fins, surgem os primeiros registros de uma abordagem filosófica da linguagem que remetem a Platão em seu diálogo *Crátilo* que trata da natureza dos nomes.

As discussões naquele momento acerca da linguagem já haviam ultrapassado os limites da mera constatação da existência e importância desta para os grupos humanos organizados em sociedade, o que fica evidente na passagem seguinte:

Se se atentar ao essencial da discussão entre Sócrates, Hermógenes e Crátilo, perceber-se-á que o que está em causa neste diálogo vai muito para lá de uma simples adequação superficial, físico-fonética dos nomes às coisas: é toda uma tentativa de encontrar um fundamento lógico-ontológico para a linguagem dos homens. Como é óbvio, ninguém discute a existência do facto da linguagem [...] (PEREIRA, 2008, p.3)

A essa altura, todas as discussões filosóficas desenvolvidas acerca da essência e natureza dos fenômenos linguísticos giram em torno de uma questão central: como é que o sentido surge?

A linguagem é posta, nesses termos, em relação com o conhecimento e a inteligência para se investigar a origem dos nomes que designam as coisas existentes no mundo. Questiona-se ao longo do diálogo, por exemplo, a relação existente entre os nomes e as coisas, se essa relação é natural ou convencional, chegando-se, porém, ao final a admitir que convenções sociais concorram para a fixação dos nomes às coisas.

Contudo, como já salientado anteriormente, a mudança é algo natural no processo de evolução das línguas, porém é necessário que se tenha o devido cuidado para que a superimposição, por parte especialmente dos veículos midiáticos, de uma variação da língua, eleita por um pequeno grupo dominante em determinada sociedade, como a de maior prestígio não venha a dizimar culturas inteiras, condenando ao esquecimento um vasto e riquíssimo

conjunto de traços culturais que constituem a identidade de povos inteiros, presentes no léxico de determinado dialeto.

Como foi possível observar até aqui, os estudos da linguagem passaram por um momento de observação e constatação da sua existência e importância para as sociedades primitivas e modernas para, em seguida, merecer uma atenção especial de filósofos clássicos que se debruçaram sobre questões subjetivas, tais como a relação que se estabelece entre o nome e as coisas, entre outras.

A seguir, convidamos o leitor a nos acompanhar em um breve passeio pelo próximo momento dos estudos da linguagem na história da humanidade: a instauração da Linguística como Ciência e a importância dos estudos saussurianos para o desenvolvimento desta no século XIX.

1.1 A Linguística a partir do século XIX

Quando se fala em estudos da linguagem, ou propriamente de estudos linguísticos, um nome em especial vem à mente: Ferdinand de Saussure (1857-1913), pela sua inegável importância para o desenvolvimento da Linguística enquanto ciência. A primeira publicação de manuscritos de alunos de F. de Saussure na Universidade de Genebra data de 1915/1916 e recebeu o nome de *Cours de Linguistique Générale*.

Ainda que de formação filológica, seus questionamentos acerca da razão de ser da linguagem e seu funcionamento, deixando de lado um posicionamento histórico,

proporcionaram o surgimento do estruturalismo, ampliando os horizontes de estudos da linguagem na segunda metade do século XX.

Ao longo do *Cours de Linguistique Générale* (2007), F. de Saussure nos apresenta algumas dicotomias que nortearam seus estudos em linguística, dentre as quais podemos destacar: semiologia x linguística; signo – significante x significado; arbitrariedade x linearidade; linguagem – língua x fala; sincronia x diacronia; sintagma x paradigma. Sem sombra de dúvidas, a dicotomia *linguagem – língua x fala* ocupa um papel de destaque no conjunto da obra saussuriana, uma vez que marca o ponto em que a linguística divide os estudos da linguagem em dois momentos: o estudo da estrutura da língua (investigando as relações formais estabelecidas entre seus elementos constituintes) e a utilização da língua por seus usuários.

Até então, os estudos da linguagem abordavam a língua a partir de um ponto de vista histórico, buscando estabelecer critérios científicos para investigar o desenvolvimento de uma língua ou de famílias de línguas, observando com mais propriedade características relacionadas à morfologia e fonologia.

Como toda ciência em processo de evolução, a Linguística saussuriana dá um passo à frente em sua época, propondo a separação do fenômeno da linguagem em dois momentos distintos: *língua* e *fala*. Com isso, F. de Saussure estabeleceu dois objetos distintos de investigação científica em termos de linguagem – um em que ele viria a desenvolver enquanto linguística da língua, abordando seus aspectos estruturais; e outro, deixado para investigações futuras, viria a ser o objeto de investigação da linguística da fala.

Para Saussure (2007), a língua constituiria um sistema homogêneo de oposição de valores, passível de categorização, produto das relações sociais, depositado na mente de cada falante de uma comunidade e que, portanto, constituiria por excelência o objeto de investigação da linguística da língua em oposição à fala. Essa, de caráter individual, dificultaria a aplicação de procedimentos de análise em função de estar sujeita a inúmeros fatores externos, fora do controle do investigador.

É possível observar que esse momento histórico de desenvolvimento da linguística funda-se numa visão cartesiana de organização, na busca por uma sistematização e categorização no estudo da linguagem/língua.

A partir de então, tudo que diz respeito à estrutura de funcionamento da língua recebeu especial atenção de diversos estudiosos da linguagem. Nos Estados Unidos, Leonard Bloomfield (1933)¹, influenciado por F. de Saussure, desenvolveu estudos de linguística estrutural, vindo a exercer forte influência na América do Norte. Nomes importantes para (o) desenvolvimento da linguística, tais como Louis Hjelmslev (1928; 1943; 1963)², Émilie Benveniste (1966;1974)³, dentro outros, não poderia deixar de ser citados em função do papel desempenhado por cada um na continuação dos estudos deixados por F. de Saussure.

¹ Em sua obra, *Language* (1933), Bloomfield, adotando uma abordagem behaviorista, concebe a língua como um fenômeno puramente físico, produto de um sistema de estímulos e respostas.

² Principais publicações: *Principes de Grammaire Générale* (1928), *Omkring Sprogteoriens Grundlaeggelse* (1943) e *Sproget* (1963). Louis Hjelmslev é considerado precursor das modernas tendências linguísticas, percebia a linguagem como inseparável do homem e responsável pela modelagem de pensamentos, sentimentos e emoções.

³ *Problèmes de linguistique générale* (1966;1974). Émilie Benveniste, diferentemente de Bloomfield, refutava a abordagem behaviorista da linguística, entendendo que não se pode reduzir a linguagem humana ao produto de uma simples relação entre estímulos e respostas.

Durante muito tempo aspectos da linguagem relacionados à fala foram deixados à margem dos estudos linguísticos, sob a alegação de que colocariam em risco o equilíbrio e a estabilidade do sistema defendido como uma estrutura rígida, subjacente a cada membro de uma comunidade. Tal postura, naturalmente, viria a causar inquietação e certo desconforto em virtude de não levar em consideração o potencial de criação individual de cada sujeito falante e, principalmente, por excluir o papel da história na constituição dos significados.

Novos estudos começaram, então, a lançar um olhar diferente em direção ao fenômeno da linguagem em que esta passaria a ser constituída por uma dualidade: uma estrutura formal (*língua*) que seria atravessada por manifestações sociais subjetivas, fortemente marcadas pela história (*fala*).

Contudo, os primeiros esforços em superar as limitações impostas pelo modelo saussuriano permaneciam presos à dicotomia *língua/fala*, acreditando-se que, para resolver o problema, bastava mudar o direcionamento dos estudos para o âmbito da fala. De qualquer forma, já começavam a aparecer os primeiros esforços em elaborar uma teoria do discurso.

No início da década de 1950, Zellig Harris apresenta sua primeira publicação voltada para o estudo da língua em uso (*Discourse Analysis*, 1952). Embora essa obra mereça especial destaque na linha do tempo dos estudos da linguagem sobre o uso efetivo da língua, vale ressaltar que o autor não objetivava investigar a constituição dos significados presentes nos textos. As condições sócio-históricas de produção, por exemplo, não são levadas em consideração nos procedimentos de análise aplicados e nenhuma reflexão acerca dos significados é contemplada.

Nesse momento já é possível perceber o surgimento de um incomodo com relação à questão dos significados contidos nos textos. Esse estado de inquietude, por assim dizer, tornou-se mola propulsora para o desenvolvimento da Análise de Discurso nas décadas seguintes e levou ao surgimento do conceito de dialogismo, desenvolvido pelo filósofo russo, Mikhail Bakhtin, necessário para uma compreensão adequada do processo de formação de sentido, como veremos na sequência.

1.2 O princípio dialógico da linguagem

Tomando como ponto de partida o espaço social enquanto lugar onde os elementos veiculadores das negociações interindividuais e coletivas abrem margens para a constituição de sentidos, mediados pela linguagem num processo de referenciação do mundo, parece ficar claro, para a Análise de Discurso, que as atividades humanas estão impregnadas por um caráter fundamentalmente dialógico.

A partir do princípio dialógico da linguagem, presente na obra de Bakhtin [Volochinov] (1979), é possível inferir uma possível relação entre sujeitos produtores de discursos envolvidos nas várias situações de interação passíveis de ocorrência no dia a dia. Assim, pode-se considerar o diálogo como constitutivo da própria existência cotidiana humana, envolvendo os seus complexos políticos, ideológicos, literários e científicos.

Faz-se necessário observar, ainda, que essa concepção dialógica de linguagem inclui o outro como imprescindível para a compreensão do eu. São, portanto, essas relações que fazem

o eu ser o que é; pelas ligações mantidas com o(s) outro(s) (Cf. BAKHTIN [VOLOCHINOV], 1979, p. 35 - 36).

O produto desse processo de interação dialógica, por assim dizer, é o *discurso*, resultado do ato individual e/ou coletivo de enunciação⁴, entendido aqui, nos moldes de Castro e Christiano (2003, p. 148), como “[...] uma dispersão de textos cujo modo de inscrição histórica permite defini-lo como um espaço de regularidades enunciativas e, conseqüentemente, ideológicas”. Dessa forma, o homem, por sua natureza dialógica, não só é concebido como produtor de discursos, mas é através desse produto que este se torna objeto de estudo de inúmeros campos das ciências humanas (Cf. ALDRIGUE, 2004, p.11).

Assim, o discurso, enquanto produto de uma língua natural, só pode ser apreendido “[...] através das produções verbais efetivas, que assumem aspectos muito diversos, principalmente por serem articuladas a situações de comunicação muito diferentes⁵ [...]” (BRONCKART, 2009, p.69) que se materializam na forma de texto.

Vale lembrar, ainda, o caráter demasiadamente diversificado dos tipos de textos. Uma vez que se articula a contextos de atividade humana diversos, os textos podem ainda mudar ao longo do tempo, assim como as atividades humanas mudam.

⁴ A enunciação, segundo Bakhtin (1979, p.112) “[...] é o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, pode ser substituído pelo representante médio do grupo ao qual pertence o locutor”.

⁵ Por exemplo, o diálogo entre amigos, as notícias veiculadas nas páginas dos jornais e revistas, as capas de revistas (onde o texto divide espaço com imagens), etc.

É através dessa relação entre discurso e texto que surge a possibilidade de manifestação da atividade de linguagem que, por sua vez, se desenvolve no contexto das diversas atividades sociais humanas, desde as mais comuns até as mais complexas, a exemplo do que ocorrem com a mídia impressa onde imagens, cores e textos dialogam para a construção de sentido.

Dessa forma, é possível inferir que a atividade de linguagem humana inevitavelmente leva a produção de discursos que se materializam, como já mencionado anteriormente, na forma de textos, sejam estes orais, audiovisuais e/ou escritos, enquanto unidades comunicativas, frutos de um processo de interação sócio-historicamente marcado.

Assim, o contexto⁶ de produção dos discursos torna-se importantíssimo para a compreensão da organização de um texto, uma vez que “[...] todo texto resulta de um **comportamento** verbal concreto, desenvolvido por um agente situado nas coordenadas do espaço e do tempo [...]” (Cf. BRONCKART, 2009, p.93). Esse contexto (em um primeiro plano, o do contexto físico de produção), segundo Bronckart, pode ser definido por quatro parâmetros:

O lugar de produção: o lugar físico em que o texto é produzido; **O momento de produção:** a extensão do tempo durante a qual o texto é produzido; **O emissor** (ou produtor, ou locutor): a pessoa (ou máquina) que produz fisicamente o texto, podendo essa produção ser efetuada na modalidade oral ou escrita; **O receptor:** a (ou as) pessoa(s) que pode(m) perceber (ou receber) concretamente o texto. (BRONCKART, 2009, p.93)

⁶ Conjunto dos parâmetros que podem exercer uma influência sobre a forma como um texto é organizado (BRONCKART, 2009, p.93)

Ainda com base em Bronckart (Op. cit., p. 94), em um segundo plano, levando-se em consideração o contexto sócio-subjetivo, é preciso atentar para o *lugar social de produção do texto*; de igual modo, a *posição social do emissor* merece atenção por parte do pesquisador, pois a condição de autoridade para imprimir força de verdade ao que está sendo dito depende muito do papel social que o emissor desempenha no processo de interação; do mesmo modo, a *posição social do receptor* pode revelar para o emissor quais parâmetros argumentativos são autorizados no momento de produção textual para provocar determinados efeitos de sentido e, dessa forma, alcançar o(s) objetivo(s) pretendido(s) com a interação.

A maioria das pessoas talvez nem perceba, mas no dia-a-dia leva em consideração a credibilidade do veículo de comunicação que transmite determinada notícia para tomar um posicionamento crítico diante dos fatos noticiados.

Uma mesma notícia se veiculada em um jornal e/ou revista de prestígio parece merecer mais credibilidade do que se publicada, por exemplo, em um jornal popular nos moldes do *Já Paraíba* que, por vezes, apresenta textos repletos de vícios de linguagem na tentativa de estreitar laços de identidade com as camadas mais populares, mesmo que esse tenha chegado primeiro às ruas.

Como é possível perceber, a linguagem permanece assumindo um papel medular para a espécie humana, uma vez que desempenha a função de regular e mediar os processos de interação verbal, organizados na forma de discursos que permeiam as diversas atividades humanas. E é através do texto, enquanto materialização do fenômeno discursivo, que o homem se revela em riqueza de detalhes e em toda a sua complexidade.

Compreendida a importância da linguagem para os estudos linguísticos modernos e revisados alguns conceitos fundamentais instaurados e desenvolvidos a partir do século XIX, na sequência que o leitor contará com um pouco mais conforto para passear por uma breve contextualização histórica do surgimento da Análise de Discurso, bem como pelo surgimento e transição das/nas três épocas da AD francesa.

2. ANÁLISE DE DISCURSO: breve percurso histórico

A partir da década de 1950 ocorre um movimento no sentido de estabelecer as linhas gerais do que viria a ser conhecido como Análise do Discurso. Nomes como Charles Bally (1951), Roman Jakobson (1963) e Émilie Benveniste (1966) recebem destaque no que diz respeito às primeiras tentativas de formulação do problema da enunciação, conceito basilar na constituição da Análise de Discurso enquanto disciplina. Benveniste (Op. cit.), por exemplo, faz a distinção entre a *enunciação* – ato pelo qual o sujeito se apropria da língua (enquanto aparelho formal) e *enunciado* – produto final do processo de enunciação, resultado do trabalho individual de conversão dos mecanismos formais da língua, através do processo de apropriação, em discurso.

Diferente dos postulados saussurianos que percebiam no fenômeno da linguagem a possibilidade de investigação da estrutura subjacente ao sistema, definindo a língua como objeto de investigação da linguística, excluindo toda manifestação individual e/ou coletiva de uso dessa língua em função da condição dinâmica da fala, Benveniste (1995) acreditava que é através justamente da fala que a língua se torna possível, pois enquanto sistema depositado no seio de um coletivo social, a língua só se manifesta através da sua utilização efetiva pelos membros de uma dada comunidade. Para Benveniste, a noção de sujeito deveria ocupar o centro das reflexões acerca da linguagem, pois “A linguagem só é possível porque cada locutor se apresenta como sujeito, remetendo a ele mesmo como eu no seu discurso [...]” (BENVENISTE, 1995, p.286).

Bakhtin [Volochinov] (1979) faz uma contribuição importantíssima para esse momento de evolução dos estudos da linguagem, mostrando que o ato de enunciação é socialmente constituído, diferentemente do que se acreditava e com o que se trabalhava até o momento – a noção de um sujeito falante ideal, isolado do contexto social de produção da linguagem. Bakhtin destaca, para os estudos da linguística, a relevância do contexto sócio histórico no processo de enunciação para a compreensão do fenômeno da linguagem.

Surge nesse cenário uma perspectiva mais pragmática de estudo da linguagem, que toma como foco de investigação o ato de enunciação, assumindo o sujeito como produtor de discursos, destacando o caráter ideológico do signo linguístico e levando em consideração o contexto sócio histórico de produção dos enunciados.

Na década de 1960, no auge do estruturalismo, surge a Análise do Discurso propondo uma nova abordagem para os estudos da linguística, atravessada por uma efervescência de teorias estabelecidas em um contexto de lutas políticas, buscando investigar o processo de constituição dos sentidos dos enunciados, materializados nos discursos, concebendo a linguagem sob o prisma da noção de heterogeneidade alicerçada nos postulados políticos marxistas, psicológicos freudianos e estruturalistas saussurianos.

São na França que se desenvolvem, nessa época, as primeiras manifestações dessa corrente de estudos da linguagem, vindo mais tarde a definir o modelo de Análise de Discurso de linha francesa, tendo Michel Pêcheux e Jean Dubois como principais expoentes no período de constituição desse novo campo de investigação de estudos da linguagem.

Para M. Pêcheux (1997), a dicotomia *língua x fala* saussuriana apresentava sérios problemas na medida em que concebia a língua como o objeto de investigação do fenômeno linguístico, quando, na realidade, deveria ser tomada como pressuposto para análise da materialidade do discurso, manifestado através da fala – articulando a noção de sujeito (com sua história) e ideologia.

Jean Dubois (2007), por sua vez, concebia os estudos do discurso como um contínuo, articulando o estudo do léxico ao estudo do enunciado, percebendo esta relação como uma possibilidade natural de investigação permitida pelo avanço da Linguística, tida na época como “ciência-piloto” das ciências humanas.

Apesar das diferenças marcantes, tanto em M. Pêcheux como em J. Dubois percebe-se a preocupação em problematizar o objeto *discurso* e, ao mesmo tempo, definir seus instrumentos de análise. É esse esforço comum que os torna co-fundadores da Análise de Discurso Francesa (ADF) e ponto de partida para o desenvolvimento dos estudos relativos ao discurso em três momentos distintos, como veremos na sequência de forma mais detalhada

2.1 Análise de Discurso Francesa: as três épocas

A primeira época da ADF (AD-1 1969) é marcada pela concepção pecheutiana de discurso enquanto processo de construção dinâmica que coloca em relação as condições de produção do discurso e o seu processo de produção, sendo o discurso sempre concebido e determinado por uma relação com a história. Nesse momento, M. Pêcheux (1997) ainda encontra-se alinhado aos postulados saussurianos de língua como sistema de signos

socialmente instituído. Suas primeiras análises do discurso político são marcadas pelo método harrisiano na tentativa de demonstrar a dupla articulação do fenômeno linguístico: a língua (no que diz respeito à estrutura sintática subjacente) e o materialismo histórico (a força da manifestação social presente na fala).

Nesse momento, Pêcheux se opõe a uma filosofia da linguagem que concebe a existência do sujeito como natural e espontânea (fonte, origem ou causa em si), atravessada pela convicção de que o sentido que emana da linguagem seria transparente, acabado e único. Ao contrário, Pêcheux (1995) acreditava que o sujeito não antecede o discurso, mas é constituído neste, assim como o sentido. Daí a afirmação de Pêcheux de que o:

[...] sentido de uma palavra, expressão, proposição, não existe *em si mesmo* (isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante), mas é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo-sócio-histórico em que palavras, expressões, proposições são produzidas (PÊCHEUX, 1995, p. 160).

