



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Centro de Educação e Humanidades
Instituto de Letras

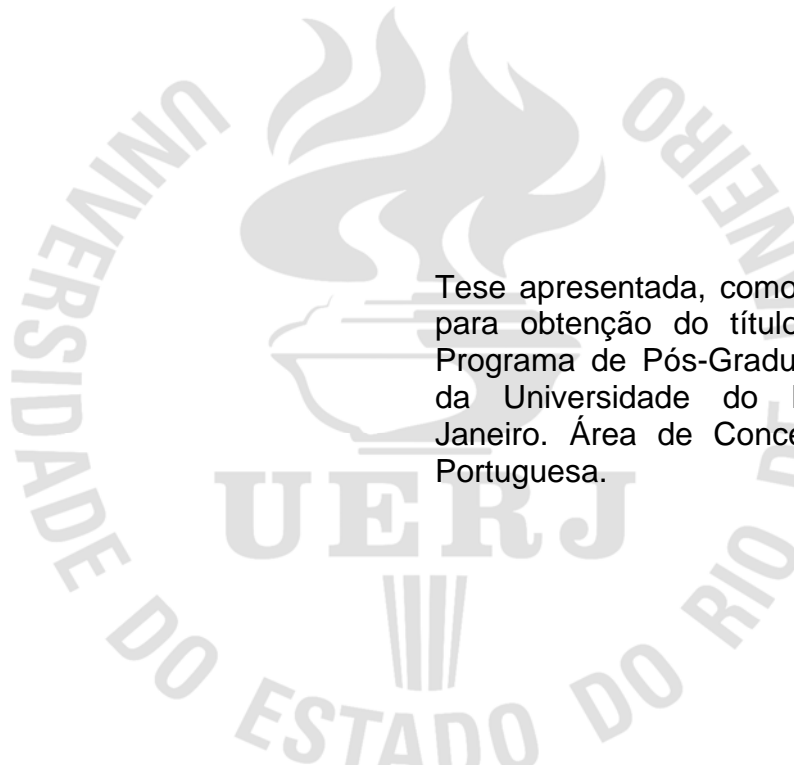
Gesseldo de Brito Freire

Dialogismo e polifonia em capas de revistas

Rio de Janeiro
2017

Gesseldo de Brito Freire

Dialogismo e polifonia em capas de revistas



Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade do Estado do Rio Janeiro. Área de Concentração: Língua Portuguesa.

Orientador: Prof. Dr. André Crim Valente

Rio de Janeiro

2017

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CEH/B

F866 Freire, Gesseldo de Brito.
Dialogismo e polifonia em capas de revistas / Gesseldo de Brito
Freire. – 2017.
224 f. : il.

Orientador: André Crim Valente.
Tese (doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro,
Instituto de Letras.

1. Dialogismo (Análise literária) - Teses. 2. Sentidos e sensações
na literatura – Teses. 3. Análise do discurso literário – Teses. 4. Capas
de revistas – Teses. I. Valente, André Crim. II. Universidade do Estado
do Rio de Janeiro. Instituto de Letras. III. Título.

CDU 82.085:050

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial
desta tese, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Gesseldo de Brito Freire

Dialogismo e polifonia em capas de revistas

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade do Estado do Rio Janeiro. Área de Concentração: Língua Portuguesa.

Aprovada em 31 de março de 2017.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. André Crim Valente (Orientador)
Instituto de Letras - UERJ

Prof. Dr. André Nemi Conforte
Instituto de Letras - UERJ

Prof^a. Dra. Tania Maria Nunes de Lima Camara
Instituto de Letras - UERJ

Prof^a. Dra. Patrícia Ribeiro Corado Fernandez
Instituto Federal Fluminense

Prof^a. Dra. Rosane Santos Mauro Monnerat
Universidade Federal Fluminense

Rio de Janeiro
2017

DEDICATÓRIA

Dedico esta tese à Fernanda, minha esposa, e aos meus filhos, Vítor, Júlia e Alice.

Por eles, tudo ganha um sentido maior.

AGRADECIMENTOS

Por tudo que representa para mim, meus agradecimentos iniciais a Deus.

À Fernanda, minha esposa, pelo enorme apoio, incentivo e companheirismo em todos os momentos.

Aos meus pais, Gessé e Maria, e minha sogra, Nilce, pelo apoio.

Ao André Valente, meu orientador, a quem serei sempre grato.

Aos professores que fizeram parte desta trajetória.

A todos que, de algum modo, contribuíram para o desenvolvimento desta tese, deixo aqui minha gratidão.

A palavra (em geral qualquer signo) é interindividual. Tudo o que é dito, o que é expresso se encontra fora da “alma” do falante, não pertence apenas a ele.

Bakhtin

RESUMO

FREIRE, Gesseldo de Brito. *Dialogismo e polifonia em capas de revistas*. 2017. 224 f. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

Considerando o objeto de análise escolhido para o estudo, esta tese pretende identificar, por meio de análise, procedimentos dialógicos e polifônicos na produção de sentidos em um conjunto de capas publicadas pelas revistas *Veja*, *Época*, *IstoÉ* e *Carta Capital* no período de 2010 a 2016. Tratadas como gêneros textuais, essas capas apresentam uma gama de combinações sógnicas criteriosamente selecionadas por seus enunciadores para a construção dos sentidos requeridos pelo contexto da publicação. No percurso teórico, é pertinente compreender a recorrência a diferentes recursos linguísticos e arranjos languageiros, bem como a criteriosa escolha de elementos sógnicos e de um número plural de associações textuais e discursivas, o que permite a ocorrência de um entrecruzamento de vozes em cada uma das capas. Portanto, como um relevante gênero discursivo, as capas de revistas selecionadas para esta tese trazem não somente ao público o teor informativo daquilo que publica, mas, para além desse expediente, agem muitas vezes como aportes na formação da identidade leitora de seu público, auxiliando-o em suas escolhas e tomadas de decisões.

Palavras-chave: Dialogismo. Polifonia. Produção de sentidos. Capas de revistas.

ABSTRACT

FREIRE, Gesseldo de Brito. *Dialogism and polyphony on magazine covers*. 2017. 224 f. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

Considering the object of analysis chosen for the study, this doctoral dissertation aims to identify, through analysis, dialogic and polyphonic procedures in the production of meaning in a set of covers published by magazines *Veja*, *Época*, *IstoÉ* and *Carta Capital* in the period 2010-2016. Treated as text genres, these covers feature a range of signifying combinations carefully selected by the publishers thereof to build the meanings required by the context of the publication. In the theoretical path, it is relevant to understand the falling back upon different linguistic resources and language tools, as well as the judicious selection of meaningful elements and a plural number of textual and discursive associations, thereby allowing the occurrence of an interweaving of voices in each of the covers. Therefore, as a relevant discursive genre, the magazine covers selected for this dissertation provide not only the information about the featured content to the readers, but, beyond this, they often operate to contribute to forging the reading identity of their audience, supporting them in their choices and decision making.

Keywords: Dialogism. Polyphony. Production of meanings. Magazine covers.

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	9
1	AS CAPAS DE REVISTAS COMO GÊNERO TEXTUA	18
2	A LINGUAGEM E A SOCIEDADE	25
3	PRODUÇÃO DE SENTIDO	36
3.1	As três dimensões do sentido	41
3.1.1	<u>O sentido se constrói no sistema</u>	41
3.1.2	<u>O sentido se constrói no e pelo sujeito</u>	44
3.1.3	<u>O sentido se constrói na história</u>	48
3.2	A mídia e as instâncias de poder na produção de sentido social	58
3.3	Os três lugares de produção de sentido na mídia	68
4.	LÍNGUA, SUJEITO E DISCURSO	74
4.1	Ideologia e cultura moderna: transitando pelos caminhos da mídia	79
4.2	O contrato de comunicação midiático	85
4.3	Informatividade e discurso	90
4.4	Argumentatividade: estratégias de convencimento e de persuasão	99
5	DIALOGISMO E POLIFONIA	108
6	MODELOS DE ANÁLISE	121
6.1	Por que a semiótica?	122
6.1.1	<u>A Semiótica de Peirce.</u>	126
6.1.2	<u>Peirce e a classificação dos signos</u>	127
6.2	Por que a linguística textual?	133
6.3	Por que a análise de discurso?	142
7	ANÁLISE DO CORPUS	150
	CONCLUSÃO	213
	REFERÊNCIAS	217

INTRODUÇÃO

Durante algum tempo, tenho observado que um conjunto de capas de revistas veiculadas semanalmente pela mídia oferece um importante material para diferentes estudos. Isso tem me motivado a buscar uma compreensão daquilo que seus produtores pretendem oferecer nesse modelo textual. Desse modo, nesta pesquisa meu interesse se ancora na necessidade de encontrar caminhos de leitura em um gênero de grande valor discursivo.

O estudo atual é uma sequência de outro apresentado nessa linha. Durante o período do curso de mestrado, o estudo de um conjunto de capas de revistas resultou em dissertação denominada “*Medicalização da comida e transformação de pessoas em mercadoria: reflexões a partir de capas de revistas dirigidas ao público feminino*”. Em tal pesquisa, apresentada para obtenção do título de mestre no Centro Biomédico do Instituto de Nutrição da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, também tive a preocupação de realizar algumas leituras para além dos propósitos da dissertação no intuito de compreender um maior número de aspectos que as capas apresentavam.

Na oportunidade, dediquei-me a situar no campo científico a *Alimentação* e seu foco de investigação: a *comida*. Inicialmente, coube uma observação de que esta se encontra no mundo do consumo nas sociedades modernas e em articulação com a publicidade. Por esse motivo, na oportunidade defendi a ideia de que a comida pode ser considerada como forte partícipe do processo de construção de símbolos e de reprodução e transformações no modelo econômico-social-cultural marcado pela acumulação de capital.

A análise das capas selecionadas para o momento possibilitou compreender porque o corpo humano tem função relevante na construção de sentidos, visto que a *comida* participa de sua construção não apenas pela sua materialidade, mas também nos aspectos culturais e simbólicos. Para isso, foram tomadas capas das revistas *Sou Mais Eu!* e *VIVA! Mais*, publicadas pela Editora Abril em 2011. De posse, apresentei a proposta de refletir a respeito de discursos sobre *comida* e suas relações com processos de medicalização e de transformação das pessoas em mercadoria na sociedade contemporânea.

Embora o foco da pesquisa realizada durante o curso de mestrado tenha sido outro, as leituras realizadas me direcionaram para outras observações que, na oportunidade, entendi não ser o momento ideal para uma maior discussão, mesmo considerando sua grande relevância. Pensei estar presente na construção daquelas capas uma gama de outros constituintes a fim de tornar possível aos enunciadores o alcance de seus propósitos. Entre eles, destaco o Dialogismo e a Polifonia, recursos discursivos norteadores da pesquisa atual.

Encontrar respostas que justifiquem a presença desses procedimentos parece exigir a apresentação descritiva de alguns elementos que se mostram relevantes para uma boa compreensão dos modelos textuais a serem estudados. Nesse sentido, entendo que inicialmente é preciso partir de uma breve descrição dos conceitos de enunciação, dialogismo, polifonia, heterogeneidade e sujeito.

Nas palavras de Bakhtin (2006), por apresentar uma natureza social, a enunciação pode ser entendida como produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados. Isso nos leva a pensar na impossibilidade de ocorrer enunciação fora de um contexto socioideológico, espaço em que cada interlocutor possui sua função social definida. Pelo fato de todo tipo de enunciação partir de um sujeito e ter como alvo outro sujeito, podemos pensar ainda que isso possibilita uma atitude de reação, ou seja, uma réplica.

A compreensão de uma enunciação por parte de um coenunciador significa orientar-se em relação a ela. Isso porque, a cada palavra da enunciação em que estamos em processo, estabelecemos uma série de correspondências por meio de nossas palavras, construindo assim uma réplica. Desse modo, a compreensão pode ser entendida como uma forma de diálogo. Compreender uma enunciação significa opor à palavra do outro enunciador uma “contrapalavra”.

Por essa ideia de recepção/compreensão ativa apresentada por Bakhtin, podemos melhor entender o exercício do dialogismo desenvolvido no processo da enunciação, espaço comum entre os interlocutores. Nesse sentido, vale a pena pensar no esforço que esses interlocutores realizam a fim de pôr a linguagem entre si. Isso se explica pelo fato de o locutor enunciar em função da existência (real ou virtual) de seu interlocutor, esperando deste uma reação. Assim, somos capazes de compreender a enunciação pelo fato de a colocarmos no exercício dialógico dos enunciados, num território de confrontos com aquilo que informamos ou com conteúdos apresentados por outros usuários da língua.

Por essas trocas discursivas apresentarem um aspecto de pluralidade e de alteridade, Bakhtin chama a atenção para a intertextualidade dos discursos. Assim, todos os enunciados estão marcados por distintas vozes e contextos, de modo que podemos entender a polifonia como uma estratégia discursiva acionada na construção de um texto. Logo, o fato de os textos serem dialógicos é resultado do embate de muitas vozes sociais.