Assim, ao contrário do que se acreditava até então, em um sujeito fonte do seu dizer, único responsável por sua produção discursiva, M. Pêcheux, sob forte influência althusseriana, propõe uma nova abordagem da noção de sujeito, concebendo-o como ideologicamente assujeitado, ocupante de uma determinada posição social que o reveste de autoridade ou não para falar de determinado assunto, em determinado momento, para determinado público.

Começa a se definir a noção de sujeito pecheutiana enquanto posição social ocupada pelo falante. Em outras palavras, é o lugar de onde se fala que determina o sujeito do discurso pecheutiana.

O discurso para a AD-1 é definido como um processo dinâmico de produção de sentidos, onde a materialidade linguística e a dimensão sócio-histórica concorrem diretamente para a constituição deste (o discurso). Para Pêcheux, portanto, o discurso, enquanto processo de produção de sentido, não deve jamais ser confundido com a *parole* saussuriana, que se baseia na fala de um indivíduo no uso da língua, nem como mensagem nos moldes da Teoria da Comunicação de R. Jakobson.

Ainda na primeira fase da AD, Pêcheux (1997) lança os moldes de dois conceitos basilares importantíssimos em sua teoria do discurso na segunda época da AD: memória e interdiscurso. Nessa fase, Pêcheux propõe os conceitos de *pré-construído* e *condições de produção*. Em relação ao primeiro conceito – o de pré-construído, fruto de trabalho em parceria com P. Henry, ambos defendem que todo discurso se forma a partir de diversos outros discursos produzidos anteriormente e que é relativamente fácil identificar a presença desses discursos outros dentro de uma nova produção em função da manifestação de elementos linguísticos já identificados em produções discursivas registradas no passado.

Já a noção de condição de produção, M. Pêcheux (1990, p. 312) apresenta como relativa a tudo que é exterior à língua (de ordem sócio-histórica) e que interfere direta ou indiretamente no processo constitutivo de uma sequência enunciativa. Para a teoria de Pêcheux (Op. Cit.), não há separação entre a materialidade linguística (língua) e o tecido sócio-histórico (fala), mas sim um ponto de convergência onde o discurso nasce.

Mas como toda teoria em processo de amadurecimento, logo surgem as primeiras críticas à noção de sujeito e de formação discursiva e questionamentos acerca de como se

daria o processo de articulação dos elementos intradiscursivos (língua) com os elementos interdiscursivos (história).

Tais inquietações levaram o movimento de instauração da AD a um segundo momento na história e a M. Pêcheux (1997) a uma revisão de sua teoria do discurso. É na AD-2 que as noções de formação discursiva e interdiscurso, já esboçados na primeira época, serão estruturados.

Assim, no início da década de 1970 a AD já apresentava um quadro teórico de certa forma consolidado nos trabalhos de M. Pêcheux e em outros. É interessante observar que, no processo de constituição da AD, os esforços no sentido de estabelecer alguns instrumentos operatórios (conceitos basilares) levaram, paradoxalmente, ao que pretendia M. Pêcheux, a um emparelhamento com as condições de fundação do objeto da linguística da língua de Saussure.

Do mesmo modo que para Saussure (1974) a homogeneidade da língua (sistema) era garantia de exclusão para fora do objeto da linguística de tudo que não apresentasse regularidade (a fala), para a teoria do discurso, de Pêcheux (Op. Cit.), a noção de formação discursiva (FD), tal como foi concebida na primeira época da AD, como estrutura fechada, reproduziu o mesmo de fechamento do campo discursivo na tentativa de constituição de um corpus de investigação homogêneo.

Vale ressaltar que após inúmeros esforços para se estabelecer o objeto de investigação da AD e para determinar seus instrumentos operatórios, em meio a críticas de natureza

pertinente, além de um contexto teórico e político em transformação na França, desconstruções e reconfigurações são operadas no conjunto teórico estabelecido até então.

A pragmática, a filosofia da linguagem, a análise da conversação, bem como, pela primeira vez, os estudos atribuídos a Mikhail Bakhtin-Volochinov (1979) são levados em conta. Toda essa efervescência teórica, aliada à conjuntura política da França, dá um forte impulso aos estudos da linguística da enunciação. Esse quadro teórico traz consigo novas referências e novos recursos, o que possibilita, por conseguinte, o surgimento de novos objetos de investigação (Cf. MALDIDIER, 1994, p. 181).

Pode-se dizer que o ano de 1975 representa o marco inicial da segunda época da AD (AD-2). São, nesse ano, publicadas por M. Pêcheux, importantes obras para o estabelecimento definitivo de sua teoria do discurso: *Les Verités de La Palice*⁷ e *A propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas*, um trabalho em coautoria com Catherine Fuchs. Nesse segundo, é possível observar a retomada de inúmeros conceitos, desenvolvidos na primeira época, sendo reformulados e ajustados.

Um dos primeiros conceitos a ser retomado é o de Formação Discursiva (FD). Pêcheux (1990) inicialmente a concebeu como estrutura fechada, um conjunto de regras que determinam e regulam a produção e circulação dos discursos. Na AD-2, Pêcheux percebe que a FD, na realidade, é constantemente invadida por elementos de outras FDs que a atravessam na forma de pré-constuídos e de discursos transversos (Cf. PÊCHEUX, 1990, p.314).

⁷ Nessa obra que tem como título traduzido para o português: *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*, M. Pêcheux consolida o que se poderia considerar as três dicotomias fundamentais de sua teoria do discurso: linguística X história, sujeito X ideologia, ciência X política.

Assim como Foucault (1969), Pêcheux (1995) acredita numa ordem do discurso dentro da qual todos os dizeres se articulam ao um dado momento histórico de produção de sentidos. A FD, para Pêcheux teria a função não só de regular, mas fundamentalmente de determinar “[...] aquilo que, numa conjuntura dada, determinada pelo estado de luta de classes, determina o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc.)” (PÊCHEUX, 1995, p.160).

Para retornar à noção de FD, M. Pêcheux, fortemente influenciado por Althusser, evoca a noção de formação ideológica (FI)⁸. Segundo o autor, para toda FD existe uma FI que a determina, à qual se filia, estabelecendo-se através do confronto com outras FDs. Pêcheux (1990), dessa forma, consegue demonstrar o processo pelo qual as construções discursivas materializam a ideologia na língua. Foi articulando as noções de FD e FI que M. Pêcheux demonstrou definitivamente a relação existente entre discurso e ideologia, considerados na ADF como materialidades distintas que se interpelam constantemente, provando de uma vez por todas que não há discurso sem ideologia.

Com a reformulação da noção de FD, Pêcheux (1997) vê evidências da existência do sujeito do discurso a partir da interpelação deste através da fala que pode partir dos vários possíveis lugares que o sujeito pode ocupar em uma determinada FD. Concebe ainda que se os sentidos emanam de um complexo processo de relações conflituosas entre formações ideológicas, estes não podem ser pensados presos aos significantes, mas como negociados a

⁸ **Formação Ideológica** é entendida como “[...] um conjunto complexo de atitudes e de representações que não são nem “individuais” nem “universais” mas se relacionam mais ou menos diretamente a posições de classe em conflito umas com as outras. (PÊCHEUX; FUCHS, 1997, p. 166)

partir das diversas posições ideológicas em jogo no processo sócio-histórico de produção das palavras, expressões e proposições (Cf. PÊCHEUX, 1995, p.160).

No momento em que Pêcheux (1997) passa a considerar a influência do exterior (FI) na constituição do discurso e, conseqüentemente, dos sentidos é que nasce a noção de *interdiscurso* na AD. O interdiscurso na concepção pecheutiana diz respeito a tudo que é dito agora, que mantém alguma relação com o que já foi dito antes e/ou projeta o que poderá ser dito depois. Em outras palavras, o interdiscurso constitui uma rede de encadeamentos discursivos já produzidos e/ou possíveis de serem produzidos que atravessa o discurso produzido hoje. A noção de interdiscurso na AD, portanto, está no território da memória.

Com o reconhecimento, por parte de Pêcheux, que toda FD (1997) sofre influência exterior de outras FDs constitutivas de uma FI, o discurso passa a ser concebido como algo heterogêneo em sua natureza constitutiva. Esse momento da AD favorece investigações que objetivavam pôr em evidência as formas linguístico-discursivas do discurso outro na tentativa de se determinar a identidade discursiva.

A terceira época da Análise do Discurso (AD-3) tem início a partir de um alargamento dos horizontes teórico-reflexivos. Busca-se por novas referências que dialoguem com as noções e conceitos até então desenvolvidos por Pêcheux, em alguns momentos, ampliando-as, em outros, reformulando-as.

Esse momento é fortemente marcado pela entrada das ideias de Mikhail Bakhtin no Ocidente, em 1979. Bakhtin exerceu influência, primeiramente, no universo dos estudos

literários e, posteriormente, na Análise do Discurso, em função da dimensão sócio-interacionista de sua concepção de linguagem.

Diversos teóricos exerceram influência nas reflexões de M. Pêcheux na AD-3, tais como: Michel Foucault (via Jean-Jacques Courtine), Pierre Nova, Jacques Le Goff e Michel de Certeau (teóricos da Nova História), Jean Claude Milner (linguista), além de Jaqueline Authier-Revuz (no campo da enunciação), em que M. Pêcheux vai buscar as noções de heterogeneidade mostrada e constitutiva.

A contribuição bakhtiniana para a AD centra-se basicamente nas noções de dialogismo, polifonia e heterogeneidade. A partir do princípio de que toda palavra possui uma natureza dialógica em função de estar sempre em direção ao outro (o destinatário na concepção bakhtiniana ainda diz respeito ao(s) outro(s) discurso(s) que atravessa(m) a fala numa relação interdiscursiva) no processo alocucionário, estabelece-se a noção de heterogeneidade discursiva, uma vez que o discurso é reconhecido como múltiplo constituído por diversas vozes que o atravessam, numa relação dialógica nem sempre harmoniosa.

Bakhtin (1979, p.36) define o homem através da noção de alteridade onde a linguagem ocupa papel preponderante, uma vez que funciona como veículo de interação social, inserindo o ato individual de enunciação num contexto de interação coletiva, onde o outro é essencial na constituição do sentido. Esse contexto de enunciação sócio interacionista acaba por revelar as relações intrínsecas entre a materialidade linguística e o social. Nesse quadro teórico a AD passa a conceber o sujeito como produto do social, histórico e dialogicamente situado, constituído a partir da interação com o(s) outro(s) – *eu sou eu a partir do momento em que*

reconheço a presença e importância do outro no processo de interação. É nessa relação que se estabelece o princípio da alteridade e se constrói a identidade discursiva.

Sendo, então, o sujeito constituído a partir de um processo dialógico estabelecido através da interação social, historicamente marcada, a linguagem passa a ser percebida como planejada para produzir maior ou menor quantidade de sentidos, dando origem a mais um conceito importante na contribuição bakhtiniana para a AD: a noção de polifonia. É a partir desse conceito que se tem, segundo Brandão (2003, p.9) “[...] disseminada a metáfora de que o texto se transforma em uma arena de lutas em que vozes, situadas em diferentes posições, emergem, polifonicamente, numa relação de aliança, de oposição ou de polêmica.”, reforçando o caráter dialógico da linguagem proposto por Bakhtin.

Jaqueline Authier-Revuz (1982) representa outro nome de grande importância para a AD-3, especialmente no que diz respeito a sua teoria da heterogeneidade do enunciado. Para ela o processo de enunciação é marcado por dois tipos de heterogeneidade: i) uma *constitutiva* – aquela que diz respeito ao exterior que atravessa qualquer discurso em construção, que se funda na memória de um dado grupo social e que, portanto, não é passível de se determinar sua posição e/ou sua representatividade na materialidade linguística do discurso e ii) outra *mostrada* – aquela que trata da presença do outro no discurso, marcada explicita ou implicitamente por elementos linguísticos, tais como, no primeiro caso: o discurso relatado, direto e indireto, aspas, citações, travessão etc., ou no segundo caso, através do discurso indireto livre, a ironia, a imitação etc.

Outro nome que veio a influenciar fortemente o pensamento de M. Pêcheux na AD-3 foi o de Michel de Certeau. A incursão nos trabalhos de Certeau fez com que Pêcheux operasse um deslocamento no seu foco de investigação do discurso político para o discurso cotidiano, mais natural por ser menos vigiado do que o discurso institucionalizado. Esse deslocamento se deu a partir do momento em que Pêcheux (1997) divide os discursos sociais em dois grandes grupos: aqueles que se inserem no âmbito dos discursos “logicamente estabilizados” (das ciências exatas – matemática, biomedicina, ciências da natureza etc.); e em oposição ao primeiro grupo, aqueles “logicamente não estabilizados” (das ciências humanas – filosofia, literatura, artes etc.).

O resultado desse agrupamento dos discursos na AD-3 pode ser evidenciado nos últimos trabalhos de M. Pêcheux, onde se verifica a evidência de uma consciência da dificuldade em se determinar a fronteira entre o estável e o não estável em se tratando da materialidade discursiva, o que leva M. Pêcheux a falar de análise *de* discurso, ao invés de análise do discurso.

No Brasil, a AD adentrou pelos esforços de Eni P. Orlandi ainda na década de 1970, período em que na França essa disciplina já se encontrava em sua terceira época. Vale ressaltar que, em função desse contexto, os trabalhos desenvolvidos em ADF no Brasil passeiam por todos os três períodos da análise do discurso francesa, sem levar em consideração, muitas vezes, os deslocamentos teóricos e metodológicos de cada período, determinados pelo contexto histórico que, como vimos, marcaram fortemente a evolução da AD.

Assim, como foi possível evidenciar ao longo desse breve percurso histórico pelo qual acabamos de passear, dentro da AD francesa houve vários momentos de deslocamento teórico e metodológico ao longo de sua instituição no campo das Ciências Humanas, o que proporcionou naturalmente sua evolução enquanto disciplina viva e ativa, dialogando com outras disciplinas, em especial com a história, sem, contudo, perder sua identidade, mostrando-se ainda um terreno de investigação rico, especialmente no Brasil, onde os caminhos da AD, ainda estão sendo trilhados.

Um dos caminhos investigativos da ADF em franco desdobramento no Brasil é o dos estudos sobre a noção de gênero que, a seguir, apresentamos mais detalhadamente, partindo de uma breve revisão histórica acerca do surgimento da noção de gênero desde os estudos clássicos greco-romanos até a introdução das noções bakhtinianas de Gêneros do Discurso.

Acreditamos que dessa forma o leitor compartilhará conosco, satisfatoriamente, da importância dos estudos aqui desenvolvidos para uma melhor compreensão do papel desempenhado pela capa de revista, enquanto gênero de segunda ordem (BAKHTIN, 2000), para a formação de sentido e conseqüentemente do discurso em revistas informativas.

3. UM BREVE HISTÓRICO SOBRE A ORIGEM DA NOÇÃO DE GÊNERO

Para tentar compreender melhor como a noção de gênero é concebida nos dias de hoje e qual a sua importância para os estudos da linguagem relacionados aos gêneros midiáticos, buscamos revisitar diversos teóricos que tratam do surgimento e evolução da noção de gênero desde Aristóteles e Platão (PINHEIRO, 2002; CAMPOS-TOSCANO, 2009; NICOLAU, 2004) até Bakhtin (BAKHTIN, 2000; JAKOBSON, 1999; FAÏTA, 1997).

É somente após essa breve revisão teórica que acreditamos ser possível reconstruir os caminhos pelos quais os sentidos se formam a partir dos diversos elementos que compõem o gênero “Capa de Revista Informativa” (GUIMARÃES, 2000; BARTHES, 1984;), nosso objeto de investigação.

Passado algum tempo após o surgimento das várias formas de registro gráfico dos fatos históricos, as sociedades dotadas dessas técnicas começaram a pensar a linguagem de uma forma mais elaborada. O conhecimento que antes era difundido através da oralidade passou a ser registrado através da escrita.

É a partir da literatura clássica greco-romana que surge a necessidade de caracterizar os vários tipos de textos recorrentes em uma tipologia geral que pudesse facilitar o reconhecimento de especificidades e diferenças baseadas em aspectos formais. Os primeiros registros de estudos dessa natureza são encontrados em Aristóteles (*A Poética*) e em Platão (*A República*), cuja principal preocupação era de um estudo da literatura enquanto arte.

Considerando uma abordagem histórica da Teoria dos Gêneros, a tentativa de classifica-los pelos registros das especificidades e regularidades recorrentes nos textos é atribuída, primeiramente, a Platão. O filósofo faz uma “[...] distinção entre três formas genéricas fundamentais: o lírico, o épico e o dramático [...]” (PINHEIRO, 2002, p. 263).

Aristóteles, em sua obra *A Poética*, fazendo uma releitura de Platão, propõe uma divisão um pouco diferente, em apenas dois gêneros: o narrativo e o dramático. Essa classificação de Aristóteles fundamenta-se na forma, no conteúdo e nas atitudes do poeta, uma vez que para esse filósofo a “[...] *mimese* realiza-se de acordo com meios diversos, pois [...] a imitação é o fundamento de todas as artes e sua diversificação ocorre segundo os meios utilizados [...]” (CAMPOS-TOSCANO, 2009, p.23-24), os objetos imitados e o modo de imitação adotado pelo poeta.

Até então, a classificação dos gêneros se concentrava basicamente na distinção do modo de imitação ou de representação da realidade, de maneira que nos estudos de Platão é possível observar a importância fundamental da análise do modo de enunciação para a classificação dos gêneros.

Aristóteles, por sua vez, percebeu uma intencionalidade, por parte do poeta, que se fazia presente na atitude de enunciação e que o levou a propor subdivisões na classificação dos gêneros possibilitando, assim, o surgimento de novos gêneros, tais como: a epopeia, a tragédia e a comédia, subgêneros que se caracterizavam pelo conteúdo específico, que em nada lembravam o gênero do qual derivaram.

Assim como os gregos, os romanos também se interessaram pelo estudo dos gêneros. Entre estes, o nome que mais se destacou seguramente foi o de Horácio com a sua *Epistula ad Pisones*. Em sua obra, Horácio resgata a concepção de gênero aristotélica enquanto tradição formal, marcada pela prevalência do metro, pela especificidade de uma temática e pela relação que se estabelece entre os receptores.

Horácio defende a ideia de que “[...] os gêneros deveriam ter estrutura e função estabelecidas por uma lei [...]” (CAMPOS-TOSCANO, 2009, p.25), de maneira que cada assunto deveria ser tratado em um gênero específico, evitando-se a mistura de características, o hibridismo. Com essa posição, o filósofo romano reforça ainda mais uma tendência em se atribuir a classificação dos gêneros um caráter prescritivo e regulador, sob o pretexto de preservar as estruturas clássicas onde “[...] um gênero se difere do outro pela forma, conteúdo e pela hierarquia [...]” (NICOLAU, 2004, p.39).

Naturalmente, ao que parece os filósofos estudiosos da literatura clássica greco-romana, preocupados em sistematizar uma classificação dos gêneros, não perceberam que:

“[...] os textos ou as obras, agrupadas em função de convenções, de normatizações ou classificações, estariam subordinadas a estruturas coercitivas e inibidoras da criatividade que aprisionariam os textos e, portanto, seus produtores a regras e a modelos rígidos, limitadores do espaço de criação [...]” (PINHEIRO, 2002, p. 264).