Para sermos mais precisos na compreensão daquilo que Bakhtin apresenta como dialogismo, é necessário que se faça uma análise do princípio da heterogeneidade. A construção de um discurso parte do discurso do outro, isto é, um discurso parte daquilo que “já foi comunicado”, do “já dito”. Portanto, a linguagem é heterogênea.

E que sujeito é esse que pretende construir seu discurso? É um sujeito que, segundo Brait (1997), é histórico, social, ideológico, como também corpo. Esse sujeito, para Bakhtin, tem um projeto de fala que não depende apenas de sua intenção, depende do “outro”, ou seja, primeiro é o “outro” como quem fala; depois o “outro”, ideológico, pois é tecido por outros discursos do contexto.

Diante de um conjunto de textos, é preciso, como afirma Foucault (2008, p. 56), encontrar respostas para uma lista de indagações que se apresentam no exercício da leitura de uma capa de revista. Nelas, “quem fala? Quem, no conjunto de todos os sujeitos falantes, tem boas razões para ter esta espécie de linguagem?”. Por fim, quem recebe dela sua singularidade, seus encantos e de quem, em troca, recebe, se não sua garantia, pelo menos a presunção de que o conjunto de informações ali presentes seja uma verdade?

Acreditando, portanto, que os recursos do dialogismo e da polifonia contribuem para a manifestação discursiva na produção de sentidos em capas de revistas, tomo um conjunto delas para a composição do *corpus* da atual pesquisa. Assim, 20 (vinte) edições de *Veja*, *Época*, *IstoÉ* e *Carta Capital*, publicadas no período de 2010 a 2016, serão utilizadas para a identificação e análise desses relevantes procedimentos discursivos.

É preciso compreender como tais recursos contribuem para a produção de sentidos em textos cotidianos. Como a linguagem no *corpus* é entremeada na tentativa de oferecer um texto que faça de seu leitor parte também assinante do discurso em foco? Isso nos leva ao conceito de linguagem que emana dos trabalhos de nossa maior referência teórica sobre Dialogismo e Polifonia, Bakhtin. Para ele,

compreender a linguagem é trilhar por uma visão de mundo que, justamente na busca das formas de construção e instauração de sentido, resvala tanto na abordagem linguístico/discursiva quanto na teoria da literatura, da filosofia, na teologia, em uma semiótica da cultura, assim como em um conjunto de dimensões entretecidas e ainda não inteiramente decifradas (BRAIT, 1997).

Nesse sentido, o que mais me parece relevante na construção de sentidos na apresentação desse modelo de *corpus* não é tão somente o estudo do funcionamento da língua. Estacionar nesse aspecto me parece não nos permitir compreender as veredas que a leitura de uma capa de revista oferece. Faz-se necessário, portanto, trabalhar a construção dos sentidos decorrente das práticas de linguagem ali empregadas.

A partir de uma indagação apresentada por Mari (2008) [*De onde vem o sentido?*], parto para uma nova: Em capas de revistas, na tentativa de fazer de seus leitores partícipes do discurso ali em jogo, como os sentidos são produzidos?

Essa é a minha maior motivação para a realização da atual pesquisa. É provável que não encontre apenas uma resposta, já que para isso é preciso ter como foco dois objetivos. Inicialmente, é preciso identificar elementos (sejam linguísticos ou semióticos) que constatarem a ocorrência de tais recursos no *corpus*. Por conseguinte, deve-se compreender como tais elementos, com auxílio do diálogo com outros textos e de possíveis vozes entrelaçadas no discurso, contribuem para os interesses de seus respectivos veículos.

Diante desses objetivos, penso que se deve lançar mão de um trabalho metodológico que se ancore não somente em uma base teórica. Para isso, de posse do material, estudos oferecidos nas linhas tanto da Análise do Discurso quanto da Linguística Textual e da Semiótica se mostram como caminhos fecundos para um exame do *corpus*. Isso porque estamos diante de textos em que os sujeitos-leitores, por meio da linguagem empregada, ideologicamente se (re)constroem a cada nova edição.

Assim, autores como Bakhtin, Foucault, Koch, Beaugrande e Dressler, Maingueneau, Charaudeau, Peirce, Santaella e Mari, entre outros, deverão servir de suporte teórico para o estudo das questões a serem discutidas. Acredito que estudos oferecidos por esses pesquisadores me permitirão não somente identificar, mas também compreender questões de ordem discursiva, da linguagem, assim

como de constituintes de caráter semiótico empregados nas capas de revistas selecionadas para este estudo.

Ancorar-me em teóricos como esses se deve ao fato de que este estudo apresenta aspectos que, para serem compreendidos, carecem de uma pesquisa de caráter multidisciplinar. A propósito, cumpre ressaltar que seu *corpus*, um conjunto de capas de revistas, é apresentado como uma representação da realidade cotidiana. Portanto, por meio de diferentes recursos, seus enunciadores tentam aproximar seus leitores dos recortes do real oferecido, tentando construir sentidos, buscando fazer de seu público um partícipe da ideologia do veículo que ali representam.

PERCURSO METODOLÓGICO

Ao observarmos os textos que têm como função específica a informação, percebemos que grande é a contribuição que os meios de comunicação pelos quais transitam podem oferecer ao público. Seja por meio da TV, da internet, dos jornais ou das revistas, a informação está cada vez mais próxima do homem. Esses suportes, cada um ao seu modo, buscam disponibilizar novos fatos, assim como novos fatos a partir desses, seus desdobramentos, valendo-se de diferentes e criativos recursos. Assim, a tentativa de compreender os sentidos ali produzidos leva-nos inevitavelmente a realizar uma gama de associações com outras publicações, ainda que, por muitas vezes, de modo inconsciente.

A criteriosa seleção vocabular, a seleção cromática, a organização morfossintática, além de outros recursos como os figurativos, tudo isso está ao alcance do produtor na tentativa de construir um texto tanto informativo quanto opinativo a respeito de um fato ou acontecimento. Não podemos pensar, entretanto, que esses recursos signifiquem meras escolhas sem quaisquer pretensões por parte de seus enunciadores. É preciso produzir novos sentidos e, como a exterioridade de um texto é fator essencial para sua construção, a escolha não poderia ser outra senão evocar outros textos que, necessariamente, não precisam pertencer à mesma esfera do produto em construção, o texto jornalístico.

A compreensão, por exemplo, de capas de revistas requer de nós cada vez mais maior atenção. Nesses espaços, bem montada é a trama em que os sentidos são produzidos, de modo que cada um dos elementos ali utilizados não pode significar por si só, isto é, está inevitavelmente em processo dialógico com outros textos, assim como pensado em outras situações comunicativas. Logo, mesmo que em várias capas sejam poucos os elementos verbais ou não verbais escolhidos para sua construção, eles poderão significar muito discursivamente.

Aliás, cada um de nós leitores representa efeitos dos discursos que independem dos meios com os quais nos deparamos cotidianamente. Nossas crenças não são propriamente nossas. Isso porque internalizamos o que é publicado e, mesmo que assumamos a postura do veículo informativo, temos nossa visão sobre o mundo sempre modificada, em ininterrupta construção. Assim, se maior o nosso conhecimento sobre os discursos, maiores serão as condições de

compreensão das mensagens explícitas e subliminares contidas nos textos midiáticos.

Compreender uma capa de revista exige do público certa competência leitora. Nesse caso, a compressão dos arranjos sógnicos exige do leitor razoável conhecimento das linguagens ali empregadas, levando-o conseqüentemente à lembrança de outros textos. É preciso, portanto, antes de quaisquer reflexões analíticas sobre as capas selecionadas para o *corpus* desta pesquisa, construir um caminho metodológico que nos facilite compreender a tessitura desse modelo textual.

O Capítulo 1 tratará as capas de revistas como um gênero textual. A partir disso, será oferecida uma reflexão sobre esse gênero e sua relação com o indivíduo na sociedade de consumo. Isso porque, mostrando-se como objeto de consumo, tal gênero discursivo transforma-se num conjunto de vozes que buscam orientar, realizar a tradução dos eventos que ocorrem na sociedade, assim como apresentam regras comportamentais e constroem discursos a serem seguidos por seu público.

Em seguida, o Capítulo 2, “Linguagem(s) e sociedade”. Como desprovidos de linguagem não temos acesso à realidade, é preciso pensar que a compreensão do *corpus* desta pesquisa somente será possível se levarmos em conta que, para a construção de seus arranjos sógnicos, diferentes expedientes languageiros são postos em prática. Ao lado disso, também devemos considerar que nosso pensamento é essencialmente simbólico, de modo que tanto a produção quanto a leitura desses textos devem passar pelo plano da linguagem.

Recorrendo a Charaudeau (2013, p. 41), podemos pensar que o sentido de um texto ou de quaisquer dos elementos que o compõem jamais seja oferecido antecipadamente para o leitor. Sobre isso, o autor da proposta semiolinguística do estudo do texto explica que o sentido é construído pela ação languageira do homem em situação de troca social. Daí, a escolha nesta tese por uma reflexão sobre a produção de sentidos, bem como sobre suas três dimensões, o que poderá ser observado no Capítulo 3.

Nesse capítulo, também será realizada uma reflexão sobre a mídia e as instâncias de poder na produção de sentido. Ao lado disso, recorrendo ao que propõe Charaudeau (2013), entendo ser necessária a apresentação dos três lugares de produção de sentidos na mídia propostos pelo autor francês.

Como o texto jornalístico é ideologicamente construído, nada deve se distanciar dos interesses de seus enunciadores. Por outro lado, o público-leitor tem suas crenças, seus valores, até porque não possui tão somente a mídia como apoio para a construção de suas verdades, uma vez que, devido às suas escolhas ao longo da vida, sua consciência é formada por aquilo que outras instituições (como religiosas, educacionais etc) propõem em suas ações diárias. Assim, podemos pensar que, para os enunciados da mídia alcançarem a validade daquilo que publicam, é inevitável o encontro com possíveis conflitos ideológicos.

Logo, para a sequência da tese, torna-se necessário um capítulo voltado para questões ligadas à “Língua, Sujeito e Discurso”, conforme título do Capítulo 4. Qualquer que seja o estudo sobre textos da esfera jornalística, em especial capas de revistas, esses três elementos devem estar sempre em pauta. Nesse capítulo, autores como Charaudeau (2013), Thompson (2014), Foucault (2006), Bakhtin (2006) Koch (2002), Maingueneau (2011) e Bordieu (2001) servirão de apoio para uma melhor compreensão sobre algumas questões ligadas à ideologia, cultura moderna e mídia, à importância de um contrato de comunicação midiático, bem como à informatividade e discurso.

Bakhtin (2006) ressalta que não recebemos a língua pronta para ser usada. Precisamos agir, adentrando no curso da comunicação verbal, ou seja, somente quando adentramos nessa corrente é que nossa consciência desperta e começa a operar. Assim, nossa enunciação é o produto da interação de duas instâncias socialmente organizadas, conforme explica o filósofo russo.

Como, ao falarmos, não agimos sozinhos, podemos pensar que o que os enunciadores oferecem para leitura nas capas das revistas reflete não apenas uma única voz. Há que se considerar, inclusive, a ocorrência de embate de vozes nesses gêneros discursivos. Daí, na sequência o Capítulo 5, intitulado “Dialogismo e Polifonia”.

Antes de adentrar na parte analítica das capas selecionadas, entendo como relevante oferecer uma justificativa sobre a escolha dos modelos de análise que nessa parte da pesquisa serão utilizados. Desse modo, no Capítulo 6, intitulado “Modelos de Análise”, apresentam-se pertinentes algumas reflexões sobre a escolha da Semiótica, da Linguística Textual e da Análise do Discurso como base para uma análise segura do *corpus*.

Por fim, a análise do *corpus*. Neste estágio, pretende-se compreender como os procedimentos dialógicos e polifônicos podem contribuir para a produção dos sentidos julgados pertinentes pelos enunciadores das revistas em tela. Para isso, serão observados os arranjos linguageiros, considerando diferentes aspectos, como os enunciados, a seleção lexical e as cores, constituintes textuais que, nas capas, não se restringem à construção das informações, mas, para além desse expediente, contribuem para formação discursiva dos leitores desse gênero, conforme os interesses de seus enunciadores.

1 AS CAPAS DE REVISTAS COMO GÊNERO TEXTUAL

A capa é que vende. Pensar assim é observar uma série de aspectos que envolvem a produção e a recepção de uma capa de revista. Por que ela é tão importante? Por que é capaz de levar o leitor a escolhas tão singulares?

Entendo que respostas para essas perguntas somente serão possíveis a partir de uma observação relevante sobre as capas de revistas, isto é, considerá-las um gênero discursivo. Se, para pensá-las como um texto, precisamos estar atentos aos princípios da textualidade (coesão, coerência, informatividade, situacionalidade, intertextualidade, intencionalidade e aceitabilidade) apresentados por Beaugrande & Dressler (1981) e Val (2000), considerá-las um gênero discursivo requer tratá-las como formações interativas que, valendo-se da linguagem, ajam como instrumentos de produção de sentidos.

Os textos são produtos da atividade de linguagem em funcionamento permanente nas formações sociais (BRONCKART, 1999, p. 137). Por sua vez, Meurer (2002, p. 11) destaca que “ao servir de materialidade textual a uma determinada interação humana recorrente em um dado tempo e espaço, a linguagem se constitui como gênero”. Portanto, tendo como apoio os gêneros textuais, os indivíduos constroem suas práticas sociais comunicativas.

É por meio da linguagem que as relações humanas se materializam, desenvolvendo a consciência que os indivíduos têm do mundo e de si mesmo. Daí, recorrendo a Marcuschi (2008), poderemos afirmar ser inegável que a reflexão sobre gênero textual ser hoje tão relevante como necessária, visto ser ele tão antigo quanto à linguagem, além de vir essencialmente envolto em linguagem.

Os gêneros

moldam as intenções, os motivos, as expectativas, a atenção, a percepção, o afeto e o quadro interpretativo. O gênero traz para o momento local as ideias, os conhecimentos, as instituições e as estruturas mais geralmente disponíveis que reconhecemos como centrais à sua atividade (BAZERMAN; DIONISIO; HOFFNAGEL, 2011, p. 111).

Nesse sentido,

Seja pela maneira com que se aborda o uso da linguagem enquanto ação social, pelo enfrentamento da necessidade de se mudar a perspectiva do enfoque da textualidade; ou pela relevância que o domínio dos gêneros

textuais assume para a apropriação e o uso efetivos da linguagem, os estudos linguísticos têm fascinado linguistas e professores que veem no trabalho com gêneros textuais uma maior variabilidade de lidar com o uso autêntico da língua (KARWOSKI; GAYDECZKA; BRITO, 2006, p. 11).

Sendo, portanto, os gêneros textuais usos da linguagem associada a atividades sociais, podemos dizer que sua função social associada a propriedades discursivas nela implicadas serão fatores decisivos para o uso da linguagem no interior dos gêneros. Cumpre ressaltar que, atendendo aos objetivos dos textos, seus interesses e especificidades, essas ações discursivas são recorrentes, o que permite apresentar características relativamente estáveis.

Bakhtin (2003, p. 261-262) explica que

diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem. Compreende-se perfeitamente que o caráter e as formas desse uso sejam tão multiformes quanto os campos da atividade humana, o que, é claro, não contradiz a unidade nacional de uma língua. O emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana. Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais fraseológicos e gramaticais da língua mas, acima de tudo, por sua construção composicional. **Todos esses três elementos – o conteúdo temático, o estilo, a construção composicional – estão indissolivelmente ligados no todo do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um determinado campo da comunicação.** (o grifo é meu)

Considerar, portanto, a estabilidade dos três elementos básicos que compõem o que denominamos gêneros textuais significa dizer que, para cada gênero, existem regras peculiares. Nesse caso, o estudo de um gênero textual requer do pesquisador a identificação do que compõe o conteúdo, elementos de sua estrutura, bem como artifícios semióticos necessários para os significados pretendidos por seu enunciador.

Conforme a ideia bakhtiniana de gênero, podemos pensar o *conteúdo temático* como o conjunto dos possíveis temas abordáveis nos textos a ele pertencentes, de acordo com o contrato de comunicação que o rege. Esse conteúdo está associado ao universo em que se inserem as possíveis situações de comunicação em que o gênero é construído.

Capas de revistas, por exemplo, podem oferecer conteúdos distintos. Isso porque o que determinará o que será apresentado em cada uma delas é sua

natureza comunicativa. Algumas são lembradas pelos seus conteúdos ligados ao esporte, outras à beleza corporal, entre outros perfis. No caso de *Veja* e *Época*, considerando o caráter informativo que possuem, é comum associá-las a conteúdos de caráter político e econômico, o que não significa dizer que, por vezes, a fim de oferecer uma novidade, não apresentam temas ligados à educação, saúde, comportamento, cultura, ciência ou outro que esses veículos julgarem relevantes no período da publicação.

No que diz respeito aos elementos da estrutura de um gênero textual, ou seja, os aspectos de sua *construção composicional*, estes se referem a um conjunto de macroestruturas textuais permitidas na produção de um gênero específico. Quanto a essa forma/estrutura aceitável, refiro-me aos tipos textuais utilizados para sua construção. Segundo Marcuschi (2008, p. 154), cada um dos tipos textuais (narrativo, descritivo, argumentativo, expositivo e injuntivo) “designa uma espécie de construção teórica {em geral uma sequência subjacente aos textos} definida pela natureza linguística de sua composição {aspectos lexicais, sintáticos, tempos verbais, relações lógicas, estilo}”.

Quanto ao terceiro elemento, o *estilo*, podemos dizer que está ligado a determinadas escolhas, feitas entre as opções oferecidas pelo sistema da língua e aceitáveis dentro do contrato de cada gênero. O estilo está ligado às linguagens, às escolhas linguísticas realizadas pelo enunciador a fim de produzir os sentidos que melhor lhe interessam no texto. Em outras palavras, podemos chamá-lo de “estilística da língua” (OLIVEIRA, 2007).

Os sentidos de um texto não se constroem tão somente pelo uso de elementos de caráter unicamente linguístico. É preciso considerar o contexto extralinguístico, isto é, para a produção textual o enunciador se vale de aspectos sociais, culturais, históricos, culturais, assim como ideológicos. Para isso, a construção do texto como uma materialidade discursiva dependerá de uma gama de procedimentos envolvendo a linguagem.

Portanto, a garantia do êxito do gênero textual dependerá de alguns fatores determinantes. Que elementos estilísticos são postos em prática? De quais combinações o produtor textual pode se valer para atingir seus interesses?

Bakhtin (2003, p. 265) afirma que o “estilo está indissolivelmente ligado ao enunciado e às formas típicas de enunciados, ou seja, aos gêneros do discurso”. Assim, a construção do texto como uma materialidade discursiva requer do produtor

a recorrência a diferentes elementos que devem ser postos em prática no jogo enunciativo. Tais elementos são artefatos imprescindíveis quando nos dispomos a compreender o posicionamento do enunciador, do agir de seu texto na arena social, assim como o caráter ideológico e argumentativo daquilo que enuncia.

Cumpra observar, por exemplo, o que oferece a capa de *Veja*, edição 2487, de 20.07.2016. Para a construção dessa edição, seus enunciadores se valeram da fotografia do atentado terrorista sofrido pela França no dia 14 de julho. O conteúdo apresentado, ou seja, o ato terrorista ocorrido na cidade de Nice marca uma preocupação que fazia parte tanto das autoridades quanto dos indivíduos de alguns lugares específicos. Se antes o medo do terror se limitava a países europeus, principalmente a França, países do Oriente Médio e Estados Unidos, o temor agora reside no Brasil e nas delegações participantes das Olimpíadas de 2016 no país sul-americano.



Outros temas que também serão tratados pela revista ficam restritos a pequenas tarjas, ora na parte superior, ora na parte inferior da capa. É o que

podemos denominar subtemas. No caso da edição escolhida, ocorre somente um, como podemos observar com a apresentação do título “A NOVA VIDA DE LULA” e informações a respeito. Diferente da temática central da capa, tal subtema pertence à esfera política, tendo o Brasil como cenário.

Ao longo das páginas das revistas selecionadas para este estudo, uma grande quantidade de textos é oferecida ao público. Reportagens, notícias, entrevistas, anúncios publicitários, fotografias, depoimentos e o editorial da edição são apenas alguns dos gêneros que compõem o conjunto. Para a construção desses textos, seus produtores se valem dos mais diferentes recursos tipológicos, conforme as coerções que ocorrem em cada gênero.

Não devemos desconsiderar, entretanto, que a construção da capa de uma revista informativa exige de seus produtores a apresentação de outros recursos (fotografias, manchetes, logotipo da editora etc), bem como o auxílio de uma lista tipológica para a construção da totalidade do texto. Vale ressaltar que, como em cada um dos textos inseridos no interior da revista, nas capas diferentes são os tipos textuais que os compõem, mas há sempre um que orienta a fala do enunciador.

Para sua melhor compreensão, tomarei inicialmente o seguinte enunciado: “*O repugnante atentado em Nice, o sétimo na França em apenas um ano e meio, lança uma nuvem de apreensão sobre a segurança na Olimpíada no Rio*”.

É possível notar no trecho apresentado a escolha da tipologia narrativa para a construção de um alerta dirigido não só a um grupo de pessoas ligadas direta ou indiretamente aos jogos olímpicos de 2016 no Brasil, mas principalmente aos leitores de *Veja*. A estrutura sintática básica (sujeito + predicado + complementos e adjuntos) é construída em torno de uma forma verbal de ação (lança), caracterizada pelo seu aspecto narrativo.

Vale considerar ainda que em tal enunciado a descrição também foi uma escolha de seus produtores. Bases adjetivas como as expressões *repugnante* e *de apreensão* contribuem para o alcance da carga semântica do trecho exigida pela matéria central da capa. Ao lado desse expediente, podemos ainda destacar a expressão numérica *o sétimo* (em *o sétimo na França*) e a adverbial *em apenas um ano e meio*. Essas últimas, somadas àquelas de ordem adjetiva, cooperam para a construção da argumentação que o título O TERROR exige na capa.

Muito comum em capas de revista de informação é o uso da tipologia expositiva. Inicialmente, podemos dizer que as imagens oferecidas muito contribuem

para a argumentação do que se oferece na parte verbal do texto, tentando comprovar os porquês de palavras tão expressivas. A escolha pelo termo *repugnante*, por exemplo, não se justifica tão somente pelo trecho em que está inserido, mas associado à imagem central da capa se justifica, ou seja, corpos espalhados pelo chão após mais um ataque terrorista na França, o sétimo em apenas um ano e meio.

É preciso atrair o leitor para a capa. Trata-se de um desafio para o veículo de comunicação. Para essa empreitada, o produtor textual deve recorrer, como podemos notar, não apenas a seleções vocabulares de grande carga semântica. Isso porque, se para a explicação da imagem o produtor se vale de algumas poucas palavras, os sentidos pretendidos se destacam na escolha e publicação da imagem que melhor sustente a manchete.

Como é necessário construir o real sobre um fato ou acontecimento do que se pretende oferecer ao leitor, deve se considerar que para esse objetivo as imagens são extremamente relevantes para a produção dos sentidos. Na capa escolhida, o cenário – como já mencionado – é o ataque terrorista ocorrido na cidade francesa de Nice no mês de julho de 2016. Para sua construção, o produtor textual se apoia na imagem de vários corpos espalhados pelo chão em uma área isolada além de um caminhão, duas ambulâncias e um policial.

Se retirada da capa toda a parte verbal que acompanha a imagem, ainda assim alguns elementos não perdem seus sentidos. Vale lembrar que junto das imagens os enunciados realçam tais sentidos. Os vários “montinhos” (valendo-me de uma expressão popular) cobertos com tecidos podem nos sugerir corpos. Isso porque, como um ato de respeito, é comum cobrir um corpo de um indivíduo morto, evitando assim sua exposição ao público. Outrossim, a presença de uma faixa de isolamento, ambulâncias e um policial no local contribuem para a construção do sentido da imagem.

Não tenho a pretensão de nesta parte da tese fazer qualquer discussão sobre os possíveis signos na construção dos sentidos. Essa abordagem ficará reservada para análise do *corpus* desta pesquisa. Todavia, vale considerar que é uma breve observação dos elementos não verbais que compõem a capa já é suficiente para justificar a necessidade de explorar os efeitos semióticos em capas de revistas. Logo, entendo que a identificação e a abordagem sobre signos em capas de revistas

poderão contribuir de modo satisfatório para a compreensão dos sentidos nesse gênero discursivo.

Uma capa de revista, como é o caso da *Veja* aqui selecionada, apresenta as três partes fundamentais que constituem um gênero textual. Composta por conteúdo temático, estruturada a partir de escolhas tipológicas segundo o tema apresentado, assim como articulada a partir de artimanhas da linguagem, esse modelo textual atende a sua função social, informando e ideologicamente orientando seu público. Afinal, “os gêneros textuais se constituem como ações sócio-discursivas para agir sobre o mundo e dizer o mundo, constituindo-o de algum modo” (MARCUSCHI, 2005, p. 22-23). Sendo assim, é possível afirmar que, ao conhecermos as especificidades do gênero, ou seja, seus aspectos estáveis, mais facilmente se dará nossa compreensão dos sentidos nele produzidos.

2 A LINGUAGEM E A SOCIEDADE

Tudo que precisamos dizer ou pensar somente surtirá efeito por meio do processo de produção de sentidos. As coisas estariam soltas, as palavras nada significariam, estaríamos inseridos em uma babel social. Para isso, valemo-nos da linguagem no significado que pretendemos dar às nossas expressões. Sem dúvida, ela é o sinal mais nítido da cultura de um indivíduo ou grupo social.

Realizamos ações no mundo. Logo, calculamos o alcance de alguns resultados. Para isso, necessário nos é conhecer os meios mais eficazes para produzi-los. Assim, o fato de tão somente possuímos ideias não é o suficiente para alcançarmos os objetivos, isto é, nossas ideias devem refletir com absoluta exatidão as coisas que temos a pretensão de empenhar.