Entretanto, com o passar do tempo novos gêneros, que não se enquadravam em nenhum dos modelos e regras considerados até então fixos e imutáveis, foram surgindo e levando progressivamente a uma reconsideração do modelo clássico de classificação dos

gêneros. Esse clima de inquietação é bem evidente no Barroco, onde o gênero é revestido de um caráter histórico, portanto propenso à evolução que pode se manifestar tanto na criação de novos gêneros, como em uma heterogeneidade⁹.

Surge, então, o movimento modernista entre os séculos XVI e XVII impulsionado por mudanças na organização social operadas por uma evolução de crenças e costumes. O que antes era imperativo entre os filósofos acerca da teoria dos gêneros (o caráter prescritivo e regulador da classificação dos gêneros), perde seu valor para os modernos.

É somente no período do Romantismo que a aceitação da ideia de que os gêneros poderiam se misturar e, com isso, produzir novos gêneros ganha espaço e se fortalece. Contudo, o problema da indefinição acerca dos gêneros ainda persiste de um período para o outro, apesar de no modernismo encontrarmos uma tendência maior pela aceitação do hibridismo dos gêneros.

Essa tendência do romantismo por uma mistura dos gêneros está fundada na percepção de traços formais de cunho estilístico recorrentes em cada novo gênero que remetem a um ou mais gêneros já consagrados, possibilitando assim a verificação e o reconhecimento desses traços que se entrecruzam na caracterização da forma do gênero em estudo.

Mesmo com todo o esforço em se negar, na modernidade, o modelo clássico dos gêneros literários, fechado em grupos de obras, criando modelos que apresentem estruturas repetidas e repetíveis, onde a recorrência de características semelhantes é uma premissa, ainda

⁹ Observa-se neste caso, é claro, que as características de um gênero predominam em detrimento dos demais.

assim nos deparamos com uma concepção de gênero presa à ideia de categorização, de classificação que está presente nos estudos acerca dos gêneros desde a antiguidade.

Para os estudos poéticos modernos, a teoria poética ainda busca na tradição clássica, modelos estáveis que possam guiar o autor a partir de uma forma tradicional, sem que este perca a liberdade de criar, de imprimir a sua identidade em sua obra, de ser original na sua arte. A teoria moderna dos gêneros, portanto, possui um caráter mais descritivo, evitando a prescrição e admitindo a mistura de espécies clássicas na formação de novos gêneros.

Nicolau (2004, p. 45) apresenta uma síntese do contexto de desenvolvimento do quadro teórico da noção de gênero na Poética quando diz que “[...] há, como podemos observar [...], diversas abordagens a respeito desse tema, pontos que convergem e pontos que divergem, o que torna inviável uma visão unívoca sobre os gêneros nos estudos feitos até então na Literatura.”.

Porém, os filósofos e teóricos (clássicos e contemporâneos) não se limitaram a estudar o fenômeno da linguagem apenas em uma abordagem poética, relacionada às manifestações artísticas. Aristóteles, por exemplo, desenvolveu estudos voltados para investigação da natureza verbal do enunciado e seus princípios constitutivos. A esses estudos, de cunho muito mais normativo do que descritivo, Aristóteles convencionou chamar de Retórica.

Em *A Retórica*, Aristóteles reconhece a existência de três tipos específicos de gêneros: deliberativo, judiciário e epidíctico. Segundo o filósofo, essa classificação se dá devido à natureza do auditório e a necessidade de se adaptar a cada situação específica de enunciação,

uma vez que “[...] não nos dirigimos da mesma forma a pessoas diferentes, após analisarmos os papéis que elas representam.” (NICOLAU, 2004, p.45).

Começa-se a lançar um olhar sobre o discurso enquanto prática social “[...] intersubjetiva em que os sujeitos da comunicação apresentam diferentes valores sociais, em momentos e espaços diversos [...]” (CAMPOS-TOSCANO, 2009, p. 28). E é a partir desse contexto que Bakhtin (2000) retoma os estudos clássicos dos gêneros sobre uma nova perspectiva, levando em consideração as expectativas do receptor, bem como a forma de captação da realidade por parte da literatura.

Segundo Bakhtin (op. cit., p. 280) a abordagem clássica dos estudos acerca dos gêneros se deu sob “[...] um ângulo artístico-literário de sua especificidade, das distinções diferenciais intergenéricas (nos limites da literatura) [...]”, desprezando o contexto sócio histórico do processo de enunciação, o que certamente explica a ausência de relação entre a atividade de linguagem e os diferentes tipos de fazeres do homem.

É nos estudos desenvolvidos pelo círculo de Bakhtin que, pela primeira vez, defende-se a posição de as palavras serem concebidas como carregadas de valores sociais, de maneira que a forma, tanto na literatura como no discurso cotidiano, é determinada por avaliações sociais que se fazem evidentes através da seleção de palavras que levam e em consideração as relações intersubjetivas estabelecidas no processo de comunicação.

A literatura, portanto, passa a ser entendida como mais uma forma de comunicação do homem, assim como as várias formas de manifestação do discurso cotidiano, na qual também

não podem ser separados os três elementos que compõem o processo enunciativo: autor/enunciador – herói/objeto do discurso – ouvinte/enunciatário.

Apesar do interesse entre os clássicos em investigar as diversas formas de enunciação, poéticas e retóricas, as pesquisas durante muito tempo estiveram voltadas para o registro da linguagem através da escrita. Analisavam-se, para efeito de classificação, os gêneros a partir da escrita, desprezando-se a oralidade característica das situações reais de comunicação verbal.

É a partir do estruturalismo, com Saussure e seus seguidores, que se começa a buscar com mais propriedade uma definição da natureza linguística do enunciado, pondo em evidência as especificidades do discurso cotidiano. Nesse ponto o estruturalismo se aproxima da Retórica ao se voltar para análise e classificação das formas de manifestação da linguagem na oralidade.

Porém, os estruturalistas não avançaram muito em relação ao período anterior, uma vez que buscavam, na classificação dos gêneros, definir modelos formais de estruturas abstratas com a finalidade de orientar a produção literária, portanto, uma classificação de valor ainda muito prescritivo em termos de normas. Mais uma vez o contexto sócio-histórico-temporal é desprezado, negando a condição de heterogeneidade constitutiva do discurso.

Jakobson (1999, p.37), porém, dá um passo além do estruturalismo ao considerar os aspectos funcionais da linguagem como elementos constitutivos do processo de comunicação, uma vez que, segundo ele, no processo de enunciação aquele “[...] que fala não é de modo algum um agente completamente livre na sua escolha de palavras: a seleção (exceto nos raros

casos de efetivo neologismo) deve ser feita a partir do repertório lexical que ele próprio e o destinatário da mensagem possuem em comum [...]”.

Porém, apesar do avanço nos estudos relativos aos gêneros literários, postulados por Jakobson acerca da função da linguagem nos gêneros textuais, alertando sobre a necessidade de se ultrapassar um modelo de classificação com base exclusivamente na estrutura fixa dos gêneros literários, esse modelo de classificação ainda apresentava limitações, uma vez que “[...] não se pode determinar a função da linguagem em um texto sem o conhecimento do tipo de discurso nele presente, e das práticas sociais da qual ele resultou [...]” (NICOLAU, 2004, p.47).

3.1 A noção de gênero na perspectiva de Bakhtin

A partir dos estudos de Mikhail Bakhtin (2000, p.158) acerca da teoria dos gêneros literários surge, pela primeira vez, a noção de gênero do discurso. Certamente, um grande avanço para os estudos da linguagem, uma vez que marca o início dos estudos que buscam relacionar a noção de gênero à produção humana e a comunicação.

A concepção de gênero, neste momento, já não está mais centrada nas formas rígidas e cristalizadas dos gêneros literários. Ao contrário, constrói-se uma vertente de investigação onde o gênero é concebido a partir de um contexto que leva em consideração o espaço e o tempo.

Bakhtin (2000) percebeu que todas as esferas da atividade humana estavam impregnadas pela linguagem e que, portanto, esta se manifestaria naturalmente dos mais diversos modos possíveis. Para o filósofo, “[...] o enunciado reflete as condições específicas e as finalidades de cada uma dessas esferas [...]” (BAKHTIN, op. cit., p.279). A linguagem, portanto, passa a ser percebida como revestida de um caráter sócio-histórico e o enunciado concebido como produto de uma interação verbal.

Na visão bakhtiniana, apesar de se levar em consideração o contexto sócio-histórico de produção do enunciado, o processo de enunciação ainda é orientado por modelos abstratos, produto de uma classificação dos gêneros baseada na recorrência de traços linguísticos. Assim, Daniel Faïta (1997), corroborando Bakhtin, considera que o enunciado:

[...] materializa um tipo existente em abstrato, autorizando de facto o relacionamento dos traços característicos que ele apresenta com os de outros enunciados formulados anteriormente ou paralelamente numa mesma esfera de uso da linguagem. O enunciador (ou produtor) acrescenta, no entanto, (pode acrescentar) a isso um nível suplementar de estratificação estilística, representando sua própria relação com a língua. (FAÏTA, 1997, p.164-5)

Dessa forma, todo enunciado considerado isoladamente não passa de um produto individual da atividade de linguagem humana esvaziado de sentido. Mas se inserido no seu contexto de produção, torna-se único e repleto de sentido em função da relação com os outros enunciados com os quais dialoga.

Ainda segundo Bakhtin (2000, p.280), “[...] cada esfera de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados [...]” – ou *gêneros do discurso* – que

servirão de modelos para orientar os usuários da língua no processo de enunciação. Assim, em função da capacidade inesgotável de expansão das diversas esferas da atividade humana, Bakhtin conclui que as possibilidades de variação dos gêneros do discurso são infinitas.

Na tentativa de sistematizar um modelo de classificação dos gêneros do discurso, Bakhtin (2000, p. 281) propõe uma abordagem destes a partir da classificação em *primários* e *secundários*. As manifestações enunciativas de toda ordem “que se constituem em circunstâncias de uma comunicação verbal espontânea” dão origem aos gêneros primários. Enquanto que os gêneros secundários são produto de um contexto de comunicação mais complexo, geralmente relacionadas à escrita, onde os gêneros primários normalmente são absorvidos e/ou transformados.

Essa classificação dos gêneros do discurso, proposta por Bakhtin, além de reforçar a importância do aspecto sócio-histórico no processo de enunciação para o estudo do gênero, evidencia com propriedade o caráter dialógico da linguagem no processo de interação verbal quando destaca que a experiência individual do homem com a linguagem “[...] toma forma e evolui sob o efeito da interação contínua e permanente com os enunciados do outro [...]” (BAKHTIN, op. cit., p.313-4), resultando em um processo de assimilação não do léxico de uma língua, mas “*das palavras do outro*”.

Como se pôde constatar, até então, a diversidade de abordagens acerca do estudo dos gêneros, desde os clássicos até os contemporâneos, revela a complexidade do assunto em questão. No entanto, segundo Faïta (1997, p.276), os modelos clássicos de classificação dos

gêneros não servem para análise de textos midiáticos contemporâneos em função de sua abordagem mais estrutural. Dessa forma, segundo o autor:

[...] Para análise de textos midiáticos, a concepção bakhtiniana parece ser a mais adequada, pois a flexibilidade de sua teoria permite a adequação e a transposição de seus fundamentos sobre a organização genérica às obras deste tempo, especialmente, aos textos midiáticos contemporâneos. (FAÍTA, 1997, p. 267)

A adequação da teoria bakhtiniana sobre a noção de gênero para a análise de textos produzidos pela mídia contemporânea se dá, especialmente nos dias de hoje, em função da intensa proliferação de textos que são constituídos de uma variedade de gêneros.

Os gêneros do discurso são, portanto, na concepção bakhtiniana, um produto em constante movimentação, alimentados não somente por diálogos entre os sujeitos da comunicação, mas também pelo diálogo com outros textos e discursos, produzidos anteriormente ou simultaneamente, com os quais estabelece algum tipo de relação no momento de enunciação, o que reforça a condição de heterogeneidade constitutiva do discurso.

3.2 CAPA DE REVISTA INFORMATIVA: um gênero de segunda ordem

As sociedades modernas vivem um momento histórico em que testemunham a proliferação de gêneros de todas as espécies como reflexo da condição do progresso social e tecnológico. O avanço tecnológico, especialmente aquele relacionado às Tecnologias da

Informação e Comunicação-TICs, vem transformando significativamente as formas de comunicação no meio social.

A velocidade com que a informação chega aos cantos mais remotos de um território tão extenso como o do Brasil, por exemplo, afeta de maneira profunda a forma que a comunicação verbal, visual e auditiva é operada pelos meios de comunicação, chegando a mudar o estilo, o formato e a linguagem empregada em cada esfera de comunicação em função de diversos fatores, tais como: a proposta comunicativa, o veículo de circulação e o público-alvo.

Dessa forma, os diversos gêneros que são produzidos por cada esfera da atividade humana vão sendo modelados em função das necessidades e dos recursos disponíveis em cada situação específica de tratamento da informação a ser transmitida. Assim, as revistas (cujo principal objetivo é a transmissão da informação), enquanto veículos de comunicação, não ficaram indiferentes a todas essas transformações operadas em função do avanço tecnológico.

É possível perceber essas transformações no âmbito das revistas de informação, por exemplo, especialmente no tocante à linguagem que, cada vez mais, aproxima-se da oralidade na tentativa de estreitar os laços de identidade com o público leitor. Outra mudança de valor relevante diz respeito ao espaço dedicado a grandes matérias que vem diminuindo drasticamente em função de um número cada vez maior de assuntos abordados por esses veículos de comunicação.

Assim como os diversos gêneros que podem compor as revistas de informação (sessão de cartas, crônicas, editorial, resenhas etc.), a capa também sofreu modificações na sua estrutura composicional. Essas modificações, geralmente motivadas por interesses econômicos, vieram sob o pretexto da criatividade para camuflar as intenções corporativas de ordem da persuasão.

Enquanto gênero do discurso, no entanto, pode ser classificado, nos moldes bakhtinianos, como um modelo “relativamente estável” de produção de enunciados, produto de uma dada esfera da atividade humana, com propósito comunicativo, que mescla o verbal com o visual.

Com base em Bakhtin (2000), podemos inferir que a capa de revista constitui um gênero discursivo de segunda ordem por ser o produto de um processo de elaboração complexa que envolve um *enunciador* (uma equipe responsável pela seleção e produção das matérias a serem veiculadas em cada edição), um *objeto* (a informação a ser transmitida, supostamente de interesse imediato do público alvo) e um *enunciatário* (composto pelo público alvo da revista).

Na elaboração do enunciado a ser veiculado pela capa de uma revista atuam, direta ou indiretamente, diversos profissionais (redator, fotógrafo, ilustrador etc.) na busca por tornar os assuntos relevantes e atraentes para os leitores, de maneira a despertar o interesse pelo consumo do produto final, a revista como um todo.

Concorrem ainda para a construção de sentido (nas capas de revistas informativas) diversos elementos distribuídos de forma estratégica para compor uma unidade temática tratada em nível linguístico e das artes plásticas. Assim, cores, tipos e tamanhos de letras, a diagramação e distribuição dos textos e imagens no espaço das capas exercem uma função estratégica na organização composicional interna de significação.

Ao lado das imagens, um elemento se destaca na formação de sentidos operados pelas capas de revistas: *as cores*. Através de um trabalho cuidadosamente planejado, o designer artístico, responsável pela composição da capa, busca utilizar o poder de sedução e concentração de atenção proporcionada pelas cores para despertar o interesse e a curiosidade no leitor em potencial, uma vez que “[...] As cores apresentam características de peso, distância e movimento que, combinadas à proporção e localização das formas, constroem uma informação complexa cuja totalidade provoca reações diversas no observador.” (GUIMARÃES, 2000, p.75).

Cabe, ainda, ressaltar o caráter polissêmico que as cores exercem logo de início na leitura de capas de revistas. Essa possibilidade de múltiplos sentidos é herdada do processo histórico de formação de conceitos relacionados às cores e está intimamente ligado com a arte. Conforme afirma Guimarães:

[...] é possível obter-se uma significação precisa para determinada cor em determinado texto cultural. Para conseguir tal invariante, a aplicação da informação cromática deverá estar combinada com outros elementos sígnicos além da própria cor, que possam, no texto cultural apresentado, indicar a leitura correta [...](GUIMARÃES, 2000, p.97-98)

Dessa forma, é possível vislumbrar a importância da imagem para a concretização do efeito persuasivo das capas de revistas. As imagens, nesse contexto, exercem a função de estímulo de nossas emoções e, portanto, atraem o olhar e despertam os sentidos, nos conduzindo ao pensamento. Não é por menos que o uso de fotografias ocupa um lugar de destaque em peças de comunicação desde o surgimento da mídia impressa.

As imagens apelam tanto para o imaginário coletivo, quanto para as experiências vividas pelas pessoas. A imagem é tomada aqui como a representação de um acontecimento¹⁰ nos moldes de Pêcheux (1990). Vale lembrar que as possibilidades de leituras são, em muitos casos, cuidadosamente pensadas, planejadas e conduzidas pelo editorial das revistas para que atendam a um leque de sentidos e emoções que se pretende provocar nos leitores.

Para se ter uma ideia do poder/importância das imagens para a mídia impressa lembramos, por exemplo, que em matérias produzidas em outros idiomas, mesmo quando o leitor não é capaz de compreender o que dizem os textos, ainda assim é possível a reconstrução, até certo ponto, do contexto da notícia através de fotografias e/ou ilustrações. Isso acontece em função do processo de assimilação e retenção de informações que, através da imagem, se dá de forma emocional e subliminarmente.

Essa capacidade de transmitir ideias e/ou conceitos de forma dinâmica e comprovadamente eficiente confere à imagem um papel essencial na composição das capas de revistas, reforçando a mensagem e ampliando sua permanência no pensamento das pessoas, chegando, por vezes, a compor o imaginário coletivo.

¹⁰ Fato que motiva o processo de enunciação, formador de sentidos, que terá como produto final o enunciado.

Nesse processo dialógico de produção de sentidos, a partir de imagens, é preciso observar que quase toda imagem, seja ela estática ou em movimento, é acompanhada de mensagens verbais (textos) – tais como legendas, títulos, pequenos textos, etc. – que geralmente têm como função enfatizar as conotações presentes na imagem.

Para Barthes (1984), essa materialidade linguística que acompanha a imagem pode assumir duas funções: i. de ancoragem ou ii. de etapa. Na primeira, a palavra teria a função de conduzir o leitor na percepção dos sentidos a partir da intencionalidade do produtor da imagem; na segunda, palavra e imagem estão em relação de complemento, pois cabe à palavra colocar, na sequência da mensagem, sentidos que não se encontram na imagem estática ou em movimento.

Como se vê, a formação de sentido a partir de imagens se dá através de um processo complexo que encontra na palavra um elemento essencial, indispensável para transmissão da mensagem de forma adequada. Esse processo está impregnado de intencionalidades por parte do emissor/produtor da mensagem que busca, o tempo todo, conduzir as possibilidades de leitura por parte de seu destinatário, tentando, a todo custo, minimizar os movimentos diversos de sentido naturais quando se trata de linguagem em processo de constituição de sentidos.

Assim, faz-se necessário apresentar a seguir uma abordagem pontual sobre o processo de espetacularização midiática resultante da utilização da polifonia, metáfora/metonímia e implícitos como recursos argumentativos operadores de persuasão na mídia impressa, para que o leitor compreenda melhor, em momento oportuno, as análises que aqui desenvolvemos.

4. ESPETACULARIZAÇÃO E ARGUMENTAÇÃO COMO RECURSOS DE PERSUAÇÃO NA MÍDIA IMPRESSA

Já há algum tempo, as novas tecnologias que surgiram no campo da comunicação agem sobre a percepção humana e exploram a capacidade de sentimentos dos indivíduos. Nesse terreno, movediço por natureza, a sociedade vive cada vez mais, após o advento da revolução industrial, em um movimento frenético em busca de conquistar aquilo que muitas vezes lhe é imposto pela mídia como necessário.