Desprovidos de linguagem, não temos acesso à realidade. Mas o que, afinal, é linguagem? Moreira (2005, p. 29) explica que

se o nosso pensamento é essencialmente simbólico, segue-se que os procedimentos que adotamos no trato com os sinais no exercício do pensamento naturalmente reproduzem os procedimentos relativos ao próprio pensamento. Quer dizer, o que se dá no âmbito dos símbolos forçosamente reproduz com exatidão o que se dá no plano do pensamento por eles expressos; caso contrário, uns não seriam a expressão dos outros. **A seu turno, essa reprodução na esfera dos símbolos é o que podemos entender por linguagem.** (grifo meu)

Podemos, portanto, descrever a linguagem como um sistema simbólico pelo qual expressamos inicialmente nossos pensamentos para nós mesmos e, por consequência, para outros indivíduos nas diferentes atividades comunicativas nas quais estamos envolvidos cotidianamente. Pensamento é sempre pensamento acerca de alguma coisa, e por isso mesmo, consiste em linguagem, que não é um mero subproduto do pensamento (ARAÚJO, 2004, p. 9), de modo que é nela e por ela que é possível exprimirmos ideia, conceitos, bem como produzir significados para nossos comportamentos.

Quando dizemos linguagem, explica Santaella (2012, p. 16),

queremos nos referir a uma gama incrivelmente intrincada de formas sociais de comunicação e de significação que inclui a linguagem verbal articulada, mas absorve também, inclusive, a linguagem dos surdos-mudos, o sistema codificado da moda, da culinária e tantos outros. Enfim: todos os sistemas

de produção de sentido aos quais o desenvolvimento dos meios de reprodução de linguagem propiciam hoje uma enorme difusão.

Até o século XIX, foram poucos os pensadores que se dedicaram ao estudo da linguagem. Os estoicos, Santo Agostinho, a Gramática de Port-Royal, Leibniz, Locke e Hobbes se destacam nesse período anterior à virada linguística. Segundo Araújo (op. cit., p. 19),

os estoicos (século I a.C.) elaboraram uma teoria acerca da linguagem relativamente bem acabada. A razão recebe as ideias mediante as sensações, a memória e a experiência. Daí nascem os conceitos. A representação, sendo intelecção pela qual se reconhece a verdade das coisas, permite que haja assentimento, compreensão e pensamento. O pensamento é enunciativo, exprime com palavras o material recebido da representação, que são as proposições completas em si, podendo ser verdadeiras ou falsas porque dizem algo sobre o que foi expresso.

Assim como Aristóteles, na antiguidade clássica, os estoicos já defendiam a ocorrência de uma distinção entre o plano da expressão, o plano do conteúdo e o referente. Isso porque há no processo de significação três elementos: a coisa, o signo e o significado. O primeiro deles não necessariamente deverá ser uma entidade física, mas também um acontecimento, a ocorrência de um fato. O signo, a palavra. O último deles, o significado, remete para a expressão da palavra, aquilo que é possível compreender quando oferecido ao nosso pensamento.

Desse modo, quando alguém lê a palavra “carro”, o significante, ou seja, a própria palavra precisará de, pelo menos, um referente direto para que se possa construir um significado. Isso é cultural e, mesmo sendo uma questão psicológica, não será possível construir sentido a partir daquilo que pensa alguém individualmente, a ideia é social. Dependendo das referências, o significante em questão poderá estar fazendo alusão a um automóvel ou a um carro alegórico em um desfile de carnaval, entre outros sentidos.

Todorov (2014), ao comentar os primeiros capítulos do tratado *Da Interpretação*, de Aristóteles, explica que as palavras se definem como uma relação de três termos: os sons, os estados de alma e as coisas. Segundo ele,

o segundo termo serve de intermediário entre o primeiro e o terceiro, que não se comunicam diretamente. Mantém, pois duas relações cuja natureza é diferente, como o são os termos mesmos. As coisas são idênticas a si mesmas, sempre e em toda a parte; os estados de alma também o são, são independentes dos indivíduos: são, portanto, unidos por relação motivada em que, como diz Aristóteles, um é *imagem* do outro (op. cit., p. 19).

O valor do signo depende de ele relacionar-se com um fato anterior (ARAÚJO, op. cit., p. 20). É, portanto, em razão disso que, quando lemos ou ouvimos em noticiários o significante “enchente”, normalmente associamos a resultado de uma forte chuva sobre uma ou outra cidade, que é um fato mais comum. Na teoria dos estoicos, o dado sensível se configura em significante através da proposição que verifica haver água pluvial onde há enchente.

Quanto a Santo Agostinho, mesmo não pretendendo ser teórico da semiótica, considerando que sua obra é construída em prol de um aspecto bem distinto, o religioso esteve voltado ao longo de suas pesquisas para uma teoria do signo. Em *De Magistro*, o autor considera que o ato de falar é o mesmo que exteriorizar “o sinal de sua vontade por meio da articulação do som”. Nesse caso, a linguagem, além de servir para trazer a lembrança de um conteúdo, pode estar a serviço da fala interior, isto é, do pensamento de palavras acedidas à memória. Em outros termos, as palavras são sinais das coisas trazidas à nossa mente.

Araújo (op. cit., p. 21) lembra que há palavras que são sinais e que nada significam por não remeterem a coisa alguma. As conjunções e as preposições, por exemplo, seriam alguns desses casos que podem ser explicitados por outras palavras.

Quando não for possível indicar o significado das palavras abstratas apontando para algo, o sinal deve ser interpretado por meio de outro sinal, por exemplo, um gesto. Se alguém não conhece o sinal, ele pode ser explicado pela ação correspondente. Para ensinar o significado de “andar”, anda-se. Como pode ocorrer que a palavra ainda assim não compreenda, acrescentam-se mais sinais. Sinais podem ser palavras, gestos, letras (op. cit., p. 21). (o grifo é meu)

Assim, se pensarmos na palavra “água”, seu significado será um sinal, porém aquilo que sinaliza, ou seja, a “água” como um objeto, não será sinal. Coisa e sinal não são, portanto, a mesma coisa ou, melhor dizendo, podemos pensar que as palavras sejam sinais verbais que remetem a outros sinais.

Cumprido lembrar que Santo Agostinho não confunde o som com o significado de uma palavra, um problema quando questionamos sobre a nomeação das coisas. Isso lembra o que ocorre na obra *Marcelo, marmelo, martelo*, de Ruth Rocha. No conto, a autora de livros infantis aborda o que Santo Agostinho ressaltou, o que, aliás, foi observado mas também uma observação apresentada por Saussure no início do século XX:

O laço que une o significante ao significado é arbitrário ou então, visto que entendemos por signo o total resultante da associação de um significante com um significado, podemos dizer simplesmente: *o signo linguístico é arbitrário*. Assim, a ideia de “mar” não está ligada por relação alguma interior à sequência de sons *m-a-r* que lhe serve de significante; poderia ser representada igualmente bem por outra sequência, não importa qual; como prova, temos as diferenças entre as línguas e a própria existência de línguas diferentes: o significado da palavra francesa *boeuf* (“boi”) tem por significante *b-ö-f* de um lado da fronteira franco-germânica, e *o-k-s* (*Ochs*) do outro (SAUSSURE, 1972, p. 81-82). (os grifos são do autor)

Em um trecho da obra de Ruth Rocha, o texto lembra que o signo linguístico é arbitrário. Numa sequência de interrogações, a personagem Marcelo questiona a relação entre alguns significantes e seus respectivos significados. Vale observar.

No dia seguinte, lá vinha ele outra vez:

– Papai, por que é que mesa chama mesa?

– Ah, Marcelo, vem do latim.

– Puxa, papai, do latim? E latim é língua de cachorro?

– Não, Marcelo, latim é uma língua muito antiga.

– E por que é que esse tal de latim não botou na mesa nome de cadeira, na cadeira nome de parede, e na parede nome de bacalhau?

– Ai, meu Deus, este menino me deixa louco!

Daí a alguns dias, Marcelo estava jogando futebol com o pai:

– Sabe, papai, eu acho que o tal latim botou nome errado nas coisas. Por exemplo: por que é que bola chama bola?

– Não sei, Marcelo, acho que bola lembra uma coisa redonda, não lembra?

– Lembra, sim, mas... e bolo?

– Bolo também é redondo, não é?

– Ah, essa não! Mamãe vive fazendo bolo quadrado...

O pai de Marcelo ficou atrapalhado.

Em outro trecho, o menino segue, questionando:

E Marcelo continuou pensando:

“Pois é, está tudo errado! Bola é bola, porque é redonda. Mas bolo nem sempre é redondo. E por que será que a bola não é mulher do bolo? E bule? E bala? Eu acho que as coisas deviam ter nome mais apropriado. Cadeira, por exemplo. Devia chamar sentador, não cadeira, que não quer dizer nada. E travesseiro? Devia chamar cabeceiro, lógico! Também, agora, eu só vou falar assim”.

A contestação de Marcelo ocorre porque o menino busca localizar alguma relação direta entre o signo e seu significado. Qual é, afinal, a lógica na nomeação das coisas? A personagem, percebendo não ocorrer uma relação lógica entre os significantes e seus significados, procura (ele, mesmo) dar nomes mais coerentes, segundo “sua própria lógica”. Assim, parece resolver sua grande problemática.

Marcelo entrou correndo:

- Papai, papai, a moradeira do Latildo!
- O quê, menino? Não estou entendendo nada!
- A moradeira, papai, embrasou...
- Eu não sei o que é isso, Marcelo. Fala direito!
- Embrasou tudo, papai, está uma branqueira danada!

Pensando poder criar sua própria linguagem, o menino opta por construir neologismos, valendo-se de elementos morfológicos, como afixos. Na concepção da personagem, se há um objeto próprio para alguém sentar, “cadeira” não se apresenta como bom nome, mas “sentador”, sim. E, continua... se há um objeto para apoiar a cabeça, por que não nomeá-lo “cabeceiro”, em vez de “travesseiro”?

Segundo Santo Agostinho, o conhecimento não vem das palavras que significam os objetos, mas dos próprios objetos. “(...) ouvindo muitas vezes dizer *caput* (‘cabeça’) e notando e observando a palavra quando era pronunciada, reparei facilmente que ela denotava aquela coisa que, por tê-lo visto, a mim já era conhecidíssima” (1979, p. 317). Em outras palavras, não devemos conhecer a palavra a partir de seu som, mas a partir daquilo a que ela se refere.

Por sua vez, ao construir novas palavras, a partir de uma linguagem própria, Marcelo não percebe que o signo é de caráter social, as palavras devem ser compartilhadas socialmente. Os sentidos precisam atender a convenções sociais, por mais que ocorram casos em que seja possível uma compreensão. É em razão disso que o pai do menino, mesmo percebendo a aflição do filho, nada entendia nada e, quando “chegou a entender do que Marcelo estava falando, já era tarde. A casinha estava toda queimada. Era um montão de brasas”, ou seja, quanto à “moradeira”, “embrasou” tudo.

Todavia, isso não quer dizer que os indivíduos não tenham certa liberdade para realizar combinações, segundo suas necessidades ou desejos em contextos específicos, como no caso da letra de música, *Metáfora*, do cantor e compositor Gilberto Gil, a seguir:

Uma lata existe para conter algo
Mas quando o poeta diz: "Lata"
Pode estar querendo dizer o incontível

Uma meta existe para ser um alvo
Mas quando o poeta diz: "Meta"
Pode estar querendo dizer o inatingível

Por isso, não se meta a exigir do poeta
 Que determine o conteúdo em sua lata
 Na lata do poeta tudonada cabe
 Pois ao poeta cabe fazer
 Com que na lata venha caber
 O incabível

Deixe a meta do poeta, não discuta
 Deixe a sua meta fora da disputa
 Meta dentro e fora, lata absoluta
 Deixe-a simplesmente metáfora

Por meio da metalinguagem, o compositor parece aprofundar a ideia contida no texto de Ruth Rocha. Ao oferecer o significante “lata”, parece desconstruir não somente significados utilizados costumeiramente. Se uma “lata existe para conter algo”, naturalmente diríamos se tratar de um recipiente ou embalagem de folhas de flandres, utilizado para guardar água, tinta ou outro produto, ficando mais evidente não a lata, mas o que nela contém, é preciso valer-se do referente apontado pelo adjunto adnominal para o termo em questão (*lata de leite em pó*, *lata de tinta*, etc). Entretanto, Gilberto Gil nos adverte com uma oração de caráter adversativo, isto é, quando um poeta usa a palavra “lata”, “pode estar querendo dizer o incontível”, desconstruindo a ideia inicial por meio de metáforas. Ao se desconstruir, constroem-se novos significados para um mesmo significante.

Observando o que consta da história sobre a linguagem, vale também considerar a Gramática de Port-Royal, datada de 1662. Considerando a língua como um sistema de signos, a gramática discorre que tanto as palavras quanto as expressões agem como recipientes de ideias. Desse modo, aos objetos somente as ideias podem estar vinculadas.