A mídia, na condição de mais um Aparelho Ideológico do Estado nos moldes althusserianos, passa a operar como fio condutor de um consumismo desenfreado, onde se busca trabalhar a percepção do coletivo social para induzir ao consumo, mesmo que sem necessidade, dos mais diversos produtos expostos à venda por um setor industriário que se pauta fortemente pela “[...] reprodução das relações de produção, isto é, das relações capitalistas de exploração [...]” (ALTHUSSER, 1971, 154).

A correria do dia a dia, por sua vez, faz com que as pessoas tenham cada vez menos tempo para checar o real dos acontecimentos e com isso passem a consumir, também de forma descriteriosa, todo tipo de informação produzida pelos diversos meios de comunicação. Guy Debord (1997) definiu bem esse movimento de transformação da sociedade moderna no que chama de *A sociedade do espetáculo*. Nela, a imagem possui um papel centralizador, responsável por intermediar a relação social entre as pessoas.

A sociedade contemporânea, induzida pela mídia, passou então a trocar a experiência real dos fatos por uma representação forjada dos acontecimentos, onde um mundo de aparências e consumo permanente de fatos, notícias, produtos e mercadorias é oferecido no conforto e segurança dos lares, diminuindo, assim, ao máximo, a necessidade de interação entre as pessoas.

Esse contexto favoreceu o surgimento de uma cultura do exagero, que caracteriza bem alguns setores da indústria da informação e comunicação em massa que vive de explorar fragmentos de notícias em prol de uma relação comercial centrada na máxima do lucro acima de qualquer coisa.

Essa relação comercial estabelecida entre os acontecimentos factuais do dia a dia e a produção da notícia a ser veiculada pela mídia reforça a definição de espetáculo na compreensão de Debord (1997, p.9), para quem: “[...] nada mais seria que o excesso do mediático, cuja natureza, indiscutivelmente boa já que serve para comunicar, é por vezes dada a excessos [...]”.

Apostando na incapacidade e desmotivação das pessoas em buscar pela verdade dos fatos, posto que o espectador seja um suposto ignorante de tudo (Cf. DEBORD, 1997, p. 183), alguns veículos de comunicação de toda ordem (revistas, jornais, televisão, rádio etc.) investem nesse tipo de prática sensacionalista que dá lucros.

Acredita-se que se vende com mais facilidade a representação da vida não como ela é exatamente, mas como as pessoas supostamente querem ver, recheada de emoção, por vezes

aventura, mas principalmente com muito escândalo, pois o bom espectador é aquele que nunca age, mas acompanha atentamente os fatos através da grande mídia, sempre esperando para saber o que vem depois.

Podemos inferir, então, que a sociedade do espetáculo foi extremamente competente, desde seu surgimento entre as décadas de 1960 e 1970 durante o processo de transição da sociedade de trabalho para a sociedade de consumo, no sentido de “educar uma geração submissa as suas leis” e completamente alienada em função de um sistema ideológico dominante – o do *capitalismo*.

A ideologia, enquanto sistema de representações, sem dúvida ocupa um papel central no processo de produção de sentido no meio midiático, uma vez que esta “[...] é inseparável da experiência vivencial cotidiana dos indivíduos [...]” (GUARESCHI, 1987, p.19).

Completando essa linha de pensamento, Marilena Chauí (1980, p.16), explicando Karl Marx e sua concepção de ideologia, diz que o filósofo alemão concebia a ideologia como um sistema de dominação que se utiliza de meios diversos para alienar o povo.

Assim, o resultado desse processo meticulosamente pensado e orientado por um sistema ideológico conduz, segundo Debord (1997), para o apagamento da história, fonte da memória de fatos e acontecimentos de uma sociedade e referência da medida de verdade do novo, portanto, a única forma de conferir o teor de verdade do produto da mídia.

Nessa perspectiva, sobre o pretexto de modernização, os meios de comunicação de massa se valeram desde a sua implantação nas sociedades da acentuada defasagem intelectual existente entre os setores da sociedade para implantar e perpetuar os valores capitalistas.

E nessa empreitada, o discurso funciona como uma ferramenta extremamente eficaz no processo de transmissão de um sistema ideológico. Souza (2008, p.60) diz que:

[...] pensando no uso efetivo do discurso em situações reais de interação social, jamais podemos ver a linguagem verbal como linear, unívoca, totalmente racional [...] temos de vê-la como um meio de interação, como algo que emerge de sujeitos históricos e culturalmente situados e se dirige a outros sujeitos em situações semelhantes, refletindo, nessa interação, as ambigüidades, as controvérsias [...] as relações dialéticas e dialógicas que permeiam as relações humanas.

Dessa forma, o discurso, em especial o midiático por alcançar um número maior de pessoas, apresenta-se como um veículo de dominação por excelência, uma vez que serve para agir sobre o coletivo na busca de convencer acerca da validade de uma dada opinião em detrimento de outra(s).

4.1 A argumentação no discurso midiático

No processo discursivo da mídia, dialético e dialógico por natureza, a *argumentação* desempenha papel importantíssimo, uma vez que busca provocar um sentimento de adesão, em um maior número de interlocutores possível, com a(s) tese(s) apresentada(s). Concorrem

para o sucesso desse processo, no entanto, três instâncias: a tese selecionada para defesa por parte do enunciador; a imagem que o enunciador constrói de seu público-alvo; e a imagem que o enunciador constrói de si mesmo.

É interessante observar que ao considerar o enunciatário (individual ou coletivo), com suas características particulares, sócio-historicamente constituídas, no momento de enunciação o enunciador está sendo influenciado por ele, uma vez que na busca por legitimar o seu discurso o enunciador acaba por estabelecer uma espécie de “acordo prévio” com seu interlocutor, delimitando a fronteira entre o dizível e o não dizível.

Por isso, para argumentar, o enunciador precisa antes construir um sentimento de empatia com o seu público “[...] para que no seu discurso, os seus argumentos (*logos*) tenham uma aceitabilidade, para que se construa uma confiança recíproca, e, se possível, desenvolva uma paixão (*pathos*) [...]” (SOUZA, 2008, p.63 – *grifos do autor*).

No entanto, a fronteira, do que pode ou não ser dito, é fortemente marcada, também, pelo contexto de recepção do discurso, visto que é nesse espaço que transitam valores socioculturais, opiniões e julgamentos carregados de marcas ideológicas que são compartilhados pelo grupo social que constitui o público alvo.

Nesse contexto, portanto, o enunciador busca conhecer melhor seu público para tentar projetar um possível nível de aceitação ou rejeição para os argumentos levantados em defesa de uma tese.

A argumentação, no entanto, não se desenvolve de forma aleatória, descontrolada. Antes ela parte de lugares comuns aceitos pelo público e compartilhados pelas técnicas de argumentação. Segundo Perelman e Tyteca (apud. SOUZA, 2008, p.64) esses lugares, de caráter genérico, seriam o lugar: da quantidade, da qualidade, da ordem, do existente, da essência e da pessoa.

O lugar argumentativo *da quantidade* é definido como aquele onde algo é melhor em função da quantidade em que se apresenta. É esse tipo de lugar que favorece o surgimento e aceitação, especialmente pelo senso comum, de argumentos do tipo “quanto mais, melhor!”. Já o lugar da *qualidade* se caracteriza especificamente por oposição ao anterior. Aqui, destaca-se o valor do único, do diferente como valorativo em relação ao maior número. No lugar da *ordem*, por sua vez, a relação de valor que se estabelece diz respeito ao que vem antes em detrimento do que vem depois. Para o lugar do *existente*, o que importa é o concreto, real, uma vez que o possível ou o impossível está para a condição de eventualidade, portanto, nada garante que se tornará real. No lugar da *essência* repousam argumentos da ordem da representação de um padrão. E por fim, o lugar *da pessoa* que está relacionado a argumentos da ordem do humano, vinculados a valores subjetivos, tais como: dignidade, mérito e autonomia.

Para preencher esses lugares genéricos reconhecidos, aceitos e compartilhados por um grupo social, a argumentação lança mão de técnicas argumentativas que concorrem para a formação de sentido e, portanto, para a constituição do poder de persuasão de um discurso. Nesse processo, geralmente, uma técnica específica assume a posição central na formulação

da tese a ser defendida, sendo apoiada e reforçada pelas outras técnicas paralelamente utilizadas.

Essas técnicas se agrupam em quatro grandes grupos (Cf. PERELMAN e TYTECA, 1996): i. *argumentos quase-lógicos* – pautados em princípios lógicos, “[...] discutem contradições, incompatibilidades, regras de justiça, entre outros [...]” (SOUZA, 2008, p.68); ii. *argumentos baseados na estrutura do real* – buscam relação com estruturas admitidas por um grupo social e cristalizadas na própria sociedade para validar os argumentos que se pretende promover; iii. *argumentos que fundam a estrutura do real* – concorrem para a instauração do real através de dois tipos: o fundamento pelo caso particular, lançando mão do exemplo, da ilustração e do modelo; e o raciocínio por analogia, baseado na relação entre estruturas; iv. *os argumentos por dissociação das noções* – manifestos através de rupturas em noções conceituais que geram pares hierarquizados do tipo aparente/realidade. Esse último grupo de argumentos é o que possibilita a contrapartida na argumentação, pois sob a lógica desse grupo, “a todo argumento pode ser contraposto um outro”.

O reconhecimento desses grupos argumentativos, com destaque para o último, é de grande valia para o analista que busca revelar as incompatibilidades de teses apresentadas nos discursos midiáticos, “[...] especialmente entre o que é aparente e que é realidade, uma vez que nem toda aparência representa, de fato, a realidade, embora seja manifestação dela [...]” (SOUZA, 2008, p.69).

4.1.1 Recursos argumentativos na mídia impressa: polifonia, metáfora/metonímia e implícito.

A argumentação pelas vias de suas técnicas, enquanto estratégia de persuasão, sem dúvida reforça a importância da linguagem para os grupos sociais. É através da linguagem que ideias e conceitos são transmitidos, intencionando (in)formar, negar, afirmar, explicar, persuadir etc., provocando ações e reações nos sujeitos actantes.

Contudo, nem sempre é possível perceber de forma explícita as intencionalidades do enunciador no momento em que este utiliza a palavra. Daí a afirmação de Foucault (2002, p.46) de que “[...] as palavras se propõem aos homens como coisas a decifrar [...]” num jogo de enigmas que se legitima e se manifesta através da linguagem.

Na mídia impressa esse jogo de enigmas, instaurado pela opacidade constitutiva da linguagem, atua efetivamente de forma orientada na construção de peças publicitárias onde facilmente se percebe que “[...] as palavras acentuam sentidos conotativos, e transferem para a estrutura de profundidade sentidos diferentes da sua representação apontada na superfície textual.” (FÉLIX, 2006, p.30).

Em se tratando especificamente da composição de capas de revista, objeto de nossa investigação, essa transferência de sentidos opera através da relação dialógica que se estabelece entre imagem(s), cor(es) e texto(s), compondo o que se convencionou chamar linguagem verbo-visual. Nesse processo, três recursos argumentativos são utilizados com certa frequência: a *polifonia*, a *metáfora* e o *implícito*.

A *polifonia discursiva*, entendida grosso modo como “[...] a multiplicidade de sujeitos responsáveis pelo ponto de vista das falas, em um texto [...]” (ANGELIM, 2003, p.15), desempenha papel importante na organização dos discursos, pois além de revelar que a palavra, quando retirada de seu repouso no léxico de uma língua e colocada em contexto de uso efetivo, pode dizer muito mais do que parece, o que nos faz crer que a polifonia serve com frequência de recurso estratégico no convencimento de um público acerca de um tema abordado em determinada peça publicitária.

Dessa forma, o processo de enunciação está impregnado pelo efeito de polifonia, uma vez que a materialidade linguística representada pelo léxico de uma língua é absorvida por cada indivíduo através de todo um discurso social com o qual este entra em contato desde muito cedo. Assim, o efeito/recurso de polifonia se aproxima muito do princípio de heterogeneidade de Bakhtin (1979) que, por sua vez, derruba por terra o equívoco da concepção de sujeito como única fonte/origem do seu dizer.

Angelim (2003), ao tratar dos aspectos teóricos sobre polifonia, relaciona o que considera serem as marcas linguísticas que revelam o efeito polifônico na materialidade do texto:

“[...] verbo no pretérito imperfeito, frases na voz passiva, verbos cujos significados explicitam tratar-se de outro falante (*negar, desmentir, garantir...*), uso de partícula indeterminadora do sujeito, modalização, discurso indireto, nominalização de fatos, restrição [...]” (ANGELIM, 2003, p.15)

A autora assevera que o recurso da polifonia, quando usado para transferir a responsabilidade do que está sendo veiculado para alguém com maior credibilidade, revestido de autoridade no assunto, pode se tornar uma importante estratégia de argumentação em textos opinativos.

No tocante a *metáfora*, esta tem sido estudada desde Aristóteles, na sua Poética, observando-se especialmente a sua função estética, onde se constitui em efeito de ornamento no discurso. A sua função cognitiva passou a ser observada a partir de estudos mais recentes, merecendo destaque para Lakoff e Johnson (2002) que transcenderam os limites da metáfora como ornamento da linguagem, percebendo-a como constitutiva da vida cotidiana, portanto, mediadora das representações e compreensões que formulamos sobre o mundo.

Os autores sintetizam bem o entendimento da noção de metáfora para a maioria das pessoas e concluem com o que consideram ser a orientação mais adequada, com base em suas descobertas, para se compreender o tema quando dizem:

A metáfora é, para a maioria das pessoas, um recurso da imaginação poética e um ornamento retórico – é mais uma questão de linguagem extraordinária do que de linguagem ordinária. Mas do que isso, a metáfora é usualmente vista como uma característica restrita à linguagem, uma questão mais de palavras do que de pensamento ou ação. Por essa razão, a maioria das pessoas acha que pode viver perfeitamente bem sem a metáfora. Nós descobrimos, ao contrário, que a metáfora está infiltrada na vida cotidiana, não somente na linguagem, mas também no pensamento e na ação. Nosso sistema conceptual ordinário, em termos do qual não só pensamos mas também agimos, é fundamentalmente metafórico por natureza. (LAKOFF e JOHNSON, 2003, p.45)

Dentre os recursos argumentativos de persuasão, a metáfora se destaca nos estudos do discurso na medida em que se constata que “[...] Os discursos *políticos, morais, jurídicos* ou *midiáticos* fazem grande uso da metáfora para impor opiniões sem demonstrá-las [...]” (MAINGUENEAU, 2004, p.330). Através do processo de transferência por analogia, a metáfora consegue, sem encontrar muita resistência, transmitir valores e princípios ideológicos condensados, acentuando os efeitos manipuladores do discurso.

A metonímia, por sua vez, pressupõe uma relação de contiguidade, de proximidade entre dois termos, o que a difere da metáfora. Quando lançamos mão do uso da metonímia, na realidade usamos “[...] uma entidade para nos referirmos a outra que é relacionada a ela [...]” (LAKOFF e JOHNSON, 2002, p.91-92).

Para Maingueneau, a metonímia, juntamente com a metáfora, é considerada uma das principais figuras discursivas, merecendo atenção nos estudos da linguagem desde a Antiguidade grega. Para ele, a metonímia enquanto recurso de linguagem “[...] designa, globalmente, as operações retóricas que jogam com a *combinatória* dos termos no interior dos enunciados [...]” (MAINGUENEAU, op. cit., p.331).

O *implícito do discurso*, por sua vez, é entendido por Maingueneau (Op. cit., p.270) como todo aquele conteúdo que se enxerta no enunciado e que não está, a priori, posto de maneira direta, objetiva, mas que pode ser inferido através de material linguístico (de ordem semântica) ou do contexto de enunciação (de ordem pragmática).

Em se tratando de conteúdos que transitam estrategicamente nas entrelinhas do enunciado, os implícitos discursivos podem ocorrer em relação de oposição ao posto¹¹, através do *pressuposto* e do *subentendido* (DUCROT, 1987). O *pressuposto* pode ser inferido pelo viés da carga semântica do material linguístico inscrito diretamente no enunciado, enquanto que o *subentendido* depende de “circunstâncias enunciativas particulares” para se manifestar.

Dessa maneira, é possível inferir que, no caso dos implícitos, o pressuposto está relacionado diretamente a um processo de enunciação em que dois ou mais sujeitos participam, estando, portanto, ligados entre si no ato de comunicação e em que o posto lhe autoriza a legitimação, enquanto que o subentendido é tudo aquilo que pode ser concluído pelo(s) enunciatário(s) a partir de indícios contextuais.

Lembramos, porém, que o subentendido não está dado de maneira a ser prontamente percebido no processo de enunciação, o que pode causar problemas de interpretação, uma vez que para o subentendido estar escondido é condição fundadora de sua natureza, mas não ser encontrado pode causar grandes problemas como, por exemplo, o mal-entendido.

Assim, para o analista, segundo Maingueneau (2004, p.271, grifos do autor), “[...] O *trabalho interpretativo* consiste, pois, em combinar as informações extraídas do enunciado com certos dados contextuais [...] para construir uma representação semântico-pragmática

¹¹ Tudo aquilo que for diretamente exposto através do material linguístico utilizado no enunciado (Cf. MAINGUENEAU, 2004, p.270-271).

coerente e verossímil do enunciado [...]”, revelando, dessa maneira, as movências de sentidos ao qual o enunciado está sujeito em função dos objetivos do enunciador.

Concluída a trajetória de revisão teórica que buscou resgatar alguns conceitos consideramos, nesta pesquisa, basilares para os procedimentos analíticos, acreditamos ter preparado o espírito do leitor para nos acompanhar nas análises de um conjunto de capas da revista *Veja* que, no nosso entendimento, apresentaram com mais nitidez o uso efetivo de operadores argumentativos da linguagem verbo-visual.

5. ANÁLISE

5.1 Objetivos

5.1.1 Geral

- Investigar o processo de construção de sentido na Mídia Impressa tomando como base de análise a Revista Veja através de capas que fazem referência direta ou indireta à imagem do Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, publicadas entre 2001 e 2010.

5.1.2 Específicos

- Identificar quais mecanismos discursivo-textuais (os recursos argumentativos) são reclamados para a construção do processo de espetacularização da mídia e da imagem sócio-ideológica do Ex-Presidente Lula;
- Analisar os possíveis gestos tendenciosos de manipulação ideológica em favor do sistema capitalista dominante, manifestos nas capas da revista VEJA, que corroboram ou não para a manutenção da ordem social e discursiva estabelecida pela revista acerca do Ex-Presidente Lula.
- Caracterizar os possíveis efeitos de sentido, sobre o leitor da revista, manifestados pelas construções discursivas veiculadas através das capas da Revista Veja;

Apresentados os objetivos, passemos a uma revisão dos procedimentos metodológicos adotados para o desenvolvimento desta pesquisa, para efeito de conhecimento, por parte do leitor, dos caminhos percorridos até chegarmos aos resultados que por ora são aqui expostos.

5.2 Metodologia

Para o desenvolvimento de nosso trabalho de dissertação foi elaborado um plano de pesquisa que partiu, inicialmente, de um levantamento bibliográfico para delimitação de um marco teórico inicial que nos permitisse aprofundar nosso entendimento acerca de alguns conceitos relacionados linguagem, discurso, gênero, polifonia, implícitos, metáfora e metonímia.

A compreensão desses conceitos contribuiu de forma direta para a delimitação de nosso problema de investigação, bem como na definição dos objetivos – geral e específicos – a serem verificados ao longo de nossa pesquisa.

Nosso *corpus* de investigação foi composto por um conjunto de capas da Revista **VEJA**, um produto da Editora Abril, publicadas no recorte temporal que vai de **2001** a **2010**, o que caracteriza nossa pesquisa, portanto, de ordem documental, fundamentalmente de cunho qualitativo-interpretativista.

Em função da natureza constitutiva de nosso *corpus*, a *primeira etapa* de nossa pesquisa se concentrou em leitura de diversos temas relacionados à Análise de Discurso de

linha francesa para, em seguida, proceder ao levantamento e construção do *corpus* de investigação.

A segunda etapa consistiu efetivamente na seleção e análise dos elementos constituintes de sentidos manifestados pela composição das capas sob uma linguagem verbo-visual, levando em consideração as diversas possibilidades de sentidos proporcionadas pelo uso de recursos argumentativos do tipo: polifonia, metáfora/metonímia e implícitos.

Foram selecionadas, dentro do recorte temporal definido anteriormente, e ainda com base em nossos objetivos de investigação, apenas capas que apresentassem como tema central a imagem do Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva e/ou de seu partido, o PT.

Antes de adentrarmos nas análises propriamente ditas, faz-se necessário que o leitor conheça um pouco da história, mesmo que de forma resumida, do veículo de comunicação escolhido para nos fornecer o material discursivo-textual de análise para esta pesquisa, a revista Veja.

5.3 A Revista VEJA e seu modelo de reportagem

Lançada em 1968 pelo Grupo Abril para preencher um espaço até então carente no Brasil, o de revistas de cunho reflexivo, que buscasse pelo aprofundamento e síntese dos fatos mais relevantes ocorridos no Brasil e no mundo, a Revista VEJA é hoje considerada uma das

maiores revistas de informação de circulação semanal do país, segundo pesquisa¹² encomendada pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República (SECOM).

Inspirada no modelo americano de produção e circulação de notícias (uma mescla de informação, opinião e publicidade), a revista *Veja*, considerada como veículo formador de opinião em função de sua larga circulação nas classes A e B, propõe-se a buscar mais do que simplesmente informar, apresentando sua interpretação dos fatos¹³, chegando, por vezes, a se auto-avaliar como *indispensável*.

Um dos pontos que se destaca em relação à revista *Veja* é seu cuidado com o tratamento das notícias veiculadas através das capas, visto que são os primeiros textos a serem lidos, portanto estrategicamente pensadas para persuadir seu público alvo a comprar a revista.

Dessa forma, é possível perceber através de uma breve análise da linha editorial da revista que “Os critérios para seleção de notícias são conscientes [...], baseados nos interesses políticos e econômicos [...]” (GUARESCHI, 1987, p.62), portanto ideológicos, do grupo empresarial ao qual a revista pertence.

Ao longo de sua história a revista *Veja* esteve envolvida em inúmeras situações em que teve sua postura jornalística questionada. Hoje, um de seus principais opositores é o

¹² Disponível em: http://www.institutobrasilverdade.com.br/index.php?option=com_content&task=view&id=5932&Itemid=99

¹³ Essa condição pode ser verificada através dos slogans utilizados pela revista ao longo de sua história: *Indispensável* (1998); *Quem lê Veja entende os dois lados* (2004); *VEJA, indispensável para o país que queremos ser* (2009).

jornalista Luis Nassif que, em seu blog¹⁴, publica regularmente artigos que tratam do que chama de *modelo Veja de reportagem*¹⁵. Um dos principais pontos criticados diz respeito à suposta parcialidade da linha editorial da revista diante dos fatos.

No “modelo Veja de reportagem” entram estratégias discursivas diversas, do tipo: rótulos, adjetivos e definições de conotação negativa com o objetivo de estigmatizar direta ou indiretamente a imagem de personalidades públicas; distorção dos fatos – o que não significa *a priori* falsear os acontecimentos, mas selecionar de forma arbitrária e tendenciosa os fatos a serem apresentados, criando versões espetaculares do real.

A revista Veja hoje é considerada por muitos jornalistas (Alberto Dines, Altamiro Borges, Ana Paula Maravalho, Renato Rovai, entre outros¹⁶) como mais um veículo de informação a serviço da denominada “imprensa marrom” – modelo de jornalismo que busca, através do sensacionalismo, aumentar as vendas e, portanto, seus lucros divulgando de forma exagerada os fatos e acontecimentos ocorridos tanto no âmbito nacional, quanto internacional. Em função dessa postura tendenciosa, fortemente inclinada para o sensacionalismo, a Editora Abril tem enfrentado inúmeros processos na justiça.

Em 2010, após ter publicado matéria intitulada “Índio acertou o alvo” (edição de 26/07/2010) em que divulga trechos de gravações onde o deputado Índio da Costa – DEM/RJ fala sobre uma suposta ligação entre o Partido dos Trabalhadores – PT e as Forças Armadas

¹⁴ <http://www.advivo.com.br/luisnassif>

¹⁵ <http://sites.google.com/site/luisnassif02/home>

¹⁶ Jornalistas que publicam artigos no blog de Luis Nassif.

Revolucionárias da Colômbia - FARC, o Tribunal Superior Eleitoral – TSE concede direito de resposta ao PT a ser veiculada nas páginas da revista *Veja* por entender que a revista não se limitou a informar sobre os fatos, mas acentuou o argumento do deputado, atribuindo juízos de valor, o que foi considerado ofensivo pelo PT e pelo próprio TSE, como fica evidente nas palavras do Ministro Ricardo Lewandowski: “A revista entremeia fatos com insinuações”.¹⁷

Mais recentemente, a parceria com o Bradesco S/A rendeu o projeto *Acervo Digital*, um espaço virtual onde a revista *Veja* disponibiliza, desde 2009, “todas as suas edições” (de 1968 a 2011). Curiosamente, algumas edições, como a mencionada anteriormente que deu direito de resposta ao PT, não se encontram disponíveis.

Finalmente, convidamos o leitor a nos acompanhar por algumas análises realizadas que buscam apresentar apenas uma leitura, fundamentada nos suportes teóricos apresentado na primeira parte deste trabalho, dentre as várias possibilidades que se configuram a partir da materialidade discursiva com a qual trabalhamos.

Para tanto, apresentamos de início uma breve descrição do *corpus* desta pesquisa, para que o leitor se situe no tempo e no espaço que norteiam o processo analítico apresentado na sequência.

¹⁷ TSE concede ao PT direito de resposta na Revista *Veja* <http://oglobo.globo.com/pais/eleicoes2010/mat/2010/08/02/tse-concede-ao-pt-direito-de-resposta-na-revistaveja-917304687.asp>

5.4 *Corpus* e análise

As revistas de informação fazem parte do cotidiano de muitas pessoas como um dentre os diversos veículos da mídia que proporciona o acesso à informação acerca dos fatos e acontecimentos ocorridos no país e no mundo. Naturalmente, esses veículos, enquanto produtos de uma indústria (a da informação) estão, primeiramente, a serviço de um sistema capitalista que prioriza o lucro acima de tudo.

Assim, a informação é um produto a ser trabalhado de maneira a persuadir uma dada parcela da população a consumir a revista sob a premissa de que por meio desta o leitor estará se mantendo não somente atualizado sobre tudo que acontece no seu país e no mundo, mas também terá acesso a uma leitura interpretativa dos fatos proporcionada pela equipe editorial da revista.

A revista VEJA tem se mostrado um caso a parte por se destacar no cenário jornalístico brasileiro em função de estar sempre em busca de denunciar especialmente os problemas de ordem política relacionados às diversas esferas do executivo – Federal, Estadual e Municipal. A revista, portanto, assim como suas demais concorrentes, ISTOÉ e ÉPOCA, costuma empregar um tratamento espetacular às notícias que geralmente são retratadas em suas capas.

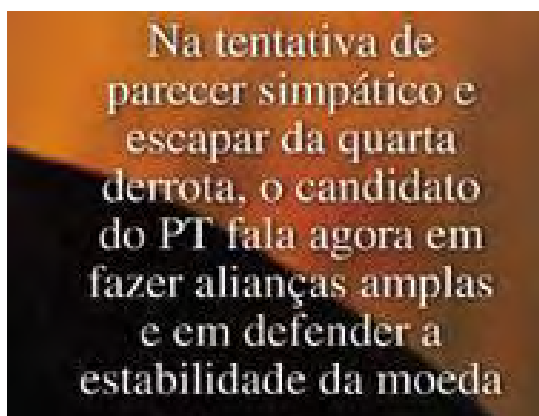
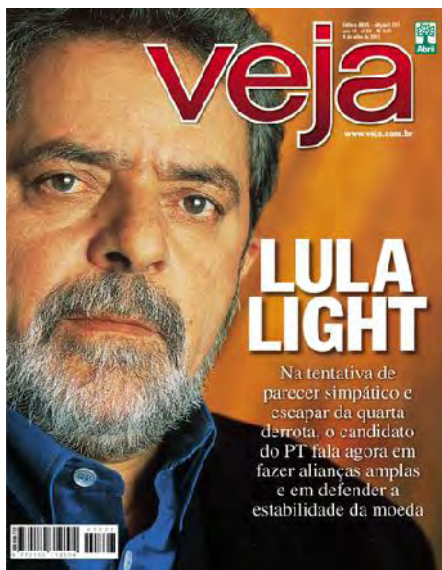
Esse caráter espetacular manifesto nas capas da revista VEJA nos despertou especial interesse por se tratar de um gênero (Capa de Revista Informativa) de grande força apelativa, uma vez que a linguagem verbo-visual, comum nesse tipo de gênero de discurso, dispõe de inumeráveis recursos argumentativos que podem corroborar para a transmissão sutil de

valores sócio ideológicos de uma classe dominante, concorrendo para a formação da opinião pública.

Como a revista VEJA é um veículo de informação em circulação no Brasil desde o final da década de 1960, tratando de assuntos diversos, supostamente de interesse público, com frequência retratando escândalos políticos, e em função dos objetivos de pesquisa, o nosso *corpus* de investigação foi constituído de capas da revista publicadas entre 2001 a 2010, que fizessem menção, direta ou indiretamente, a imagem do Ex-Presidente Luis Inácio Lula da Silva ou a seu partido, o PT.

De um conjunto de aproximadamente 101 capas foram selecionadas 10 que, no nosso entendimento, e sob a luz do aporte teórico selecionado, manifestaram de forma mais explícita os operadores argumentativos reveladores de intencionalidade por parte da linha editorial da revista, como se pode verificar nas análises a seguir.

Capa 01



Edição 1707 de 04/07/2001

Começamos por relembrar a importância do *contexto de produção* do discurso para a investigação do processo de produção de sentido, como destaca Bronckart (2009, p.93) que concebe o texto como produto de um “comportamento verbal concreto” de um agente situado no tempo e no espaço, marcado fortemente, dessa forma, pela história.

Esse conceito de Bronckart está em sintonia com a noção de *condição de produção* de Pêcheux (1990, p.312) que compreende tudo que é externo à língua, seja de ordem social e/ou histórica, e que exerce influência, direta e/ou indireta, no processo de construção enunciativa.

O contexto de produção desta capa, portanto, parte do fato de que 2001 foi o ano que antecedeu as eleições presidenciais no Brasil, ano em que os partidos costumam lançar seus pré-candidatos. Em se tratando de um tema tão importante para a definição dos rumos políticos, econômicos e sociais de um país, as eleições presidenciais, a revista Veja dedicou

apenas uma capa à figura de Lula, então pré-candidato pela quarta vez ao cargo maior do poder executivo brasileiro.

A imagem de Lula escolhida pela equipe editorial da revista chama atenção. Ocupa a maior parte da capa. O candidato aparece bem vestido, de barba feita, com olhar suave, contrastando com o imaginário coletivo construído ao longo do tempo pelos diversos meios de comunicação. Lula – ex-sindicalista, de origem humilde, militante das causas trabalhistas, bandeira levantada pelo partido que ajudou a fundar o PT, aparecia geralmente mal vestido, barba desalinhada e olhar penetrante de quem está frequentemente envolvido em conflitos sindicais. Lula agora aparece “light” ou nos moldes de outra classe trabalhadora, provavelmente, acima do operariado assalariado.

O uso da expressão serena implicitamente estabelece o rompimento com a expressão política antes adotada pelo homem que manipulava um discurso em prol das massas. A evidência da expressão suavizadora não estabelece, no entanto, um rompimento total da atual imagem com aquela do passado: permanecem traços singulares de alguns poucos revolucionários ou de representantes de movimentos sociais na América Latina. A barba e o bigode parecem apontar a existência de um lutador que se camufla para melhor circular e obter sucesso.

A sobriedade do vestuário, em preto e azul, parece unir duas forças antes díspares. O azul do tecido jeans da camisa sinaliza para com a informalidade do vestir cotidiano, o vestir do trabalho, da luta. O blazer escuro (preto, ou azul marinho) figura como uma espécie de

índice da classe média e estabelece o equilíbrio formal entre as várias vias do poder. Quem sabe, a união sutil do operário e do político em tempos modernos.

A manchete destacada por letras em caixa alta de fundo branco trazendo os dizeres “LULA LIGHT” reforça a primeira sugestão de leitura feita a partir da imagem de Lula na capa da revista. Primeiramente, considerando os efeitos da escolha das cores para compor a peça jornalística, é preciso lembrar que estas exercem efetivamente diversos efeitos sobre o organismo humano, conduzindo de forma sutil, praticamente imperceptível para a maioria dos leitores, ao despertar de sentimentos e a tomada de juízo (BARTHES, 1984) acerca do tema ao qual o leitor está sendo exposto.

No caso da capa que tomamos por hora para análise, a cor branca escolhida para compor a manchete reforça uma leitura primeira de suavização da imagem do candidato à presidência, sugerindo leveza. A cor branca ainda compõe o imaginário coletivo como um símbolo de paz, portanto, parece sugerir, dessa forma, uma mudança de postura por parte do candidato de radical para moderado.

O texto que segue logo abaixo da manchete, porém, assume um tom diferente do sugerido *a priori* pela leitura visual, seguindo em um sentido contrário. Partindo de um tom irônico possível de se perceber na passagem “*Na tentativa de parecer simpático e escapar da quarta derrota...*”, o discurso sugere que o candidato do PT estaria mudando a postura de radical de esquerda para moderado na tentativa de chegar à Presidência da República. A pressuposição argumentativa (DUCROT, 1987) manifesta na primeira parte do texto é a de

que Lula já houvera tentando se eleger Presidente da República sem sucesso por outras três vezes.

A sequência do texto, por sua vez, aciona outro recurso argumentativo, dessa vez do tipo subentendido. Na passagem “*...o candidato do PT fala agora em fazer alianças amplas e em defender a estabilidade econômica.*” a possibilidade de leitura subentendida que salta a primeira vista é a de que o PT (aqui sugerido como vindo a ser o verdadeiro dono do lugar de presidente caso Lula se eleja) estaria disposto a qualquer tipo de negociação com os partidos políticos representantes da elite dominante para chegar ao poder.

Dessa forma, a relação da chamada de manchete “LULA LIGHT” com o texto que se segue logo abaixo corrobora para a construção de uma imagem depreciativa do presidenciável, Luis Inácio Lula da Silva, parecendo querer alertar a população de que aquele candidato não mantém uma postura ética confiável, uma vez que mudou completamente sua forma de se apresentar tanto esteticamente quanto através de seu discurso.

A chamada de manchete “LULA LIGHT” ainda constitui, nos moldes de Lakoff e Johnson (2002) uma metáfora conceptual na medida em que ideias/significados são consideradas objetos e as expressões linguísticas funcionam como recipientes de comunicação que estão a serviço do emissor em direção ao(s) receptor(es).

Assim, para esses autores, “o falante coloca idéias (objetos) dentro de palavras (recipientes) e as envia (através de um canal) para um ouvinte que retira as idéias das palavras recipientes [...]” (LAKOFF & JOHNSON, 2002, p.54).

Nesse ponto, os autores dialogam com Pêcheux (1995, p.160), ainda na AD-1, no que compreende a questão do significado como opaco, determinado pelas relações ideológicas estabelecidas no processo sócio-histórico em que “palavras, expressões, proposições são produzidas” e não transparente, como se acreditava, dado a partir da literalidade supostamente natural à palavra.

Se considerarmos, por exemplo, o elemento linguístico *LIGHT*, constituinte da chamada de manchete em questão, a partir do conjunto metafórico proposto por Lakoff e Johnson (Op. Cit., p.59) – LEVE É PARA CIMA – LEVE É BOM, então perceberemos um primeiro momento de sentido metafórico proposto pela revista: a de mudança positiva na postura do presidenciável, Lula.

Contudo, a sequência dos elementos textuais que compõem esta capa propõe, sutilmente, uma inversão desses valores: no jogo de palavras é sugerida implicitamente a intencionalidade na mudança de postura por parte do presidenciável, o que tornaria esse movimento BOM É PARA CIMA incoerente, portanto negativo, uma vez que haveria, supostamente, a intenção de enganar o eleitor.

Essa leitura ainda é reforçada pelo tom amarelo em degrade que preenche o fundo da capa, sugerindo através da penumbra um ar sombrio a figura do candidato do PT que parece, segundo os direcionamentos de leituras proporcionados pelos arranjos composicionais da capa, querer ludibriar a opinião pública, dando a entender que é um novo candidato, sem o tradicional radicalismo de esquerda de seu partido.

O único traço identitário mantido com o PT está sutilmente colocado através do preenchimento, em tom degrade do vermelho para o preto do nome da revista que parece estar ali para mostrar que mesmo com todo o esforço em se apresentar diferente, por traz daquela nova imagem permanece um partido de postura radical e de tendência socialista por natureza que pode colocar a perder toda a estabilidade econômica conquistada pelos oito anos de governo neoliberal do então presidente, Fernando Henrique Cardoso.

Na composição desta, e dais demais capa é possível perceber, portanto, a dispersão de diversos textos inscritos na mesma Formação Discursiva (FOUCAULT, 1969), que mantém entre si certas regularidades enunciativas (CASTRO; CRISTIANO, 2003) que corroboram para a manutenção do discurso sócio-ideológico que Veja pretende transmitir.

O conjunto de recursos argumentativos, portanto, selecionados e efetivamente utilizados na composição da capa através dos marcadores textuais presentes no discurso manifesto da revista VEJA, reforçados pelas escolhas de cores, tons e iluminação, parece manter relação muito próxima com a tentativa de manutenção do sistema ideológico, de orientação capitalista, neoliberal, ao qual o Grupo Abril, proprietário da revista, se filia.

EMPRESÁRIOS DISPUTAM A AGENDA DO PETISTA



Edição 1752 de 22/05/2002

Em 2002, ano das eleições presidenciais no Brasil, a primeira aparição da imagem do candidato petista nas capas da revista VEJA se deu na edição 1752, de 22 de maio daquele ano. Ainda relativamente distante do pleito eleitoral que ocorreria em outubro do mesmo ano, mas crescendo nas intenções de voto – passou de 32%, em 9 de abril, para 43%, em 14 de maio, segundo pesquisa DATAFOLHA – Eleições 2002¹⁸, publicada em 14 de maio, o presidenciável Lula volta a ser tema central na composição da capa da revista.

Desta vez, diferentemente da capa analisada anteriormente em que Lula ocupa posição de destaque no espaço discursivo, chama atenção, logo de início, o fato de que a imagem do presidenciável aparece de forma reduzida no canto direito inferior, com um movimento de olhar desviado para o alto, sobre um fundo vermelho em segundo plano que contrasta com o

¹⁸ http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=174

plano superior em tom de preto sob um efeito de gradeado compondo a apresentação de um gráfico que traz a projeção de crescimento de Lula nas intenções de voto em comparação com a oscilação da credibilidade da economia brasileira através do chamado “*Risco Brasil*”.

Completa a composição da capa a manchete: “POR QUE LULA ASSUSTA O MERCADO”, elaborado em letra do tipo caixa alta, com preenchimento branco, disposto logo ao lado da imagem de Lula; a chamada superior “EMPRESÁRIOS DISPUTAM A AGENDA DO PETISTA”, também em caixa alta, mas desta vez preenchida em tom de verde; e o nome da revista, em letra vazada com preenchimento em tom de amarelo.