Sua publicação representa uma ruptura de caráter epistemológico, bem como uma tentativa de afastamento do paradigma latino de se estudar os fenômenos linguísticos, assim como de outras gramáticas anteriores. Somado a isso, seus autores, Lancelot e Arnaud, mesmo discordando em boa parte do que oferece a lógica cartesiana, tomam o que propõe Descartes para fundamentar uma nova proposta para o estudo da linguagem. Nas palavras de Araújo (2004, p. 22), para o racionalista francês,

mais vale o pensamento, que é independente das línguas, é extralinguístico. A linguagem pode ser, inclusive, uma das causas de erros e equívocos. Têm-se, de um lado as ideias e de outro lado o mundo, a realidade a ser captada pelas ideias. **A linguagem faz a intermediação, por isso pode atralhar a relação entre pensamento e ser.** As palavras

distinguem-se do conhecimento claro e distinto das coisas. **Como, porém, as palavras que exprimem as coisas são mais bem lembradas do que as coisas que expressam, valoriza-se a palavra e esquece-se que o meio para apreender é a intuição racional das coisas pelo pensamento.** (os grifos são meus)

A proposta de Port-Royal, porém, é distinta. Busca-se apresentar uma gramática de caráter filosófico, por meio de um rigor científico, diferente do modelo formal renascentista. Se a língua é a expressão do pensamento e, por sua vez, o pensamento é governado pelo mesmo conjunto de leis em todos os indivíduos, resultado diferente não poderia haver: a aplicação de uma gramática geral a todas as línguas, ideia que, inclusive, também defendeu já no séc. XX, o linguista e filósofo norte-americano Noam Chomsky.

A gramática logicizada oferecida por Lancelot e Arnauld tem a intenção de apresentar instrumentos que possibilitem observar como os significados das ideias são construídos na relação com a realidade. Sobre isso, Araújo (2004) explica que

O nível mais elaborado é o nível lógico das ideias, a língua exterioriza essa lógica, que é o fundo comum por detrás da diversidade linguística, daí a gramática fundir-se com a lógica. **As palavras são sons distintos e articulados que se transformam em signos, encarregados de produzir o que se passa no pensamento, isto é, as operações lógicas, tais como conceber, julgar, raciocinar.** (op. cit., p. 24). (o grifo é meu)

Tais operações lógicas são assinaladas pelas palavras. Estas são carreadoras de significados construídos a partir das intenções formuladas por seus sujeitos. Afinal, para que servem os signos senão para os indivíduos deixarem marcados seus pensamentos? Podemos pensar, portanto, ser no plano das ideias o espaço em que os signos operam, representam, isto é, na visão da Gramática de Port-Royal, a realidade é representada por juízos de valor dos sujeitos e suas proposições, diferentemente de Descartes, com uma teoria que reduzia a linguagem a segundo plano com relação à mente/pensamento.

No século XVII, os nomes de Leibniz, Locke e Hobbes formam uma lista de filósofos que buscaram dar à linguagem um caráter discursivo, posicionando-se de encontro à teoria cartesiana do conhecimento. Para o primeiro deles, se o nosso pensamento é simbólico, segue-se que os procedimentos que adotamos no trato com os sinais no exercício do pensamento naturalmente reproduzem os procedimentos relativos ao próprio pensamento (MOREIRA, op. cit., p. 29). Em outras palavras, aquilo que ocorre no campo simbólico reproduz exatamente aquilo

que ocorre no nível dos pensamentos expressos por ele; se assim não fosse, uns não seriam a expressão dos outros. Daí podermos pensar a linguagem como ocorrendo inicialmente em nós mesmos, exprimindo nossos pensamentos, para em seguida ser aplicada em nossas interações sociais.

Para Leibniz (1646-1716), os símbolos dos quais os homens se valem para simbolizar seus pensamentos são os nomes. Moreira (2005, p. 33) explica que, para esse filósofo,

a competência simbólica de um nome não depende, e não pode depender – como bem ilustra o exemplo –, de modo algum de qualquer relação de semelhança com o nomeado, mas deve repousar, antes, na facilidade do emprego do nome. Leibniz conclui que, conquanto seja muito comum alguma relação de semelhança entre nome e nomeado, ela não é imprescindível.

Assim, podemos dizer que os significados devem ser pensados a fim de expressar as ideias que lhes cabem, conforme o uso. Isso contribui para compreensão do sentido de cada palavra escolhida. Desse modo, se nos valermos da palavra “água”, observando apenas uma de suas propriedades, aplicaremos o som tão somente a tal propriedade. É preciso, portanto, presumir que os sinais das nossas ideias façam referência aos sinais dos outros para que haja compreensão, isto é, comunicação.

Na mesma corrente de Leibniz, outro pensador de sua época, Locke (1632-1704), explica, segundo Moreira (op. cit), que, caso as palavras tenham uso e significação, ocorrerá conexão constante entre som e ideia, assim como a designação apropriada. Sem esse atributo, “elas não passam de simples ruídos, ausentes de significado”. Logo, diferente não poderia ser: o significado de uma palavra se constrói no discurso.

Uma observação que não convém passar despercebida é o fato de que Locke já acenava para uma distinção entre significante e significado, à ideia de signo. Segundo ele, o significado de um som é restrito à ideia à qual corresponde. Se, portanto, o significado expressa uma ideia, é certo que ela nasce de uma experiência. Assim, forçosamente, a linguagem precisa ser exercitada a partir de uma relação entre sinal e coisa referida; se diferente disso, não haverá significado.

Outro filósofo do século XVII que se destacou na crítica à doutrina cartesiana foi Hobbes (1588-1679). Para o teórico inglês, a mais nobre e útil de todas as invenções foi a da linguagem que, segundo ele, consiste em nomes ou apelações e

em suas conexões. Sem isso, continua ele, não haveria entre os homens nem Estado, nem sociedade, nem contrato, tampouco paz (2003). Resumindo, o que deve ser considerado é o uso de nomes, a linguagem.

Em sua obra mais conhecida, *Leviatã*, Hobbes defendia a tese de que, por viverem num estado de natureza em que todos estariam preocupados com os seus próprios interesses, os indivíduos necessitam de um forte governante para apaziguar seus conflitos. Para evitar uma guerra de todos contra todos (*bellum omnia omnes*), a existência de um contrato social se mostra como imprescindível. Vale lembrar que Hobbes era um grande defensor do Absolutismo, diferente de Locke, seu contemporâneo e incentivador dos princípios do liberalismo.

Contemplando o homem em seu estado pré-estatal, o filósofo e matemático inglês pensa o ser humano como um ser em construção, isto é, em constante processo de hominização. Para o teórico, o *homo loquens* é, assim como o Deus bíblico, um co-Criador. “Deus disse... e assim foi feito” (Gn 1,6), possibilitando ao homem de informar aos demais homens o seu desejo de construir a paz, além de criar um ambiente mais agradável para que a vida se desenvolva.

Ainda seguindo o viés das escrituras bíblicas e observando o que sinaliza Locke, vale notar que ao homem é dada a oportunidade de realizar uma tarefa inicial com a linguagem. “Da terra formou, pois, o Senhor Deus todos os animais do campo e todas as aves do céu, e os trouxe ao homem, para ver como lhes chamaria”; “e tudo o que o homem chamou a todo ser vivente, isso foi seu nome” (Gn, 2, 19). Assim, a nenhum outro ser vivente é ofertada a capacidade da criação e da recriação da realidade.

Para Locke, as palavras significam as ideias da mente de quem as utiliza, ainda que as ideias não representem perfeitamente as coisas. Não há por que aplicá-las a outras ideias, pois não teriam significado algum. Elas devem, portanto, atender à realidade das coisas, não simplesmente à imaginação das pessoas. Desse modo, se a uma coisa já foi atribuído um nome, sempre que ouvirmos o som correspondente, faremos alguma associação.

Essa observação permite-nos pensar que Locke já antecipava uma distinção entre significante, significado e seu conjunto, ideia. Para melhor dizer, parece que distinguia a ideia de signo. Segundo ele, as palavras somente alcançam sentido no discurso, o que nos permite pensar que o conhecimento somente se constrói a partir do exercício da linguagem.

Não pretendo dizer que as linguagens devem ser consideradas como uma criação, ou, melhor dizendo, uma invenção humana em determinado tempo e espaço, como poderíamos pensar do ato de nomear exercido pelo Adão bíblico. Na verdade, o que importa dizer é que, sem as linguagens, a vida humana parece uma impossibilidade. Humanidade e linguagens são intrínsecas entre si, sendo as segundas não partícipes na construção do homem como ser sócio-histórico, mas sim uma inerência da existência humana.

Deixadas de gerações para gerações, as linguagens se (re)constituem conforme a necessidade ou o desejo de seus usuários. Como processo social que se desenvolve de modo coletivo, cooperativo e contínuo, elas permitem aos homens não somente exercerem suas experiências individuais, como também serem (re)conhecidos como participantes de uma coletividade. São, portanto, patrimônio coletivo.

Pensando nas afinidades entre a linguagem e a condição humana, recorro a Tomasello (2003, p. 57-58), no sentido de oferecer uma reflexão sobre a formação social da linguagem. Segundo ele, mesmo que em geral todas línguas apresentem algumas características comuns, em termos concretos cada um dos milhares de línguas do mundo tem seu próprio inventário de símbolos linguísticos. Nesse rol, incluem-se construções linguísticas complexas, as quais permitem a seus usuários compartilhar simbolicamente experiências entre si. E, o autor continua:

Esse inventário de símbolos e construções fundamenta-se em estruturas universais da cognição humana, da comunicação humana e na mecânica do aparelho fonoauditivo. As particularidades de cada língua provêm de diferenças entre os vários povos do mundo no que se refere ao tipo de coisas sobre as quais eles acham importante falar e às maneiras como consideram útil falar sobre elas – além de vários “acidentes” históricos, evidentemente. **O ponto crucial para o que aqui nos interessa é que todos os símbolos e as construções de uma dada língua não foram inventados de uma só vez, e depois de inventados geralmente não permanecem idênticos por muito tempo. Pelo contrário, os símbolos e as construções linguísticos evoluem, mudam e acumulam modificações ao longo do tempo histórico à medida que os homens os utilizam entre si, ou seja, através de processos de sociogênese** (op. cit., p. 57-58). (o grifo é meu)

Por meio da linguagem, o homem estabelece e (re)conhece sua humanidade. Logo, é capaz de compreender e fazer-se compreendido pelos demais indivíduos. Faz parte do homem não somente representar o mundo através da linguagem, como ainda rerepresentá-lo, permitindo a ele agir socialmente em seus diferentes níveis de

interação. Fazendo suas leituras, pensando, falando, (re)utilizando gestos, valendo-se de signos não verbais ou de palavras, entre outros recursos de que disponha, o indivíduo constrói sua história, interagindo com o mundo ao seu redor.

A linguagem faz parte do homem, assim como sem este a linguagem não se constrói. Daí, não pensarmos em produção de sentidos, se a linguagem não estiver em pauta. Assim, considerando o objeto de estudo desta tese e valendo-me de uma leitura ainda não esgotada, entendo como interessante refletir sobre os usos da linguagem na construção das capas escolhidas para esta pesquisa, considerando que nelas os símbolos têm função relevante na construção de sentidos.

O processo de semiose ou de significação requer, basicamente, sistemas de símbolos e de signos linguísticos codificados por meio de regras de emprego. Porém, sem os fatores da situação de fala, contexto, intenção, comportamento verbal, circuito da comunicação, efetividade do dito e do dizer, simplesmente não há linguagem. O processo de semiose não se restringe a que algo (como um signo ou sistema de signos) substitua algo para alguém. A linguagem não é uma tradução automática das coisas, o significado não é um substituto dos objetos (ARAÚJO, 2004, p. 10).

Vale considerar que os significados das coisas não se esgotam. A cada nova leitura, a cada novo indivíduo ou grupo social que se coloca diante do objeto, a cada interação, o sentido se reconstrói. Logo, aos seres humanos são oferecidas as possibilidades da(s) linguagem(ns). Assim, um signo não é, ele pode ser, de modo que os elementos que constituem a tríade homem-signo-linguagem não devem ser pensados separadamente.

Pensemos, por fim, que entre o homem e o mundo existe uma densa cortina. Aliás, penso que a linguagem seja essa cortina. Cabe ao homem, portanto, realizar uma observação do mundo ao seu redor e calcular possíveis referências entre as coisas, ou, em outras palavras, valendo-se do que a própria linguagem seja capaz de oferecer, construir significados que lhe permitam viver em sociedade.

3 PRODUÇÃO DE SENTIDO

Sabemos que oferecer uma definição para “produção de sentido” não se resume a uma mera explicação, como se assim fosse possível. Indagar, por exemplo, a um brasileiro qual foi o país-sede da última Copa do Mundo de Futebol, organizada pela Fifa, é bem diferente de apresentar uma resposta para o que seja produção de sentido. Para o primeiro caso, organizar um conjunto de rápidas referências que tenha em mente (notícias de jornal, derrota da seleção brasileira por 7 a 1 para a campeã, a Alemanha, obras e mais obras ao longo do território nacional etc) auxiliará o indivíduo na produção de uma resposta segura. Tão logo associe esses fatos, o indivíduo terá uma resposta precisa. Ainda assim, não me parece tão fácil formular uma resposta para o que seja produção de sentido.