Começamos por analisar a composição da manchete principal: “POR QUE LULA ASSUSTA O MERCADO”. Percebe-se, logo de início, uma construção interrogativa subentendida, apesar da ausência estratégica do sinal gráfico de marcação desse tipo de construção frásica, visto que a primeira leitura autorizada vem em tom de pergunta para o leitor.

Observe-se, de antemão, que a partir dessa manchete é possível resgatar um importante conceito da teoria pecheutiana na AD-2, relacionado à memória e o interdiscurso: o conceito de *pré-construído*, onde se compreende que o discurso é formado a partir de (atravessado por) diversos outros discursos produzidos anteriormente, que concorrem para a formação de sentido (PÊCHEUX, 1997).

Essa manchete dialoga, portanto, diretamente com a apresentação do gráfico que contrasta o crescimento do candidato petista nas pesquisas de intenção de voto em relação à

oscilação dos ânimos dos investidores sobre a economia brasileira. A composição da capa dando visivelmente maior destaque a essa oscilação, reforçada pela manchete parece querer alertar os eleitores de que Lula não inspira credibilidade entre os investidores. O fundo em tom preto reforça essa leitura, visto esta cor geralmente ser associada a sentimentos e emoções negativas. A manchete desperta, ainda, no subconsciente do imaginário coletivo uma relação de proximidade com a metáfora (LAKOFF e JOHNSON, 2002) do monstro – uma criatura grotesca, violeta, que mete medo e assusta.

Essa condição de insegurança entre os investidores parte da pressuposição de Lula ser um candidato de extrema esquerda, de origem humilde, sem formação acadêmica. Sem contar que ele é filiado a um partido de filosofia socialista, abertamente compromissado em campanhas com as causas populares. Essa pressuposição autoriza, por sua vez, o subentendido de que é grande a possibilidade da implantação de um governo voltado para uma distribuição de renda mais justa, o que poderia implicar no aumento da carga tributária sobre os grandes investimentos, reduzindo dessa forma os lucros de diversos setores da economia.

O céu negro e entrecortado por raios em vermelho e preto parece estremecer ao olhar quase de suspeição lançado pelo candidato. Mas, igualmente, pode ser uma representação na qual o mercado alerta ao candidato que poderá lutar contra sua candidatura, já que esse mercado está sendo ameaçado.

Disputar a agenda do candidato equivale ao princípio da espionagem internacional sobre estratégias governamentais, perspectivas econômicas, divisões de bens, dentre outras. A

mais notável das suspeições estaria no fator possível da revisão formal dos acordos entre patrões e operários. Os planos do candidato deveriam ser melhores conhecidos.

A chamada de matéria superior, em segundo plano, “EMPRESÁRIOS DISPUTAM A AGENDA DO PETISTA”, vem preenchida tendenciosamente em tom de verde, cor que quando relacionada à economia remete a dinheiro, lucro, negociações etc. Retomando aqui o texto que acompanha a manchete da capa analisada anteriormente que sugere uma mudança de estratégia do PT ao se abrir para “alianças amplas”, esta chamada direciona a leitura no sentido de que empresários possivelmente importantes para a economia do Brasil, percebendo a iminência do candidato petista ser eleito, buscam uma maior aproximação que possibilitem alianças que preservem seus investimentos e lucros exorbitantes.

Direcionando o olhar agora para a imagem de Lula que aparece na capa é possível destacar pelo menos três elementos importantes para a construção de sentido que dialogam intimamente com o restante da capa. Primeiro, a disposição da imagem de Lula que está sobre um fundo em cor vermelha. Segundo, a disposição desta imagem por baixo daquela de fundo preto em que é apresentado o gráfico descrito e analisado anteriormente, marcada por um movimento gráfico de virada de página em tom metálico. E terceiro, o movimento de cabeça e olhar de Lula para o alto.

Esses três elementos concorrem intimamente para o reforço do discurso que vem sendo construído pelo conjunto composicional da capa. A imagem de Lula sobre o fundo vermelho remete à leitura de que por traz do candidato está seu partido, o PT. O movimento de virada de página em tom metálico próximo à cabeça do candidato, por sua vez, possibilita

a inferência de uma mensagem subliminar sugestiva de que Lula viria a ser, possivelmente, caso eleito, apenas um “testa de ferro” de seu partido. Por fim, o movimento de cabeça e olhar direcionado para o alto, captados pela fotografia selecionada para compor a capa, sugerem um ar de insegurança e medo, típico de quem está assustado.

Dessa forma, assim como na capa analisada anteriormente, é possível perceber a seleção cuidadosa dos elementos verbo-visuais para compor a capa de maneira a direcionar as possibilidades de leitura no sentido da construção de uma imagem desvalorizada, sem credibilidade, portanto, oferecendo um risco para a economia brasileira, caso o candidato petista chegue à presidência.

As relações que se estabelecem entre cores, imagens e textos são harmoniosas dentro da proposta discursiva selecionada pela linha editorial da revista. Às cores cabe desempenhar a função comunicativa e cultura de apelo, tornando irresistível a leitura do conjunto. Aos textos recai a função de dar maiores indícios para leitura e interpretação dos fatos relatados através dos diversos recursos argumentativos. E as imagens estabelecem a ligação entre os elementos textuais e visuais, autorizando as possibilidades de leitura instauradas pelo conjunto dos elementos composicionais.

Capa 03



Edição 1770 de 25/09/2002

Na sequência das aparições do tema Lula nas capas da revista Veja no ano de 2002, destacamos a edição 1770, de 25 de setembro. Ainda isolado nas pesquisas de intenção de voto, o presidenciável, Luis Inácio Lula da Silva, parece merecer especial atenção da revista em função do crescimento deste nas pesquisas de intenção de votos¹⁹.

Com relação primeiramente aos elementos visuais que compõem esta capa, uma tomada fotográfica do Palácio do Planalto sob um céu azul, mas repleto de nuvens, preenche todo o espaço disponível. Ao centro, em posição de destaque, vestindo a faixa presidencial está a estrela vermelha, símbolo do Partido dos Trabalhadores – PT.

Completam a estrutura composicional significativa desta capa dois pequenos textos: em destaque, logo abaixo do símbolo do partido, aparece a manchete: T1 – O PT ESTÁ

¹⁹ Em pesquisa de intenção de voto para presidente, desenvolvida pelo Instituto DATAFOLHA em 2002, publicada em 14/05/2002, Lula ganha 11 pontos e chega a 43% . Disponível em: http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=174. Acesso em: 21/05/2011.

PREPARADO PARA A PRESIDÊNCIA? E no canto esquerdo superior, disposto na tarja transversal, a chamada de matéria: T2 – JOSÉ DIRCEU: O HOMEM QUE FAZ A CABEÇA DE LULA.

Suspensa no ar por prendedores imaginários, a estrela pode ser uma representação bem complexa aos olhos do seu leitor potencial. Em princípio, que o governo sob tal ordem será etéreo, sem sustentáculos de qualquer ordem, estando ao sabor dos ventos ou dos discursos de outros. Um alvo fácil ou mesmo uma espécie de marionete, balão inflável, supostamente preso a uma amarra, uma âncora invisível... Um outro?

A imagem do Palácio do Planalto ao centro fornece de imediato ao leitor a dica de que esta edição da revista traz como assunto de destaque as eleições presidenciais de 2002. Essa ideia é reforçada pela estrela símbolo do PT vestindo a faixa presidencial que em sintonia com as cores naturais do plano de fundo (céu azul e nuvens predominantemente brancas) remetem à Bandeira Nacional.

Aparentemente, os elementos gráficos (imagens e cores) que compõem esta capa objetivam, em um primeiro momento, apenas chamar a atenção do leitor para o conteúdo da revista. Somente a partir da leitura dos dois textos que completam a composição da capa é possível perceber alguns dos movimentos de sentido proporcionados pela relação estabelecida entre os elementos argumentativos textuais, as imagens e as cores.

Ao dispor T1 – O PT ESTÁ PREPARADO PARA A PRESIDÊNCIA? como manchete, a capa da revista começa a construir o caminho interpretativo sugerido para o(s)

possível(eis) leitor(es). Observa-se, a priori, a utilização da *personificação* (Cf. LAKOFF e JOHNSON, 2002, p.87-88) como recurso metafórico para atribuir características humanas a um elemento subjetivo por natureza.

Ora, se o cargo de presidente da república só pode ser ocupado por um(a) brasileiro(a), neste caso a metáfora PT É UMA PESSOA atribui características humanas ao partido que na manchete da revista é tomado em substituição ao candidato que o representa nas eleições presidenciais de 2002.

O segundo texto (T2 – JOSÉ DIRCEU: O HOMEM QUE FAZ A CABEÇA DE LULA), ainda mais incisivo, faz referência direta, pela primeira vez, ao presidenciável, Lula, e apresenta outro nome de grande relevância para o PT, José Dirceu, seguindo a mesma linha de construção de sentido através da metáfora, como recurso argumentativo.

No caso de T2 é possível inferir, nos moldes de Lakoff e Johnson (2002, p.59), a utilização de metáfora estrutural e orientacional. Neste caso, quando se coloca “[...] O HOMEM QUE FAZ A CABEÇA DE LULA”, o verbo FAZER estrutura metaforicamente o conceito orientacional CONSCIENTE É PARA CIMA (portanto, positivo)/INCONSCIENTE É PARA BAIXO (portanto, negativo) em relação a Lula, objeto manipulado por José Dirceu no sentido de fazer a cabeça, de controlar as ações do candidato.

Após a descrição por partes dos elementos composicionais da capa em análise, podemos lançar um olhar sobre as possíveis relações de sentido proporcionadas pelo conjunto como um todo. Assim, imagem do Palácio do Planalto sob um céu azul apresentando uma

série de nuvens levemente em tom de cinza na parte inferior parece sugerir, metaforicamente, que o tempo pode estar fechando para o país.

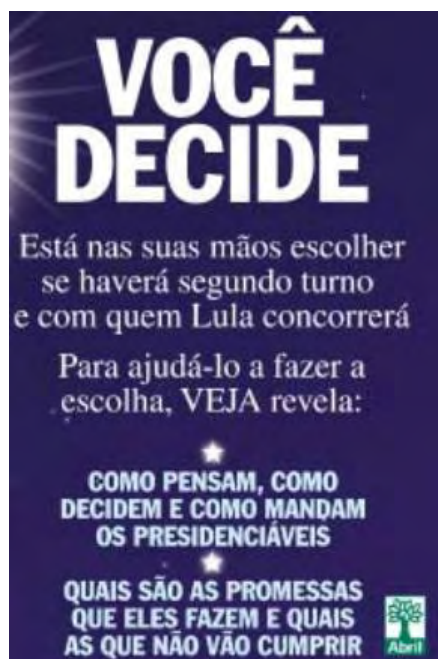
Na sequência, T1 parece corroborar com esse pensamento uma vez que, em tom de questionamento, coloca em dúvida a capacidade do PT, aqui tomado em lugar do presidenciável Lula, para administrar o país. A ideia de que não será Lula a comandar o Brasil após sua eleição é fortemente sugerida na chamada de matéria principal disposta em T2. Se José Dirceu é capaz de “fazer” a cabeça de Lula, logo é sugerido ao leitor que se eleito, Lula será apenas uma marionete nas mãos da grande cúpula do PT.

Por fim, observamos que nesta edição as cores como informação ocuparam um lugar de pouca relevância, desempenhando papel secundário, objetivando, aparentemente, apenas chamar a atenção do leitor para a leitura dos demais elementos textuais. Estes sim vieram carregados de sentidos, sugestivos no nosso entendimento, conduzindo sutilmente a uma leitura depreciativa do presidenciável, Luiz Inácio Lula da Silva.

Capa 04



Edição 1772 de 09/10/2002



A capa da edição 1772 de 09/10/2002 veio, de forma mais explícita, totalmente voltada para as eleições presidenciais. Na sua composição dividem o espaço os três elementos que nos interessam para esta pesquisa: imagens, textos e cores. Diferentemente da capa anterior, nesta Lula (PT) compartilha o espaço com outros três candidatos a presidente: José Serra (PSDB), Antony Garotinho (PSB) e Ciro Gomes (PPS).

Seguindo a mesma linha de composição da edição anterior, a cor de fundo selecionada para esta edição foi o azul de um céu estrelado, preenchido com o rosto dos quatro candidatos envolvidos por um brilho de estrela em movimento que lembra o de estrelas cadentes.

Completa a estrutura composicional desta capa o conjunto de 6 (seis) pequenos textos, dispostos na sequência, da seguinte maneira: no topo da capa T1 – ELEIÇÕES 2002; T2 – VOCÊ DECIDE; T3 – ESTÁ NAS SUAS MÃOS ESCOLHER SER HAVERÁ SEGUNDO

TURNO E COM QUEM LULA CONCORRERÁ; T4 – PARA AJUDÁ-LO A FAZER A ESCOLHA, VEJA REVELA; T5 – COMO PENSAM, COMO DECIDEM E COMO MANDAM OS PRESIDENCIÁVEIS; T6 – QUAIS SÃO AS PROMESSAS QUE ELES FAZEM E QUAIS AS QUE NÃO VÃO CUMPRIR.

A cor-informação nesta capa parece desempenhar apenas a função de pano de fundo para a contextualização da pretensa mensagem a ser transmitida. No restante do conjunto, as imagens dialogam fortemente com os textos na construção de sentido, como veremos na sequência.

O contexto imediato da enunciação começa a ser revelado para o leitor a partir da disposição das imagens dos candidatos a presidente nas eleições presidenciais de 2002 e é confirmado por T1 – ELEIÇÕES 2002 disposto no topo da capa.

Se evocarmos para as análises a teoria das *Metáforas Conceptuais* será possível constatar que T1 representa um evento existente no tempo e no espaço, com demarcações bem definidas. As eleições são, portanto, concebidas nessa teoria com um OBJETO RECIPIENTE, “[...] tendo dentro de si participantes (que são objetos), eventos como o início e o fim (que são objetos metafóricos) e atividade [...]” (LAKOFF e JOHNSON, 2002, p. 83).

Na sequência, em T2 – VOCÊ DECIDE a linha editorial da revista parece apelar para o poder que o eleitor dispõe em suas mãos, especialmente durante o pleito eleitoral, ao transferir a responsabilidade de decisão sobre o desenrolar dos próximos acontecimentos.

Essa ideia é reforçada por T3 – ESTÁ NAS SUAS MÃOS ESCOLHER SE HAVERÁ SEGUNDO TURNO E COM QUEM LULA CONCORRERÁ.

A forma como o contexto enunciativo vai sendo construído coloca as eleições nos moldes de um cenário de guerra, uma vez que pessoas (candidatos) se colocam como opção de voto para eleitores, apresentando suas propostas em confronto às de seus adversários.

Dessa maneira, podemos dizer que ELEIÇÃO É GUERRA e que esta metáfora “[...] estrutura (pelo menos parcialmente) o que fazemos quando discutimos (*as propostas dos candidatos*), assim como a maneira pela qual compreendemos o que fazemos [...]” (LAKOFF e JOHNSON, 2002, p.47, *grifo nosso*).

A pressuposição manifestada pelo contexto discursivo de T2 a T3 diz respeito a um poder de decisão inerente ao eleitor. Cabe a este decidir o melhor para o Brasil. Já, em função dos resultados das pesquisas de intenção de voto, subentendendo-se que Lula com chance significativa de ser eleitor já em primeiro turno, a linha editorial da revista parece querer fazer crer que ainda há a possibilidade de o eleitor levar a decisão para o segundo turno.

Em T4 – PARA AJUDÁ-LO A FAZER A ESCOLHA, VEJA REVELA, mais uma vez a revista lança mão da metáfora para manifestar a sua autoridade em se tratando de informar/formar o leitor/eleitor. Ao se por como a detentora de ALGO a ser REVELADO, portanto, desconhecido do eleitor, a revista se reveste de uma autoridade aparentemente ímpar em se tratando de informação.

A linguagem nesse sentido é um canal que leva a informação de um lugar para outro. Assim, IDÉIAS (OU SIGNIFICADOS) SÃO OBJETOS e EXPRESSÕES LINGUÍSTICAS SÃO RECIPIENTES, o que transforma a COMUNICAÇÃO no ato de ENVIAR.

Nesse contexto enunciativo, portanto, a revista se apresenta como o CANAL, colocando ideias dentro de palavras e as enviando para um leitor que retira as ideias-objetos das palavras-recipientes (Cf. LAKOFF e JOHNSON, 2002, p.54).

Continuando a construção do contexto enunciativo aparece T5 – COMO PENSAM, COMO DECIDEM E COMO MANDAM OS PRESIDENCIÁVEIS. Nesse texto, a pressuposição aparente é que a revista parece se esforçar em fazer-se crer detentora de um conhecimento profundo da psique e do comportamento dos presidenciais.

A questão é: será possível falar com segurança de como PENSA, DECIDE e MANDA alguém? Essa pretensão parece um tanto complicada em se tratando de pessoas. Mas esse fato não parece, pelo menos no contexto de enunciação desta capa, ser da preocupação da revista, uma vez que na sequência T6 – QUAIS SÃO AS PROMESSAS QUE ELES FAZEM E QUAIS AS QUE NÃO VÃO CUMPRIR vem corroborar com o pensamento anterior de autoridade até mesmo para afirmar quais promessas serão cumpridas e quais não.

Por fim, as análises aqui desenvolvidas parecem conduzir para o entendimento de que o discurso construído pela revista busca (re)formar a opinião pública (o eleitor) no sentido de evitar o fim da eleições já em primeiro turno, com a vitória de Lula, o que aparentemente não seria produtivo para a ordem social vigente – o neoliberalismo.

O PRIMEIRO PRESIDENTE DE ORIGEM POPULAR



Edição 1775 de 30/10/2002

Após seis capas dedicadas ao processo eleitoral de 2002, envolvendo a imagem de Luiz Inácio Lula da Silva (direta ou indiretamente), a edição 1775 de 30/10/2002 veio para fechar o ciclo eleitoral e o representou como o candidato petista vitorioso.

O tom de azul continua predominando na composição da cor-informação, dividindo espaço com o amarelo e o branco das letras tipográficas dos textos que completam a estrutura organizacional desta capa.

Em um primeiro momento, a cor parece não desempenhar papel significativo no conjunto enunciativo desta peça jornalística, pois esta só assume status de signo quando depois de captada pela visão e atualizada pela percepção ela é interpretada na sua materialidade (Cf. GUIMARÃES, 2004, p.19).

Sobre o pano de fundo azul, está disposta uma imagem de Lula sorridente, segurando a bandeira nacional, símbolo maior do Brasil. A composição desta capa é completada por três textos: ao centro, T1 – TRIUNFO HISTÓRICO; ao topo, T2 – O PRIMEIRO PRESIDENTE DE ORIGEM POPULAR; e à esquerda, T3 – Seu desafio: retomar o crescimento e corrigir as injustiças sociais sem colocar em risco as conquistas da era FHC.

Partindo, portanto, da cor-informação para iniciarmos as análises desta capa, foi possível observar que aquilo que em um primeiro momento parecia apenas um adorno sem grandes intenções enunciativas (o azul de fundo da capa), tem seu papel no conjunto discursivo.

Trabalhando diretamente com o subconsciente do coletivo popular daqueles que costumam consumir esta revista, o designer de informação responsável pela elaboração desta capa parece querer transmitir através do azul predominante a ideia de frescor, de tranquilidade após uma árdua batalha eleitoral travada entre o vitorioso (Lula) e seus demais adversários. O branco das letras tipográficas, portanto, vem corroborar com a ideia de paz após a guerra.