De onde vem o sentido? Para Greimas (1975, p. 7), é extremamente difícil falar do sentido e, ao mesmo tempo, dizer alguma coisa significativa. Para fazê-lo convenientemente, o único caminho seria produzir-se uma linguagem que não significasse nada. E o que isso significaria? Que, por esse caminho, poderíamos estabelecer uma distância favorável para a construção de discursos ausentes de sentido sobre discursos significativos. Logo, produziríamos o sentido pretendido.

Em sua inserção no mundo, o indivíduo sente-se introduzido à medida que desvela e vivencia significados atribuídos ao mundo por ele mesmo e pelos outros. Nessa necessária interação, o confronto de diferentes versões para um mesmo objeto de leitura é inevitável em sua inserção na busca por significados para aquilo que experimenta ou está diante de seus olhos.

Se estamos no mundo, devemos ter em mente que estamos diante de uma gama de possibilidades de atribuição de significados para nossas experiências. Na verdade, aquilo que oferecemos como nova informação não deve ser assim entendida, considerando que os enunciados por nós escolhidos não agem de modo indiferente entre si, assim como são reflexos uns dos outros, não agindo sozinho.

Por sinal, cada um dos enunciados está pleno de diferentes ecos e lembranças de outros enunciados, aos quais está vinculado no interior de uma esfera comum da comunidade verbal (Bakhtin, 2003, p. 297). Essa observação nos remete para o fato de a realidade em que se processa o texto ser essencialmente contraditória, bem como em constante processo de transformação. Por essa razão,

o autor propõe uma dialética que, surgindo do dialógico, nele se avança, alocando indivíduos e textos em um persistente processo também dialógico.

Desse modo, podemos pensar na impossibilidade de que os sentidos atribuídos a um texto possam estar, a partir de um certo momento, totalmente acabados e perfeitos para seus efeitos. As arestas do texto estarão sempre abertas, levando em conta ser ele um espaço de embate de vozes, ainda com referência à teoria bakhtiniana.

Enquanto um enunciado, em dado contexto, pode significar algo, a fim de atender a alguém em determinada situação, os sentidos podem variar de acordo com as intenções e sujeitos envolvidos em tela. Isso nos leva a indagar se *sentido* e *significado* são a mesma coisa. Para Mari (2008, p. 72-73),

[...] a cálculo do significado têm sido reservados aqueles procedimentos que, de fato, apresentam alguma dimensão formal – isto é, *predicação, composicionalidade, valores de verdade*, etc. –, enquanto à produção de sentido preserva-se uma feição de uso dos signos, que contempla fatores de ordem das convenções pragmáticas, das intenções, manipulação dos significantes, dos movimentos do léxico e, sobretudo, dos aspectos enunciativos.

Em síntese, podemos dizer que o significado está para o plano do enunciado, enquanto o sentido para o da enunciação. Se para cálculo do significado é possível criar algoritmos que processem alguns de seus aspectos nas línguas naturais, o mesmo não se pode afirmar para o sentido. Para este, ainda não é possível dispor de uma compreensão mais precisa do modo pelo qual devemos compor todos os elementos que se tornam necessários à sua produção. Os autores explicam que

A produção do sentido se vincula a uma concepção mais emergencial de semântica e, se perde terreno no campo do formalismo, enriquece-se no campo dos acontecimentos, dos efeitos de sentido, do realismo imposto pelas interações. Logo, sua preocupação não é com dimensão de significação que flui das regras de cálculo, mas com aquela que configura um formato (quase) terminal da significação para os enunciados e que inclui, portanto, alguma forma de justificativa para mostrar o sentido enquanto uma construção da ordem do sujeito (intenção de uso) e da ordem da história (2008, p. 73).

Desse modo, pelo plano do significado, de imediato poderíamos acreditar ser uma verdade absoluta a “voz” da revista *Veja*, no enunciado “*Eles sabiam de tudo*”, numa referência à presidente e ao ex-presidente, respectivamente, Dilma Rousseff e Luís Inácio Lula da Silva, sobre “as tenebrosas transações” da Petrobras, conforme

capa publicada em 29.10.2014, edição 2397. Todavia, pelo plano do sentido, é preciso estar atento aos mecanismos utilizados para que isso pudesse se passar por uma informação incontestável. Não somente o enunciado oferecido é capaz de prestar a informação; é preciso buscar o enquadramento em um contexto histórico maior que um conjunto de quatro palavras.

Numa prévia análise, podemos observar que o enunciado em destaque se oferece em letras garrafais, na cor vermelha, de modo que, associado ao título PETROLÃO, também com as mesmas características, além das imagens da presidente e do ex-presidente, precisa ser decodificado. Por que logo eles “sabiam de tudo”? Utilizar esse recurso, sem oferecer na capa informação suficiente que sustente essa tese, induz o leitor à compra do produto oferecido, a fim de buscar argumentos para o que a capa sustenta.



Se observarmos pelo plano do significado, seremos levados a crer que, realmente, Dilma e Lula “sabiam de tudo”. Entretanto, é preciso observar quem oferece, a partir de que sustenta a tese e por que afirma tal informação para, enfim,

compreender os sentidos pretendidos por seus enunciadores. Desse modo, atento aos diversos elementos que compõem a capa, conseguiremos perceber um pouco de sua enunciação; compreenderemos, portanto, um pouco dos sentidos produzidos no texto, uma ideia daquilo que seus enunciadores pretendem oferecer como verdade.

Por que apontar os dois presidentes da República? O que eles têm em comum? Ter a imagem de ambos nos leva a realizar um número de indagações sobre o fato de saberem “de tudo”, conforme consta na capa. Que sentidos são produzidos a partir do ato de enunciar uma informação desse tipo? Como a revista consegue construir uma informação como essa? Que consequências isso poderá provocar ao atingir seu público?

É preciso que o leitor faça uma retrospectiva, busque todo e qualquer indício que tenha possibilitado a *Veja* prestar tal informação. Deve-se, portanto, localizar elementos contribuintes para os prováveis sentidos pretendidos por *Veja*. Como afirma Koch (2013), é preciso estar atento a uma complexa rede de fatores que exerce influência na construção de um texto.

Por sua vez, Frege (1978, p. 62) alerta que, para caracterizar o sentido, é preciso estar atento para “além daquilo por ele [sinal] designado, que pode ser chamado de referência, [há] ainda o que eu gostaria de chamar de o sentido do sinal, onde está contido o modo de apresentação do objeto”. De fato,

considerar o sentido, então, enquanto modo de apresentação e de percepção do objeto implica assumir que não podemos, a priori, delimitar a nossa atividade perceptiva sobre os objetos, determinando aquilo que viesse a ser um número de sentidos aceitáveis para um dado objeto. **É claro que para cada objeto da nossa experiência, operamos com limites perceptivos, mas isso não implica dizer que esses são os únicos possíveis e que podemos arbitrar um limite ideal para sua percepção** (MARI, 2008, p. 67) (o grifo é meu)

Uma excelente síntese disso é oferecida por Wittgenstein (1979, p. 28). Para ele, “o sentido é o uso”. Nesse caso, penso que, antes de uma discussão sobre quaisquer aspectos conceituais do significado, seja necessária uma reflexão a respeito do sentido. Wittgenstein explica que é necessário pôr em jogo o modo pelo qual adquirimos regras que permitem a adequada utilização das formas linguísticas.

A psiquê humana não lida apenas com o que *é*, mas com o que *pode* ser (DONALDSON, 1987, p. 97). Isso revela que, pelo psiquismo, o sujeito é capaz de fazer sentido a partir de suas audições e/ou leituras, de modo que possa ir além

daquilo que lhe é explícito. Aliás, é da natureza humana buscar dar sentidos aos objetos, às coisas.

Portanto, independentemente de que caminhos tomarmos – seja o das relações triádicas de Peirce (objeto, signo, interpretante), de Frege (sentido/referência/representação) ou da relação de significante/significado proposta por Saussure –, é preciso considerar a questão do sentido não somente como uma manifestação das práticas de linguagem. Isso porque necessário é redimensionar a discussão para os caminhos da semântica, possibilitando, portanto, que outras dimensões, além de propriedades lexicais e relações sintagmáticas (ou sintáticas mais específicas), sejam acolhidas com igual importância (Mari, 2008, p. 11).

Vale lembrar que, independentemente do campo de conhecimento, o sentido não está no texto, tampouco no leitor ou no enunciador. Ele ocorre no intervalo entre esses elementos. Tomemos como hipótese a leitura de um texto originário de uma audiência jurídica. Segundo Rosa (2010, p. 123-124),

o “Termo da Audiência”, ou melhor, a “Assentada”, ao ser vertida em significantes, depende de uma narração e, portanto, de uma mirada. Um leitor posterior do mesmo material significante é incapaz de reproduzir os lances, olhares, termos, os movimentos do ato; restringe-se a jogar com uma certa dose de imaginação daquilo que poderia ter acontecido, mas foi encadeado de maneira diferente por cada um dos enleados no *Simbólico* de uma audiência. (o grifo é do autor)

Ocorre que o sentido que cada significante ocupa depende de uma intrincada rede de interconexões significantes cuja trama atravessa o consciente e o subconsciente dos sujeitos. Em outras palavras, podemos dizer que as ideias sobre o texto são construídas e operadas na perspectiva de uma ficção, ou seja, a cada novo sujeito, espaço e momento, uma nova versão sobre o texto será inevitável. No processo penal, explica Rosa (op. cit., p. 124), “dependendo do papel do juiz, como inquisitor ou espectador – Sistema Inquisitório ou Acusatório – os significantes probatórios terão um sentido”.

Penso que procedimento parecido ocorre na leitura de um texto oferecido em uma capa de revista. Seu enunciador poderá até mesmo planejar um sentido para seu texto e, para seu projeto, selecionar uma gama de significantes que considere ser a mais coerente; entretanto, vale dizer que não possui qualquer garantia de que os sentidos pretendidos por ele serão os mesmos assumidos pelos leitores da publicação. Afinal, não existem sujeitos universais, isto é, cada leitor transita em um

espaço social diferente do outro, com diferentes experiências, o que pode provocar distintas visões sobre um fato ou acontecimento.

3.1 As três dimensões do sentido

Os estudos que tratam da produção de sentido de modo mais relevante têm destacado três lugares-comuns para esse tipo de construção. Sejam esses pelos caminhos teóricos a partir de uma orientação pragmática, oriundos de discussões sobre o processo enunciativo, sejam pelas teorias semânticas, podemos dizer que o que sentido se constrói

no sistema

no e pelo sujeito

no processo histórico

A seguir, desenvolverei separadamente uma discussão sobre esses três lugares de produção de sentido, entendendo a relevância que isso tem para uma compreensão daquilo que, em momento oportuno, apresentarei como material a ser analisado.

3.1.1 O sentido se constrói no sistema

Pensar em sentido e afirmar que **o sistema** é um dos lugares de sua produção nos remete, inicialmente, para uma discussão inicial que considerou a língua como um sistema de signos linguísticos, agindo a partir de leis internas e próprias, sem relação alguma com aquilo que a ela seja exterior. Nessa visão de língua, oferecida por Ferdinand de Saussure, em seus estudos iniciais, não há lugar para o estudo do sujeito, sendo este tão somente aquele que faz da língua seu uso, e sua realização não depende dele.

Por essa ótica, deve-se entender que a língua está pronta, não cabendo ao usuário fazer qualquer tipo de modificação ou crítica. Logo, pela proposta de Saussure (1972), o funcionamento da língua depende das relações construídas e

conservadas entre os signos linguísticos que a compõem, oferecendo aos estudos da linguagem uma face racional, objetiva.

Todavia, torna-se difícil compreender essa proposta se também a visão saussuriana insere a ideia de fala como sendo subjetiva, ação individual, assim como também explica que seu uso varia de indivíduo para indivíduo. Verdade é que, mesmo ainda sendo alvo de inúmeras críticas por uma considerável lista de pesquisadores, considerando que a visão de Saussure ainda não atende de modo satisfatório o estudo sobre a língua, é comum lermos estudos posteriores que partiram de sua teoria para novas abordagens sobre a linguagem verbal. Portanto, mesmo que não atenda plenamente, o que apresentou se mostra como uma teoria relevante para novas pesquisas.

Considerar a língua na sua relação com o sujeito tornou-se um desafio para estudos posteriores a Saussure. Isso porque é preciso pensar o sujeito presente na língua, assim como os sentidos são construídos a partir da linguagem no ato da enunciação. Esta deve ser entendida como ato de produção do discurso, uma instância pressuposta pelo enunciado, produto da enunciação.

Cumprido ressaltar que geralmente o enunciado é portador de um sentido estável, ou seja, aquele que foi conferido pelo locutor. Segundo Maingueneau (2011, p. 19), “esse mesmo sentido seria decifrado por um receptor que dispõe do mesmo código, que fala a mesma língua”. Nessa ideia de atividade linguística, podemos pensar que o sentido estaria de algum modo com sua inscrição no enunciado. Compreendê-lo dependeria basicamente de um conhecimento do léxico, e da gramática da língua. Por sua vez, o contexto exerceria uma função periférica, no oferecimento de informações que possibilitaria desconstruir eventuais casos de ambiguidade.