O amarelo, também presente nesta peça jornalística, apesar de possuir valor depreciativo registrado ao longo dos tempos em diversos momentos da história, parece se aproximar mais de um papel positivo, inerente aos tempos modernos onde esta é “[...] a cor da alegria, do ouro, do fruto maduro e da tropicalidade [...]” (GUIMARÃES, 2004, p.89-90).

Como é possível perceber, as cores (azul, amarelo e branco) foram utilizadas em sintonia para garantir a harmonia do conjunto cromático, de maneira que não se percebe

desconforto algum em relação à imagem de Lula sorridente, segurando a bandeira nacional brasileira.

No tocante aos elementos textuais presentes nesta capa, T1 e T2 mantém essa linha de serenidade no tom de expressão da linha editorial da revista em relação ao candidato, agora eleito pela maioria de votos.

Em T1 – TRIUNFO HISTÓRICO registra-se a vitória de um candidato que há tempos vinha tentando chegar ao posto político de maior relevância em um país. Lula, antes de ser eleito em 2002, havia disputado outras três eleições para presidente (1989, 1994, 1998). Na sequência, T2 – O PRIMEIRO PRESIDENTE DE ORIGEM POPULAR reveste ainda mais de valor a ideia de vitória triunfante presente em T1.

Completando o conjunto textual desta capa, T3 – *Seu desafio: retomar o crescimento e corrigir as injustiças sociais sem colocar em risco as conquistas da era FHC* parece assumir um tom de provocação, desafiando o candidato recém-eleito a desenvolver suas propostas de justiça social sem, contudo, por em risco a estabilidade econômica conquistada a partir, especialmente, da implantação do Plano Real, fruto do governo do ex-presidente, Fernando Henrique Cardoso.

Do conjunto textual é possível depreender a pressuposição de que o Brasil jamais possuiu um presidente de origem popular, o que autoriza o posto de T2 e motiva a abordagem enfática da revista na chamada de capa presente em T1.

Já em T3, partindo da pressuposição de que o Brasil, apesar da desvalorização do real frente ao dólar, vive um momento ímpar de controle da inflação e crescimento econômico, a revista parece deixar subentendido que o candidato eleito terá que demonstrar competência para resolver os problemas sociais sem por em risco a estabilidade econômica e o bem-estar da nação.

Por fim, sem dúvidas, a revista Veja assume, nesta edição, uma abordagem expressiva bem menos agressiva em relação à imagem de Lula, sugerindo ter aceitado uma vitória da esquerda nas eleições presidenciais de 2002, vitória esta que se configurou como inevitável desde muito cedo em função do descontentamento da população com o atual cenário político do país.

Mas o tom aparentemente de paz entre a revista e o candidato não se confirma plenamente, pois apesar de aliviar nos ataques, a revista faz questão de marcar seu posicionamento político-ideológico ao ressaltar o valor das conquistas de FHC, de formação neoliberal.

Capa 06



Edição 1776 de 06/11/2002

Ainda em 2002, logo após as eleições presidenciais, durante a formação da equipe de transição do governo de FHC para o governo de Lula, a revista volta a fazer referência ao petista, agora já eleito presidente da república. Desta vez, contudo, Lula é referendado através de três personalidades importantes na sua campanha para a presidência: Antônio Palocci, Luiz Gushiken e José Dirceu.

No tocante a cor-informação presente nesta capa, o amarelo em tom degrade é predominante como pano de fundo, acompanhado pelo branco das letras tipográficas dos textos. O vermelho também se faz presente nas vestes das personalidades políticas e na tarja transversal de chamada de matéria especial presente no canto superior esquerdo.

Quanto ao trabalho de imagens, esta edição traz as três personalidades políticas já citadas vestindo trajes que lembram um romance histórico escrito pelo francês Alexandre Dumas – Os três mosqueteiros.

A imagem, sem dúvidas, antecipa o chamado de manchete de capa presente em T1 – A CÚPULA DA NOVA CORTE. A referência ao romance francês é confirmada a partir de T2 – Os três mosqueteiros com quem é preciso falar para ser ouvido no governo Lula. Completando a sequência de textos aparece como chamada de matéria especial, T3 – POLÍTICA EXTERNA DE LULA: nada que atrapalhe os negócios.

Para o início das análises desta capa, observemos a disposição do amarelo em tom degradê. O amarelo, assim como todas as outras cores na simbologia cultura, possui diversos significados que foram se formando ao longo da história da humanidade.

Entre os séculos XIV e XVII, o amarelo era “a cor dos traidores, dos cavaleiros desleais, dos falsos moedeiros [...], cor dos fura-greves, dos trabalhadores que atraíam em favor do patronato, cor dos maridos enganados [...]” (GUIMARÃES, 2004, p.89). Era também considerada a cor da inveja, da inconstância e da traição.

Mas ao amarelo não são atribuídos apenas significados negativos. Para a contemporaneidade são registradas referências positivas à alegria, ao calor, ao ouro (da riqueza e do poder), ao fruto amadurecido e, em um caso mais específico, a tropicalidade brasileira (Cf. GUIMARÃES, op. cit., p.90).

Em se tratando de notícia, neste caso específico, podemos depreender em uma primeira leitura desta capa que o amarelo desempenha um papel de chamar a atenção do leitor para a notícia, assim como na transição do verde para o vermelho do semáforo de trânsito. De

um ponto de vista mais psicológico, o amarelo pode incitar a ansiedade e despertar preocupações.

Assim, para que a utilização da cor-informação alcance o objetivo pretendido pelo designer de informação responsável pela elaboração da capa é necessário que as cores selecionadas estejam consolidadas no repertório do coletivo social que compõe o público-alvo da revista, pois “[...] maior será a brevidade da sua recuperação pela memória e maior a antecipação no direcionamento da mensagem” (GUIMARÃES, 2003, p.125).

Veremos na sequência das análises que os demais elementos composicionais desta capa (imagens e textos) parecem direcionar a leitura para esse caminho. A imagem das três personalidades políticas de relevância no PT esboçando um sorriso no rosto corrobora com a ideia do amarelo como a cor da alegria, da vitória, do poder conquistado.

Ainda com relação à imagem, a revista de início propõe um movimento de humor ao brincar com a imagem dos políticos sobrepostas à imagem dos três mosqueteiros. Essa leitura, porém, assume ares de crítica quando, por um processo de metaforização, através do recurso da metonímia, a revista toma a PARTE PELO TODO (Cf. LAKOFF e JOHNSON, 2002, p.92) ao dispor T1 – A CÚPULA DA NOVA CORTE e especialmente em T2 – Os três mosqueteiros com quem é preciso falar para ser ouvido no governo de Lula.

Ao vermelho das vestes dos políticos cabe o papel de representar, em harmonia com o direcionamento de leitura do amarelo, o poder natural a um reinado (neste caso em particular ao poder que emana da presidência da república).

Já o vermelho da tarja transversal disposta no canto superior esquerdo da capa parece seguir um caminho diferente: o de interdição, de preocupação, posto que em T3 – POLÍTICA EXTERNA DE LULA: Nada que atrapalhe os negócios, a revista direciona a leitura para um estado de preocupação com relação ao modo de governar de Lula que começa a se manifestar.

O que se percebeu no conjunto da capa da edição 1776, de 06/11/2002, é que a revista parece retomar sua condição de oposição em relação ao governo recém-eleito, de uma forma moderada, é bem verdade, mas ali se fazendo presente.

Mais uma vez, o conjunto de elementos verbo-visuais (imagem(s), cor(es) e texto(s)) apresenta uma considerável harmonia e uma aparente manipulação da informação para conduzir o olhar do leitor às possíveis leituras que corroborem com a posição de esquerda que a revista parece adotar em relação ao governo de Lula.

Capa 07



As investidas do governo do PT para vigiar e controlar a imprensa, a televisão e a cultura

Edição 1867 de 18/08/2004

Após a ênfase dada à imagem de Lula e de seu partido durante o ano de 2002, em função das eleições presidenciais, a revista volta a tratar do tema de forma mais incisiva em 2004, na edição 1867, de 18 de agosto.

A cor-informação volta a desempenhar um papel importantíssimo no direcionamento da leitura do conjunto composicional da capa da revista. O vermelho, em leve tom de degradê, predomina como pano de fundo e o amarelo das letras tipográficas completam o conjunto cromático de relevância significativa nesta capa.

No tocante ao tratamento de imagens, esta capa apresenta uma estrela, símbolo representativo do PT, com fundo fasado preenchido com um olho em movimento invasivo, sugerindo agressividade.

Completando a composição desta capa estão dispostos dois textos: T1 – A TENTAÇÃO AUTORITÁRIA e T2 – As investidas do governo do PT para vigiar e controlar a imprensa, a televisão e a cultura.

De todas as cores existentes, o vermelho é considerada a cor por excelência por ser fortemente conotado ao longo da história. Sobre o vermelho recai, ainda, a binaridade: positivo x negativo, ou seja, em determinados momentos o vermelho carrega uma carga positiva e em outros uma carga negativa (amor e ódio, vida e morte, etc) (Cf. GUIMARÃES, 2004, p.117).

Ainda segundo Guimarães (2004, p.128), é grande o número de capas da revista Veja preenchido com o fundo vermelho, com referência à esquerda e/ou comunismo, especialmente quando o tema central diz respeito a uma personalidade política de esquerda, o que é o caso desta capa em análise.

Caberá, portanto, ao contexto de uso, associado a outros diversos elementos, apontar para o caminho de interpretação adequada para o vermelho enquanto cor-informação. Aparentemente, é nesse momento que o designer de informação tem em suas mãos o poder de conduzir o olhar do leitor.

Nesta capa, especificamente, o vermelho conota pelo menos dois sentidos que saltam de imediato aos olhos do leitor: o de interdição e o de violência. Esses dois sentidos são estimulados pela força expressiva do olhar dentro da estrela que ilustra o centro da peça jornalística e reforçados pelos textos que completam o conjunto enunciativo.

Através de T1 – A TENTATIVA AUTORITÁRIA, por exemplo, o vermelho assume conotação de interdição com valor negativo, uma vez que sugere a violação de um direito adquirido, através de uma suposta ameaça à liberdade de imprensa.

O valor negativo atribuído ao vermelho enquanto informação cromática é reforçada através de outra cor, o amarelo, presente nas letras tipográficas de T2 – As investidas do governo do PT para vigiar e controlar a imprensa, a televisão e a cultura.

Nesta capa, o amarelo parece sugerir/estimular o sentido de alerta do leitor, como num semáforo de trânsito, para o perigo das investidas do governo Lula no tocante a um projeto de lei que pretendia coibir a imprensa.

Mais uma vez, a revista lança mão da metáfora da personificação e da metonímia para evitar referência direta à figura de Lula. Isso acontece em T2, quando ao PT são atribuídas características humanas, tais como: o poder de decisão, de atacar, de vigiar e punir a imprensa (personificação), bem como quando A PARTE é tomada PELO TODO (o PT pelo governo do presidente Lula).

A partir do conjunto enunciativo desta capa, é possível inferir que a revista, aparentemente, esboça um momento de defesa do direito de liberdade de imprensa, conquistado a duras penas através da lei nº 5.250, de 09/02/1967, que no seu entendimento encontra-se ameaçado por articulações políticas encabeçadas pelo governo do presidente Lula.

Edição 1913 de 13/07/2005



Em 2005, a revista *Veja* publicou 19 (dezenove) capas fazendo referência direta ou cruzada ao presidente Lula. Para a sequência das análises, selecionamos a edição 1913, de 13 de julho, por verificarmos o uso acentuado dos recursos de persuasão discursiva que nos interessa nesta pesquisa.

A informação cromática de valor significativo nesta capa está disposta em duas cores uma em dois tons diferentes: o amarelo mostarda, preenchendo o pano de fundo e o amarelo em tom natural, utilizado nas letras tipográficas do texto de rodapé e a outra, o azul, de pano de fundo para o segundo tom de amarelo.

Para preencher a maior parte desta capa, foi escolhida uma imagem de Lula com um movimento de cabeça para a direita e de olhar levemente inclinado para a esquerda, coçando a barba, sugerindo um ar de reflexão.

Completam a composição desta peça jornalística três textos: como chamada de capa, T1 – ELE SABIA?; na sequência, em referência a uma terceira pessoa, T2 – PESQUISA: 55% dizem que Lula sabia da corrupção, 48% acham que o PT é um partido desonesto; e T3 – FLAGRANTE NO AEROPORTO: dirigente do PT é preso com 100 000 dólares na cueca.

Sabemos que a cor-informação na mídia em geral quase sempre é utilizada com valor semântica carregado de intencionalidade. Na busca de identificar no uso do amarelo nesta capa os possíveis movimentos de sentido a partir da variação apresentada, dois sentidos nos parecem mais evidentes no conjunto enunciativo por, aparentemente, estar em sintonia com o todo enunciativo.

Primeiro, o amarelo-escuro, em tom de mostarda, sugere ao leitor a lembrança de um entardecer, momento em que o sol, símbolo de poder e força, se põe no horizonte, podendo exercer um efeito negativo de insegurança, pessimismo, instabilidade em função da escuridão que vem com o anoitecer.

Corroborando com esse ar sombrio sugerido pelo amarelo-escuro do pano de fundo da capa, vem uma imagem de Lula com um movimento de olhar para cima, coçando a barba, com um ar pensativo, reflexivo.

Em T1 – ELE SABIA?, a revista confirma a mensagem cromática sugerida ao leitor a partir da leitura da cor utilizada para preenchimento do fundo da capa, bem como do uso da imagem de Lula.

Ao questionar se Lula sabia ou não dos casos de corrupção em seu governo, é possível perceber um movimento de intencionalidade sutil, possivelmente na tentativa de instalar a dúvida no leitor quanto à inocência do presidente em relação aos crimes, em investigação pelo Ministério Público, supostamente cometido por membros de seu governo.

O segundo tom de amarelo utilizado nesta capa está disposto na primeira parte de T3 – FLAGRANTE NO AEROPORTO. Desta vez, o amarelo em tom natural se apresenta em um movimento de sentido semelhante aquele utilizado nos semáforos de trânsito: o de alerta para algo perigoso.

A informação cromática, neste caso, é complementada pela segunda parte de T3 – Dirigente do PT é preso com 100 000 dólares na cueca, escândalo que marcou profundamente o primeiro mandato do presidente Lula e que desencadeou uma crise política que rendeu muito assunto para a mídia como um todo.

O clima de crise e insegurança sugerida pela escolha das cores é reforçado a partir de T2 – PESQUISA: 55% dizem que Lula sabia da corrupção, 48% acham que o PT é um partido desonesto.

A revista lança mão, mais uma vez, da polifonia nos moldes de Angelim (2003, p.15), como recurso argumentativo em T2 para persuadir o leitor acerca da queda de popularidade do presidente Lula e da crescente imagem de um governo envolvido em corrupções.

Ao transferir a responsabilidade pelos dados publicados para uma instituição de maior credibilidade, responsável pela pesquisa, a revista aparentemente faz um movimento na tentativa de se eximir de qualquer acusação de exercer, por exemplo, oposição ao governo Lula.

A pressuposição recai primeiramente sobre T1 quando a revista questiona sobre Lula ter ou não conhecimento acerca das irregularidades evidentes praticadas por membros de seu partido e/ou governo e em um segundo momento em T3 o leitor é alertado sobre um flagrante de contravenção praticada por um dirigente do PT.

Ora, se há algo de errado na conduta de correligionários do presidente que fazem parte de seu governo, subentende-se que Lula tem responsabilidades pela prática de ilícitos de membros de seu governo, uma vez que estes agentes da corrupção chegaram à presidência através de sua eleição.

Na sequência, ainda na primeira parte de T3 – FLAGRANTE NO AEROPORTO, a revista chama a atenção do leitor para algo de irregular, o que autoriza a pressuposição de que um ato criminoso foi descoberto ainda em movimento de prática. Essa ideia é reforçada pela segunda parte de T3 – Dirigente do PT é preso com 100 000 dólares na cueca.

Ao fazer referência ao PT em vez do nome da pessoa que foi presa cometendo um crime, a revista transfere de certa forma o valor negativo da notícia para a figura de Lula, uma vez que, a partir da chegada deste à presidência, toda e qualquer irregularidade praticada por alguém ligado ao PT lhe é atribuída responsabilidades.

Os movimentos de sentido parecem transitar, assim como nas capas analisadas anteriormente, pelos diversos elementos que compõem esta peça jornalística (cores, imagens e textos), provocando, entre outras coisas, o fenômeno do *falseamento* que consiste, segundo Guimarães (2003, p.121), em “[...] ações negativas que induzem o leitor, intencionalmente ou não, a incorporar os valores da cor na mensagem verbal ou no conjunto verbo-visual da mensagem [...]”.

O mais preocupante, porém, é o fato de que os efeitos proporcionados por esse arranjo operando entre cores, imagens e textos, intencionais ou não, apesar de conduzir o olhar do leitor parecem passar despercebidos pela grande maioria do público consumidor desse tipo de produto jornalístico.

Capa 09



Edição 2182 de 15/09/2010

Em 2010, ano de eleições presidenciais, a revista Veja publicou 10 (dez) capas trazendo como tema central o presidente Lula ou fazendo menção cruzada à sua imagem através de seu partido ou de seu governo.

Na edição 2182, de 15 de setembro de 2010, é possível observar a mesma sequência de cores que se tornou recorrente ao se tratar do tema Lula: o vermelho, cor adotada pelo PT; o amarelo e o branco normalmente presentes nas letras tipográficas dos textos que completam o conjunto enunciativo.

Outro elemento curioso que se mostrou repetitivo em 4 (quatro) capas publicadas pela revista no ano de 2010, incluindo esta que por hora analisamos, foi a substituição da fotografia de Lula ou de personalidades políticas ligadas, direta ou indiretamente, ao seu governo ou ao PT pela imagem de uma criatura marinha, o polvo.

No que se refere aos elementos textuais, completam esta capa dois textos: T1 – EXCLUSIVO: O POLVO NO PODER; e T2 – Empresário conta como obteve contratos de 84 milhões de reais no governo graças à intermediação do filho de Erenice Guerra, ministra-chefe da Casa Civil, que foi o braço direito de Dilma Rousseff.

O elemento cor-informação nesta edição segue a mesma linha semântica das demais capas relacionadas ao tema Lula, seu governo ou seu partido. O vermelho, que ao longo da história ajudou o PT a construir uma imagem de defensor dos mais pobres e oprimidos, vem assumindo, a partir do primeiro mandato de Lula, valor semântico negativo em função das denúncias de irregularidades em seu governo.

Ainda relacionado ao papel do vermelho nesta edição, este está disposto como pano de fundo da capa, sob um movimento de luzes que emanam de trás da imagem central que compõe esta peça jornalística como holofote a clarear o que se encontra oculto aos olhos da maioria.

O amarelo presente nas letras tipográficas, por sua vez, em combinação com o vermelho, parece preparar o ânimo do leitor para a indignação e, conseqüentemente, a rejeição aos fatos publicados na revista, conduzindo a um sentimento de interdição.

A imagem escolhida para compor esta capa, curiosamente como lembrando no início dessas análises, é a de um polvo (animal marinho), com alguns de seus tentáculos envolvendo maços de dinheiro e outros em movimento sugerindo a expansão de seus alcances.

O que, porém, chama a atenção logo de início é a cor com que foi preenchida a imagem. Animal que normalmente possui uma coloração em tom pastel, na revista é retratado com um tom forte de vermelho.

Neste caso, a escolha do vermelho provoca um efeito especial no leitor, pois ao causar estranheza, posto não ser a cor natural do animal em questão, força o leitor a perceber a importância desta para o conjunto enunciativo, levando-o a buscar pelo seu significado na mensagem proposta (Cf. GUIMARÃES, 2004, p 126).

Mas é em T1 – EXCLUSIVO: O POLVO NO PODER que a relação metafórica estabelecida entre imagem e texto começa a ser revelada para o leitor. A partir da leitura desta chamada de manchete, a revista começa a confirmar as pistas visuais propostas ao leitor a partir das cores e imagem.