Trilhando por essa concepção, podemos pensar que os dados linguísticos lançados para a construção de um enunciado não devem ser vistos como meras categorias gramaticais. Além disso, devemos considerar que, associados aos possíveis contextos, podem produzir um número razoável de interpretações.

Assim, recorrendo mais uma vez ao enunciado “*Eles sabiam de tudo*”, inscrito na capa de *Veja*, citada neste capítulo, não somente dependeríamos de saber que o pronome *eles* equivale a mais de um indivíduo que, conforme a informação, sabia de tudo. Numa função dêitica, o pronome aponta para dois indivíduos que, em certo contexto, tinham conhecimento de alguma informação. Pelo contexto, *Veja* parece

contribuir para a instauração de uma “certeza”, isto é, presidente e ex-presidente da República sabiam dos fatos que levaram, de modo negativo, a Petrobras às capas de jornais e revistas.

Fiorin (2013, p. 56) explica que

com efeito, a imagem do enunciatário a quem o discurso se dirige constitui uma das coerções discursivas a que obedece o enunciador: não é a mesma coisa produzir um texto para um especialista numa dada disciplina ou para um leigo; para uma criança ou para um adulto. O *eu* realiza o ato de dizer num determinado tempo e num dado espaço. *Aqui* é o espaço do *eu*, a partir do qual todos os espaços são ordenados (*aí, lá, etc.*); *agora* é o momento em que o *eu* toma a palavra e, a partir dele, toda temporalidade linguística é organizada.

Desse modo, no momento presente da enunciação, ao se utilizar do recurso da forma verbal *sabiam*, os enunciadores de *Veja* não somente informam que Dilma e Lula sabiam (numa referência a um mero pretérito), mas, valendo-se do aspecto do imperfeito do verbo (continuidade), deixam uma marca no texto: os petistas já sabiam de tudo bem antes de o escândalo da estatal vir à tona e nada fizeram. Numa linha discursiva, os enunciadores não apenas transmitem uma informação, como também, trabalhando com um sentido possível para a forma verbal, fazem uma séria acusação.

Pelo contexto, a escolha pelo pronome indefinido *tudo* não induz o leitor para uma indefinição. Pelo contrário, a leitura transporta o público a um processo de procura, investigação ao longo do texto de marcas que comprovem e justifiquem o indefinido. Nesse caso, ao buscar argumentos para tal escolha, é certo que o leitor encontre o sentido do pronome, e não somente o trate como uma categoria gramatical. *Tudo* não está solto, mas refere-se a uma sequência de acusações contra alguém no processo do Petrolão.

Na parte superior do enunciado em questão, há uma breve explicação a respeito. Pelo contexto, podemos associar o pronome “tudo” às *tenebrosas transações na estatal* (Petrobras). A caracterização do termo *transações*, isto é, a escolha pela palavra, *tenebrosas*, apresenta-se como uma prévia de *tudo* que Lula e Dilma sabiam. Cabe, também, observar que o sintagma “tenebrosas transações” fora utilizado, com espírito de denúncia, por Chico Buarque na Canção “Vai passar”. Para que obtenha informações que melhor expliquem, o leitor precisará ler a reportagem completa, adquirir um exemplar da revista.

É necessário considerar, portanto, como os enunciadores se apropriam do sistema linguístico para produzir sentidos. Não desconsiderando os estudos saussurianos, que, ao fazer uma descrição da língua, desconsideram a ação do sujeito sobre ela, deve-se compreender como a língua é utilizada para a construção dos sentidos pretendidos por quem a usa. No caso, a escolha por uma capa da *Veja* permite observar como a utilização da língua pelo processo de seleção lexical é capaz de construir um discurso acusatório ao PT (associando enunciado e imagem facial de Dilma e Lula).

Não se trata de um mero *Eles sabiam de tudo*, enunciado muito utilizado na linguagem popular para diversos tipos de acusação a alguém. A associação entre a imagem facial de presidente e ex-presidente, um enunciado em letras garrafais, na cor vermelha, numa referência à cor usual do PT, uma breve argumentação que o sustente, assim como seu rubro título (PETROLÃO) numa alusão ao partido político, contribuem para que os termos escolhidos alcancem um sentido muito maior que normalmente apresentem em outros enunciados. Como num diálogo direto com seu público-leitor, *Veja* se vale de um enunciado curto, linguagem fácil de entender, porém relacionado a um conteúdo e acusação de grande relevância nacional.

Por fim, é também analisando enunciados desse tipo que podemos reconhecer que a compreensão do fenômeno linguístico como atividade humana é capaz de fomentar um bom número de estudos sobre a língua, considerando os jogos subjetivos na arena da interação social. Assim, também no seio da língua, os enunciadores se valem de um bom número de possibilidades para a construção de mecanismos, de uma linguagem persuasiva, além de deixar por vezes evidente sua ideologia. Afinal, é preciso considerar a língua como ato discursivo capaz de evidenciar ou mascarar as verdadeiras intenções de seus usuários.

3.1.2 O sentido se constrói no e pelo sujeito

O processo de construção dos textos, no que diz respeito às teorias sociointeracionais da linguagem, é engendrado como uma atividade realizada por sujeitos que, nos mais diferentes cenários sociais, interagem, considerando a realização de determinados fins. A esse respeito, Koch (2013, p. 7) explica que tais

teorias reconhecem a existência de um sujeito planejador/organizador que, em sua inter-relação com outros sujeitos, vai construir um texto, sob a influência de uma complexa rede de fatores.

Entre esses fatores, encontram-se a especificidade da situação, o jogo de recíprocas imagens, convicções, crenças, atitudes dos sujeitos interactantes, os supostos conhecimentos partilhados, as expectativas mútuas, assim como as normas e convenções socioculturais. Nesse sentido, a construção do texto exige a efetivação de um conjunto de eventos cognitivo-discursivos que permitirão que tal objeto apresente propriedades ou marcas, as quais, no processo da inter-relação, serão responsáveis pela produção de sentido.

Oferecer qualquer discussão a respeito do conceito do sujeito por vezes se mostra como um fazer desprovido de necessidade. Todavia, mesmo que disseminado em diversos campos do conhecimento, é preciso que trabalhem com esse conceito. Como é construído? Como é apresentado, pensado?

Segundo Mari (2008, p. 34),

fala-se em sujeito num contexto global (sujeito transcendental, sujeito da ciência) ou em contextos mais localizados (sujeito da matemática, sujeito do inconsciente). Fala-se do sujeito em enfoques específicos de linguagem (sujeito gramatical, sujeito psicológico, sujeito do enunciado, sujeito da enunciação, sujeito do discurso). Contrasta-se o sujeito, ainda que de forma indireta, com falante / ouvinte, locutor / alocutário, emissor / receptor.

É por motivos assim, por esse grande conjunto de sentidos, bem como de usos que são ligados à palavra sujeito, que entendo necessária pensá-la com maior atenção. Difícil é, por exemplo, pensar no sujeito apenas como locutor de uma fala; é preciso pensá-lo como se fosse agente de um discurso, como um enunciador que trabalha os recursos que a linguagem lhe permite na tentativa de atingir os seus objetivos.

A fim de melhor compreender o sujeito como aquele que demarca lugares enunciativos, vejo como interessante apresentar um quadro elaborado por Charaudeau & Maingueneau (2004, p. 557):

LUGARES ENUNCIATIVOS

SUJEITO	LUGAR DA PRODUÇÃO	LUGAR DA RECEPÇÃO
Externa (ao discurso)	Emissor	Receptor
	Locutor	Interlocutor Alocutário
	Autor	Ouvinte Leitor
Interna (ao discurso)	Enunciador	Destinatário Alocutário Coenunciador
	Narrador	Narratário
	Autor modelo	Leitor Modelo

Ao observar o quadro oferecido pelos autores, podemos pensar que, se atribuirmos ao sujeito a noção de emissor ou receptor, não estaremos considerando o sujeito como partícipe da construção interna dos discursos. É preciso pensar, portanto, o sujeito como lugar de produção de sentidos, considerando que sua participação na atividade textual se dá numa tensão entre outros usuários, assim como os dois níveis de determinação, isto é, sistema e história.

Impossível pensar na ocorrência de discurso ausente de um sujeito, considerando que toda forma discursiva é construída, num jogo de aceites e recusas, por sujeitos que socialmente interagem. Essa tensão não se traduz nem por um distanciamento absoluto dos dois planos de determinação (sistema e história), tampouco por meio de uma incondicional submissão a eles, fato que anularia, por inteiro, qualquer força de confrontação com os níveis de submissão.

Considerando, pois, a ideia de que, por natureza, o sentido é tenso (atribuição recebida pelo fato de que sua construção se processa em um espaço que abriga a intervenção aleatória e intencional dos indivíduos atuantes sobre ele), podemos pensar dois aspectos sobre o sujeito como produtor de sentidos: a) o sujeito é uma prerrogativa para o exercício da linguagem; b) o sujeito está sempre em estado de tensão entre outros indivíduos, sistema e a história.

Por sua vez, Koch (2003, p. 14) diz que o indivíduo “tem apenas a ilusão de ser a origem de seu enunciado, ilusão necessária de que a ideologia lança mão para fazê-la pensar que é livre e dizer o que deseja”. Em outras palavras, a consciência

discursiva não é de propriedade do indivíduo, isto é, ela é construída independente de seus domínios.

Não descarto, entretanto, a possibilidade de um sujeito que se oferece na condição de consciente de sua voz, dos sentidos por ele construídos – considerando que seja um dos lugares do sentido. É preciso, sem dúvida, encontrar um ponto de equilíbrio entre esse posicionamento e o de que, por vezes, o sujeito também é manipulado no jogo discursivo em que se insere.

Nesse ponto, recorro a Fiorin (2008, p. 55) no sentido de que

a subjetividade é constituída pelo conjunto de relações sociais de que participa o sujeito. Por isso, em Bakhtin, o sujeito não é assujeitado, ou seja, submisso às estruturas sociais, nem é uma subjetividade autônoma em relação à realidade.

Assim,

se o sentido é intermediação, ele deve expressar parte da natureza dos polos representados: do lado da linguagem ele é um elemento estruturado em termos de condições formais necessárias ao seu funcionamento em um sistema; do lado da realidade, ele reflete a organização de conteúdos psicossociais.

[...] o sentido é uma operação do sujeito sobre a realidade e a partir de instrumentos disponíveis na língua (MARI, 2008, 52-53).

Nesta tese, o sujeito a ser considerado é aquele segundo o que propõe Charaudeau (2008). Não ignorando as concepções de sujeito ancoradas pela Linguística, o autor francês apresenta a Teoria Semiolinguística, que se introduz no espaço da Análise do Discurso como uma teoria dos sujeitos da linguagem. O sujeito apresentado por Charaudeau situa-se imprescindivelmente como as instâncias de produção e de recepção no que podemos chamar “encenação languageira”.

Cada um dos sujeitos, explica Charaudeau (2001, p. 30), é um “lugar de produção da significação languageira, para o qual esta significação retorna, a fim de construí-lo”. Desse modo, podemos pensar que o por meio da linguagem que o sujeito age como construtor de significações, assim como por elas é construído. Nesse processo, há dois aspectos a considerar: tudo isso acontece de modo permanente, assim como dialógico. Logo, não é possível ser preciso o que ocorre primeiro, ou seja, o sujeito constrói significações ou é antes por elas construído.

O sujeito é, portanto, um instrumento necessário à produção social do sentido, transformando-se numa condição para a linguagem (Mari, 2008). Assim, observando

esse cenário em que sujeito, linguagem e discurso se alocam – cada um a seu modo – podemos chegar à seguinte conclusão: Se o sujeito é uma condição para linguagem, ele é peça relevante no jogo discursivo. Logo, o sujeito é um elemento essencial no processo de produção de sentido.

3.1.3 O sentido se constrói na história

Após considerar que o sentido se constrói no sistema e pelo sujeito, vale a pena recorrer a uma citação de Verón (1980), que bem define sobre o que a partir de agora pretendo dedicar algumas linhas. Para o autor,

uma gramática de produção define um campo de efeitos de sentidos possíveis, mas a questão de saber qual, concretamente, a gramática de reconhecimento que é aplicada a um texto num dado momento não pode jamais ser decidida à luz tão só das regras de produção: tem de ser decidida em função da história dos textos (1980, p. 194).

Nesse sentido, podemos pensar que **o sentido também se constrói no social, na história**. Isso porque nenhum discurso é necessariamente individual. Para Mari (2008, p. 26), “haverá em qualquer prática de linguagem, marcas que provêm de representações disseminadas pelo coletivo-social”. Tentar estabelecer, portanto, uma relação entre o que se produz no social no que tange ao sentido nos remete para observações sobre formações ideológicas.

Continuamente, um discurso se relaciona com outro. Isso porque ele é motivado por formações ideológicas que, de modo social, são produzidas por meio de formações discursivas. Resultado: o enunciador reproduz a fala do grupo social a que pertence, considerando que age como suporte da ideologia, de um conjunto de discursos a partir dos quais constrói o seu próprio discurso.