O texto de T1 deixa bem claro que a revista faz uso do animal marinho (polvo) para se referir aos eleitores que votaram em Lula para presidente. Assim, aqueles que se diziam representantes do povo, que se propunham a corrigir as injustiças sociais, historicamente constituídas, estariam após a chegada ao poder, se corrompendo ou apenas revelando sua verdadeira face?

Isto não fica verdadeiramente claro no conjunto enunciativo desta capa. O fato é que aparentemente com a chegada do PT à presidência um conjunto de escândalos começou a vir à tona, envolvendo pessoas ligadas diretamente ao governo e, em alguns casos, parentes de

membros da executiva do governo, o que revela indícios de tráfico de influência como em T2.

De fato, T1 e T2 conduzem a metáfora do “polvo no poder” em referência ao Estado que monstruoso, por ludibriar a opinião pública explorando a desvalorização do real para chegar ao poder, revela-se com inúmeros tentáculos, ventosas e garras através das quais pode alcançar a sua presa, o dinheiro público.

Por fim, a revista parece objetivar, com o jogo estabelecido entre cores, imagem e textos, alertar a opinião pública de que quem historicamente fez um contrato de confiança com o povo, após chegar ao poder demonstra tendências a traí-lo, abandonando aqueles que o conduziram ao poder para agir em favor de interesses próprios.

Capa 10



Edição 2189 de 03/11/2010

**ELE SAIRÁ DA PRESIDÊNCIA,
MAS A PRESIDÊNCIA SAIRÁ DELE?**

Para fecharmos o conjunto de capas analisadas nesta pesquisa, selecionamos a edição 2189, de 03 de novembro de 2010. A razão pela qual nos sentimos impelidos a escolher esta capa parte do princípio de que esta foi a última referência à imagem de Lula ainda presidente, logo após o pleito eleitoral ocorrido em outubro do mesmo ano onde sua candidata a sucessão, Dilma Rousseff, logrou êxito.

A informação cromática de relevância semântica presente nesta capa diz respeito ao branco, dominante na maior parte do pano de fundo, em movimento degradê para o azul turquesa presente na parte superior.

Como informação imagética, consta uma caricatura de Lula, esboçando um sorriso, trajando short de banho com estampa colorida, boné branco com aba vermelha, segurando um coco na mão direita, sem camiseta e com a faixa presidencial tatuada ao corpo.

A informação textual que completa o arranjo composicional enunciativo desta capa está presente apenas em um texto: T1 – ELE SAIRÁ DA PRESIDÊNCIA, MAS A PRESIDÊNCIA SAIRÁ DELE.

O branco, resultado da convergência de todas as outras cores, é uma cor fortemente marcada pelo simbolismo. Para a interpretação do simbolismo presente nas cores, “[...] a claridade e a escuridão não são simplesmente a presença e a ausência da luz; são duas cores fundamentais na sintaxe visual [...]” (GUIMARÃES, 2004, p. 56).

O paradigma que se estabelece, entre o claro e o escuro delimita, por exemplo, o espaço e a binaridade: positivo x negativo. Ao branco recai historicamente o valor de pureza, de proteção, de paz, de conforto, enquanto que ao preto está associado o simbolismo do luto, das trevas, do medo.

Mas como ocorre com todas as cores, o branco se usado em excesso pode gerar efeitos negativos, provocando a sensação de solidão e de frio. É o que parece ocorrer com a relação que se estabelece entre as cores de fundo e a imagem que compõe o conjunto.

A disposição da caricatura de Lula sobre o fundo branco e a ausência de qualquer outra informação imagética conduz o leitor na busca pelo valor sógnico do branco no todo enunciativo.

Uma das possibilidades de leitura, portanto, desta cor nesta situação específica é a de que após dois mandatos presidenciais, Lula finalmente parece se preparar para tirar as férias merecidas depois de um longo período enfrentando críticas, crises econômicas e políticas.

O azul em movimento degradê no sentido do branco corrobora com a ideia de descanso, de relaxamento para renovar as forças. O trabalho de imagem em que Lula aparece esboçando um sorriso, vestindo traje de banho, portanto, vem confirmar esse pensamento.

Ao vermelho, por sua vez, cabe o papel de representatividade do PT que em muitas situações se confunde com a figura de Lula, pelo excesso de exposição da imagem do político tomado pelo seu partido.

O conjunto enunciativo que a princípio parece sugerir uma inocente referência às férias merecidas a que Lula começa a se preparar para tirar passa a ser redirecionada a partir de T1 – ELE SAIRÁ DA PRESIDÊNCIA, MAS A PRESIDÊNCIA SAIRÁ DELE?

A revista, em tom de desconfiança, questiona o papel de Lula enquanto articulador político após a sua saída da presidência. Isso se dá em função da representatividade política de sua candidata, Dilma Rousseff, recém-eleita.

Dilma Rousseff ocupou primeiramente a chefia do ministério das Minas e Energia no governo Lula, posição em que permaneceu relativamente desconhecida para uma parcela significativa da população brasileira até vir a ocupar a condição de Ministra-Chefe da Casa Civil em substituição a José Dirceu após sua renúncia em função do escândalo do mensalão.

De pouca representatividade política nacional, Dilma foi escolhida pelo PT como candidata oficial à presidência da república após se valer da alta popularidade de Lula. Durante toda a campanha o então presidente se fez presente em seu palanque eleitoral.

Daí a desconfiança de Veja, representada em T1, acerca do papel de Lula após a posse de Dilma Rousseff na presidência da república. Nesse contexto, T1, reforçado pelo trabalho de imagem e das cores, autoriza a pressuposição de que período em que Lula ocupou a presidência da república está chegando ao final.

Mas o mais significativo em termos de persuasão discursiva em T1 diz respeito ao subentendido sugerido pela revista: sendo Dilma Rousseff uma candidata a presidente sem expressividade política nacional, que surgiu da falta de opção do PT em função dos escândalos de corrupção envolvendo nomes como o de José Dirceu, T1 parece propor que Lula poderá continuar ditando as regras do jogo, manipulando as ações de Dilma dos bastidores do governo.

O que se vê é que mesmo em situação aparentemente amistosa de referência à imagem de Lula, a revista adota um tom de ironia manifestada tanto a partir do tratamento de imagem, quanto na mensagem textual presente na composição da capa.

Na sequência, teceremos nossas considerações finais acerca do passeio linguístico analítico que acabamos de apresentar, como resultado desta pesquisa, e que buscou investigar o processo discursivo textual de construção de sentido a partir dos elementos verbo-visuais que compõem as capas da revista Veja referendando a figura de Luis Inácio Lula da Silva.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As imagens e as cores têm um papel importante no estímulo de emoções que atraem o olhar, despertando os sentidos, conduzindo-nos ao pensamento. É fato incontestável que para a mídia impressa, aqui representada pela revista VEJA, as imagens e as cores desempenham um papel extremamente importante no processo discursivo de formação de sentidos, podendo exercer a função de impressionar, de expressar e de construir significações.

O que nos instigou de início a lançar um olhar analítico sobre capas da revista analisadas nesta pesquisa foi, inicialmente, o fato de que os discursos, enquanto produto da interação verbal, podem se manifestar sob diversas formas (um diálogo, um artigo publicado em jornal/revista, a capa de uma revista etc.), em função da situação de comunicação efetiva (BRONCKART, 2009).

Assim, partindo dessa permissão, nos chamou a atenção o fato de que as capas de Veja forneciam indícios de que os diversos elementos que as compunham, enquanto operadores de sentidos, pareciam ser deliberadamente manipulados para alcançar determinados objetivos.

As cores, por exemplo, são fundamentais nos processos de comunicação, mais até do que a maioria das pessoas consegue perceber. É através delas que um veículo de informação midiático, conscientemente na maioria das vezes, pode exercer interferência nos sentidos e emoções das pessoas, sem que estas se deem conta das estratégias e verdadeiras intenções por traz da seleção e tratamento das cores utilizadas em uma determinada peça de comunicação.

O grande repertório de significados que a cor enquanto significante possibilita sem dúvida influência o direcionamento da notícia, de maneira que:

“[...] Podemos considerar que a cor se antecipa aos outros códigos e delimita um número de significantes retirados de seu repertório [...]”, *forçando com que os outros sistemas sígnicos (imagens e textos) sejam* “[...] recebidos à luz desse repertório delimitado pela cor [...]”, *onde* “[...] somente um será concretizado, direcionando a interpretação da notícia [...]” (GUIMARÃES, 2003, p.125, *grifos nossos*).

O papel das cores, especialmente do vermelho, na maioria das capas selecionadas, observadas e analisadas apresentaram indícios de tratamento no sentido de direcionar o olhar do leitor para a busca de um significado relacionado aquele contexto.

Historicamente falando, segundo Guimarães (2004, p128), a revista Veja tem utilizado o vermelho como cor-informação em um número “[...] significativo [...] de capas [...] que conotam o conceito de *esquerda e comunismo*”. Esse movimento tendencioso se confirmou no conjunto de capas selecionadas para análise.

As imagens e os textos mantêm relações de complemento com as cores nesse processo de comunicação, conduzindo o olhar do leitor para as possibilidades de leituras autorizadas pelo conjunto de elementos selecionados e tratados para compor a peça de comunicação.

E é nas capas de revistas onde encontramos alguns dos melhores exemplos de como o cuidado em manter a harmonia entre esses diversos elementos pode contribuir para provocar determinados efeitos de sentidos nos leitores em geral.

No que diz respeito às capas de revistas, objeto de nossa investigação, onde a linguagem verbo-visual é predominante, a leitura das cores se antecipa em relação às formas e aos textos, o que confirma, portanto, a sua importância para esse tipo de gênero do discurso. Nas capas selecionadas para as primeiras análises foi possível observar o cuidado em estabelecer uma harmonia entre as cores, as imagens e os textos que compunham as capas.

Sem dúvida, no tocante ao tratamento das cores selecionadas para as capas, a revista se mostrou satisfatoriamente competente, uma vez que em nenhuma das peças observadas, bem como naquelas selecionadas para análise, a cor-informação causou estranheza em relação aos outros elementos verbais e não-verbais.

Assim, o que se observou foi que a informação cromática buscou permanecer em sintonia com o repertório do leitor, facilitando, desta forma, a antecipação muitas vezes da leitura dos elementos textuais, pois como afirma Guimarães (op. cit., p.137): “A cor, quando ocupa o espaço destacado e adequado, adquire uma simbologia e pode ser utilizada a favor da informação e da comunicação”.

No entanto, o que primeiro nos chamou a atenção ao longo desta pesquisa foi a possibilidade de a cor “admitir muitas interpretações, ou seja, a polissemia” na interpretação de um conjunto enunciativo composto de elementos verbo-visuais (Cf. GUIMARÃES, 2004, p.97).

Considerando que na materialidade linguística com a qual escolhemos trabalhar as mensagens jornalísticas são compostas com frequência através da sobreposição de três

elementos verbo-visuais (cor, imagem e texto), a cor mostrou exercer um papel significativo no direcionamento do olhar do leitor para a notícia.

Nesse sentido, a revista no uso da informação cromática se manteve na busca por compartilhar seu repertório com o seu público-alvo, através do uso de cores com variações de significado já estabelecidas na abordagem cotidiana da mídia.

Esse repertório historicamente constituído e compartilhado com o público parece facilitar a tarefa da revista no que diz respeito ao direcionamento do olhar do leitor no tocante à notícia e, conseqüentemente, a persuasão do público para assumir como valorativo os sentidos propostos pela revista.

Observamos, também, que a figuração constitutiva de sentidos em capas de revistas exploram fatos verdadeiros, mas parecem imprimir importância figurativa, por vezes sensacionalista, sobre alguns acontecimentos muitas vezes irrelevantes ao contexto dos fatos, na tentativa de manipular a opinião pública.

Apesar de o papel desse tipo de revista ser imperativamente o de informar, observando-se a imparcialidade por parte dos jornalistas em relação aos fatos, o que foi possível constatar em nossas análises foi uma produção em série, como em uma fábrica, de matérias sensacionalistas, manipuladoras, que ignoram a capacidade do leitor de verificar a veracidade dos fatos e se posicionar criticamente em relação às notícias veiculadas.

Como se vê, a formação de sentido a partir da relação que se estabelece entre textos, imagens e cores se dá através de um processo complexo, que encontra na palavra um elemento essencial, indispensável para a transmissão da mensagem de forma adequada.

De igual modo, percebemos que esse processo está impregnado de intencionalidades persuasivas por parte do emissor/produtor da mensagem, que busca o tempo todo conduzir as possibilidades de leitura por parte de seu destinatário, tentando minimizar os possíveis direcionamentos de sentido naturais a partir da materialidade textual da linguagem em processo de constituição de sentidos.

Deixamos, por hora, para o leitor a tarefa de refletir sobre algumas questões que consideramos importantes para futuros estudos a partir do que apresentamos aqui: qual então é o real papel da grande mídia no processo de (in)formar o público? Até que ponto a grande mídia no Brasil respeita a máxima da imparcialidade no trato com a informação? E, como se proteger de uma mídia supostamente tendenciosa, que manipularia a informação de acordo com seus interesses políticos e econômicos?

Por fim, como acreditamos ter ficado relativamente claro, nossa pesquisa vem reafirmar a importância de se trabalhar em sala de aula a noção de gêneros textuais e os diversos elementos que os compõem, de maneira a formar leitores críticos, capazes de identificar os movimentos tendenciosos que circulam na grande mídia todos os dias e que acabam, por vezes, servindo de referência para a formação da opinião pública acerca de assuntos relevantes para o cenário social, econômico e, sobretudo, o político de um país.

REFERÊNCIAS

- ALDRIGUE, A. C. de S. O discurso: uma construção dialógica. In.: ALDRIGUE, Ana Cristina de S.; ALVES, Eliane F. (Org.). **Diálogos heterogêneos**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2004.
- ALTHUSSER, L. **Lenin and Philosophy and other Essays**. Nova Iorque. Monthly Review, 1971.
- ANGELIM, Regina C. C. Polifonia e implícito como recursos argumentativos em textos midiáticos. In.: PAULIUKONIS, M. A. L. e GAVAZZI, S. (Org.). **Texto e discurso: mídia, literatura e ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.
- AUSTIN, J. **Os atos de fala: um ensaio de filosofia da linguagem**. Coimbra: Livraria Almeida, 1981.
- AUTHIER-REVUZ, J. (1982) “Hétérogénéité montrée et hétérogénéité constitutive: éléments pour une approche de l’autre dans le discours”. In: DRLV – **Revue de linguistique**, v.26, p.91-151.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Trad. Maria Ermantina Galvão; rev. trad. Marina Appenzeller. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1979.
- BALLY, Ch. **Traité de stylistique française**, 3a.ed. Genève: Librairie Georg & Cie; Paris: Librairie C. Klincksieck, 1951.
- BARTHES, R. **A mensagem fotográfica**. In: O óbvio e o obtuso. Lisboa: Edições 70, 1984.
- BENVENISTE, É. (1966). “O homem na língua”. In: Problemas de linguística geral. Trad. M.G. Novak e L. Neri. São Paulo: Ed. Nacional/EDUSP, s.d.
- BENVENISTE, É. (1995). **Problemas de Linguística geral**. 4.ed. Campinas: Pontes.
- BRANDÃO, H. H. N. (2003). Análise do discurso: um itinerário histórico. In: PEREIRA, Helena B. C. & ATIK, M. Luiza G. (orgs.). Língua, Literatura e Cultura em Diálogo. São Paulo: Ed. Mackenzie.
- BRONCKART, Jean-Paul. **Atividade de linguagem, textos e discursos: por um interacionismo sócio-discursivo**. São Paulo: Educ, 1999.
- CAMPOS-TOSCANO, A. F. **O percurso dos gêneros do discurso publicitário: uma análise de propagandas da Coca-Cola**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.
- CHAUÍ, Marilena de S. **O que é ideologia?** São Paulo: Brasiliense, 1980.
- DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Campinas-SP: Pontes, 1987.
- DUBOIS, J. et. all. **Dicionário de linguística**. São Paulo: Cultrix, 2007.

FAÍTA, Daniel. A noção de “gênero discursivo” em Bakhtin: uma mudança de paradigma. In.: BRAIT, Beth (org.). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

FÉLIX, Ana Elizabeth A. da Silva. **A semiologia dos discursos da publicidade**. Teresina, PI: Editora Central dos Livros, 2006.

FISCHER, S. R. **Uma breve história da linguagem**: introdução à origem das línguas. Trad. Flávia Coimbra. Osasco, SP: Novo Século Editora, 2009.

FOUCAULT, M. **As palavras e as coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. Salma Tannus Muchail (trad.). 8.ed. São Paulo: Martins Pontes, 1999.

GUARESCHI, P. A. **Comunicação & Poder**: a presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina. Petrópolis: Vozes, 1987.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação**: a construção biofísica, linguística e cultura da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2000.

GUIMARÃES, Luciano. **Cores na mídia**: organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo: Annablume, 2003.

HARRIS, Z. (1952). **Discourse Analysis**. In: Language, no. 28.

JAKOBSON, R. (1963). “Les embrayeurs, les catégories verbales et le verbe russe”. In: **Essais de linguistique générale**. Paris: Ed. Minuit.

LAKOFF, G. e JONHSON, M. **Metáforas da vida cotidiana**. Campinas: Mercado de Letras, 2002.

MAINGUENEAU, D.; CHARAUDEAU, P. **Dicionário de análise do discurso**. Cord. Trad. Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2004.

MALDIDIER, D. (1994). “Éléments pour une histoire de l’analyse du discours en France”. In: Jacques Guilhaumou et alii: **Discours et archive**: Expérimentations en analyse du discours. Liège: Mardaga éd.

NICOLAU, R. B. F. Gêneros: da realidade histórica à realidade discursiva. In.: ALDRIGUE, Ana Cristina de S.; ALVES, Eliane F. (orgs.). **Diálogos heterogêneos**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2004.

PÊCHEUX, M. (1997). “A análise de discurso: três épocas”. In: GADET F.; HAK, T. (Orgs.) **Por uma Análise Automática do Discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Trad. de Péricles Cunha. Campinas: Unicamp, 1997.

PÊCHEUX, M.; FUCHS, C. A Propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET F.; HAK, T. (Orgs.) **Por uma Análise Automática do Discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Trad. de Péricles Cunha. Campinas: Unicamp, 1997.

PÊCHEUX, M. (1990). **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Trad. Eni Pulcinelli Orlandi. Campinas, SP: Pontes.

PÊCHEUX, M. (1995). **Semântica e discurso. Uma crítica à afirmação do óbvio.** Trad. E. Orlandi et alii. Campinas: Ed. UNICAMP.

PINHEIRO, N. F. A noção de gênero para análise de textos midiáticos. In.: MEURER, J. L. e MOTTA-ROTH, D. (orgs.). **Gêneros textuais e práticas discursivas:** subsídios para o ensino da linguagem. Bauru-SP: EDUSC, 2002.

PEREIRA, Américo. **Da filosofia da linguagem no Crátilo de Platão.** Covilhã-Portugal: Lusosofia Press, 2008.

SAUSSURE, F. de. (1974). **Curso de linguística geral.** Trad. A. Chelini et alii. São Paulo: Cultrix.

SOUZA, Gilton S. de. A argumentação no discurso: questões conceituais. In.: FREITAS, Alessandra C. de; RODRIGUES, Lílian de O.; SAMPAIO, Maria L. P. **Linguagem, discurso e cultura:** múltiplos objetos e abordagens. Pau dos Ferros-RN: Queima-bucha, 2008.

WITTGENSTEIN, L. **Tractatus Logico-Philosoficus.** José Arthur Giannotti (Trad.). São Paulo: Edusp, 1994.