Qualquer tipo de abordagem sobre formação ideológica a que estão submetidos os sujeitos nos remete a uma breve reflexão sobre o que observou o filósofo francês Louis Althusser no século XX. Retomando a teoria marxista sobre a constituição da sociedade em que Marx apresenta duas instâncias, a infraestrutura e a superestrutura, cumpre refletir sobre a produção de sentido no envolvimento do indivíduo no social, espaço em que constrói sua história.

As observações de Marx indicam que a infraestrutura pode ser entendida como a base econômica da sociedade, ou seja, a relação estabelecida entre o homem e a natureza, proprietário e proletário. Por sua vez, a superestrutura compreende a base ideológica do sistema produtivo capitalista, principalmente, no que se refere à dominação com auxílio da ideologia e das instituições sociais. Entre essas instituições estão o direito, a educação, a religião, o Estado etc.

Atento à visão de Marx, construída no século XIX, Althusser (1992) explica que, para manter sua dominação, a classe dominante engendra procedimentos de perpetuações ou de reprodução das condições materiais, ideológicas e políticas de exploração. Para o francês, nessas condições, o Estado tem grande importância, pois, com auxílio de seus Aparelhos Repressores (governo, administração, exército, polícia, tribunais, prisões etc) e de Aparelhos Ideológicos (religião, família, escola, direito, polícia, cultura, sindicato, mídia) tem sua intervenção ora pela repressão, ora pela ideologia, na tentativa de obrigar a classe dominante a submeter-se às relações, bem como às condições de exploração.

O aparelho ideológico do Estado (AIE) é “um certo número de realidades que se apresentam ao observador imediato sob a forma de instituições distintas e especializadas” (ALTHUSSER, 1992, p. 68). Dentro dessa visão, ao oferecer a “lista empírica” dos aparelhos ideológicos, o francês alerta que tais instituições devem servir de objeto de avaliação no processo de formação ideológica. Segundo o autor, mesmo que possam diferir quanto aos aspectos públicos ou privados, “o que importa é o seu funcionamento”. Esses aparelhos trabalham mediante a ideologia, considerando que estão a serviço das relações de produção, isto é, da realidade.

Se pelos escritos de Marx o termo “ideologia” parece estar reduzido a uma simples categoria filosófica de ilusão ou mascaramento da realidade social,

isso decorre do fato de se tomar, como ponto de partida para a elaboração de sua teoria, a crítica ao sistema capitalista e o respectivo desnudamento da ideologia burguesa. A ideologia a que ele se refere é, portanto, especificamente a ideologia da classe dominante (BRANDÃO, 2004, p.22).

Por sua vez, a ideologia proposta por Althusser tem, como essência, garantir a harmonia social, assim como promover a regulação e normatização das práticas sociais e das atividades dos indivíduos. Esse procedimento, segundo o francês, permite que as instituições sociais materializem as ideologias.

Assim, podemos pensar que não há ideologia alguma que não apresente como função formar indivíduos concretos em sujeito, desempenhando relevante papel no exercício de toda ideologia. Nas palavras de Brandão (2004), é por intermédio dos rituais materiais da vida diária que a ideologia realiza a transformação dos indivíduos em sujeitos. Portanto, como categoria constitutiva da ideologia, apenas **pelo sujeito e no sujeito** que a existência da ideologia poderá ser uma realidade.

Podemos dizer, então, que a ideologia trabalha na reprodução das relações de produção, seja por meio da interpretação ou assujeitamento do indivíduo como sujeito ideológico. Desse modo, cada indivíduo deve ocupar seu espaço em um dos grupos/classes de uma formação social definida, ainda que entenda ser o senhor de sua própria vontade.

Althusser (1992) explica que as pessoas são sujeitos que, de modo inconsciente, são interpelados pela ideologia. Esses indivíduos, defronte à trama de sentidos existentes, associam-se, bem como são afetados por um número de sentidos e não por outros, exatamente pela identificação ideológica a que estão submetidos. A partir daí, os sujeitos falam, deixam de modo evidente seus posicionamentos e têm suas atitudes executadas de um modo e não de outro. Desse modo, devemos admitir que a posição social que os indivíduos ocupam, quando falam e/ou se posicionam, é parte que fundamenta aquilo que diz e se posiciona na produção dos sentidos, como fenômenos sociais.

Neste momento, não tenho a intenção de qualquer aprofundamento na discussão sobre ideologia. Todavia, entendo ser preciso, antes de qualquer outra questão, ocupar um número de linhas para uma breve reflexão sobre a formação ideológica na produção de sentidos pelos indivíduos como partícipes de sua história e do social.

Isso se deve ao fato de as formações ideológicas comportarem formações discursivas, determinando aquilo que pode, assim como deve ser dito pelos indivíduos, construindo uma rede de relações, aqui entendida como uma formação social contextualmente definida. Desse modo, lembrando Althusser (1992), cumpre ressaltar que tal formação está diretamente ligada a posicionamentos de classes em conflito entre as classes.

Segundo Haroche, Pêcheux e Henry (2007, p. 26),

as formações ideológicas assim definidas comportam necessariamente, como um de seus componentes, uma ou várias formações discursivas, interligadas, que determinam o que pode e deve ser dito (...), a partir de uma dada posição numa dada conjuntura: o ponto essencial aqui é que não se trata somente da natureza dos termos empregados, mas também (e sobretudo) das construções nas quais estas palavras tomam (...).

Em outras palavras, a “formação ideológica tem como um de seus componentes as formações discursivas, ou seja, os discursos são governados por formações ideológicas” (BRANDÃO, 2004, p. 47). Assim, no que tange à produção de sentido, ao passar de uma formação discursiva para outra, as palavras mudam de sentido, obedecendo a posicionamentos assumidos por quem as emprega.

Como exemplo, podemos destacar a capa de *Veja*, edição 2273, de 13.06.2012. Para uma melhor compreensão, penso pertinente a retomada do caso e, para isso, relembrar alguns aspectos a seu respeito.



A matéria a que a capa faz referência muito contribui para construirmos os sentidos que o título da capa adquire na publicação. Na reportagem no interior da revista, conta-se a história de um grande empresário que, após conhecer uma

garota de programa, casa-se com ela. Afinal, não era uma simples mulher, mas como podemos pensar a partir tanto da reportagem como da capa, era uma MULHER FATAL.

Apresentada como uma mulher de grandes atributos de beleza, Elize estava apta ao título de “mulher fatal”. A partir dessas características, podemos pensar que tal conceito é possível a partir de seu “poder de sedução”. Assim, após conquistar o empresário, passou a viver com ele uma verdadeira história de amor.

Para a construção de sentido na capa da revista, a escolha do título “mulher fatal” poderia nos remeter tão somente para a capacidade de seduzir que Elize Matsunaga tinha a seu favor. Possuidora de grande beleza, conquistar o empresário Marcos Matsunaga poderia ser, portanto, uma questão de tempo. No entanto, ao interpretar o texto, o leitor também recupera outros elementos que já fazem parte de sua memória. Assim, a expressão “mulher fatal” poderá lembrar ainda outras acepções diferentes “da mulher que seduz”.

Na leitura da capa, o público transita tanto pelo texto quanto pelos caminhos possíveis nele identificados. Cumpre ressaltar que esse processo não ocorre linearmente, tampouco de modo sequencial. Isso porque, para a produção de sentidos, é inevitável o processo a que o leitor se submete, ou seja, na leitura de qualquer texto sempre buscará informações de aspectos textuais e extratextuais, transitando em vários caminhos em que um significante possa estar.

Sendo assim, é possível dizer que a escolha da expressão “mulher fatal” também pode indicar outra característica de Elize. Como um título que resume uma das transformações de uma personagem dentro de uma narrativa, a expressão lembra que a mulher sedutora, boa esposa, boa mãe deu lugar a outro aspecto de sua personalidade, ou seja, a de “mulher assassina”, capaz de cometer um crime fatal, matando seu companheiro e pai de seu filho, após apresentar quadro extremo de ciúme.

Daí, sobre “mulher fatal” no contexto da capa oferecida, pensarmos inicialmente se tratar de uma mulher dotada de grande beleza e sedução, ou seja, Elize é apresentada como a “*femme fatale*”, estereótipo comum em narrativas do cinema e da literatura, uma mulher que no imaginário popular se vale de seus atributos de mulher para seduzir e conquistar seu homem. Entretanto, para completar esse quadro característico, vale lembrar que no plano discursivo de

profissionais da criminologia a expressão recebe outro contorno, isto é, Elize se apresenta como uma “mulher perigosa”.

Em síntese, uma linda mulher, sedutora e atraente, ou seja, uma “mulher fatal” se casa com um de seus clientes, um grande empresário brasileiro. Como fruto dessa união, um filho. É construído, portanto, um lar. Em pouco tempo, como numa obra de ficção, a boa esposa, a boa mãe apresenta outra faceta.

Acreditando estar dividindo o marido com outra mulher, assassina-o, assumindo outra acepção para seu aspecto de “mulher fatal”, mostra-se um ser dotado de periculosidade. Mesclando, pois, dois aspectos possíveis para o termo “fatal” a partir do fato, os enunciadores de *Veja* conseguem produzir os sentidos necessários para atrair o público tanto para o interessante jogo semântico quanto para um possível sucesso de vendas da referida edição, considerando a escolha da imagem apresentada (uma mulher loira, cabelos soltos, bem a vontade debruçada sobre o encosto de um sofá, braços nus e um olhar fixo e bem determinado em direção a uma lente), assim como a interessante seleção lexical provocada principalmente a partir do vocábulo “fatal”.

Nessa perspectiva, podemos pensar não haver discurso algum construído de modo restrito no nível individual. Sempre que, pelo indivíduo, a linguagem estiver em prática, encontraremos marcas oriundas de representações propagadas pelo coletivo-social. Por outro lado, não devemos esperar do discurso que seja essencialmente universal, levando em conta que “haverá nele traços que o caracterizam como produto de condições específicas e localizadas” (Mari, 2008, p. 26). Se a compreensão de uma palavra está condicionada a formações discursivas a que estão relacionados seus membros, entendemos que

o sentido, assim concebido, se mostra como resultado de configurações atreladas a uma formação ideológica específica que está submetida a uma formação social de teor mais amplo. **Se as construções de sentido decorrem, de fato, do que pode e deve ser dito, então, aqui podemos perceber um desenho mais preciso daquilo que representa o sentido, enquanto produto das determinações históricas** (MARI, op. cit., p. 27).
(o grifo é meu)

Desse modo, a leitura de uma capa de revista, por exemplo, requer de nós a identificação de respostas para o que *pode* e o que *deve* ser ali informado. A propósito, a retomada da capa de *Veja*, edição 2397, de 29.10.2014, nos remete para uma busca por alguns esclarecimentos. O que permite que a revista, como

aparelho midiático, tenha o poder para informar algo? O que a revista deve informar ao seu público?

Citelli (2004, p. 44) afirma que “a palavra, o discurso e o poder se contemplam de modo narcisista”. Dialogando com a teoria bakhtiniana, o autor alerta que ocorre no conjunto composto por língua, linguagem e poder uma estreita relação ancorada no caráter linguístico e histórico do discurso.

Ao relacionarmos os dois autores à mencionada capa de *Veja*, será possível dizer que as mídias não são a própria democracia, mas o espetáculo da democracia, o que talvez seja, paradoxalmente, uma necessidade (CHARAUDEAU, 2013, p. 20). Assim, espaço público entendido como realidade, diz o autor, é compósito, ou seja, ocorrem diferentes práticas, umas de linguagem, outras de ação, outras de troca e de organização em grupos de influência. Segundo ele,

isso ocorre no âmbito de cada uma das três esferas que constituem as sociedades democráticas: a do político, a do civil e a das mídias. Tais esferas interferem umas nas outras sem que se possa dizer qual delas domina. Assim, os atores de cada uma delas constroem para si sua própria visão do espaço público, como uma representação que tomaria o lugar da realidade (op. cit., p. 20).

Poderíamos pensar que, de modo autônomo, o poder existe. Mas afirmar isso seria uma temeridade. Foucault (2006) esclarece: “O poder não existe”.

Quero dizer o seguinte: a ideia de que existe, em um determinado lugar, ou emanando de um determinado ponto, algo que é um poder, me parece baseada em uma análise enganosa e que, em todo caso, não dá conta de um número considerável de fenômenos. Na realidade, o poder é um feixe de relações, mais ou menos organizado, mais ou menos piramidalizado, mais ou menos coordenado (FOUCAULT, 2006, p. 248).

Entendendo a capa da revista como representação de uma das três esferas constituintes das sociedades democráticas – numa alusão ao que propõe Charaudeau, penso que ela assume uma forma de poder para que possa representar uma realidade, a verdade defendida por seus enunciadores. Para que uma capa tenha esse atributo, é preciso que alguém a tome e, por meio da língua, escolha a linguagem que melhor atenda na construção de um discurso que possa ser seguido pelo público-alvo. Assim, o jornalista o faz, representa a “verdade” da revista sobre um fato, obedecendo à ideologia a que está submetido.

Isso implica dizer que, como verdade, o que *pode* na capa ser oferecido deve ser entendido como uma representação em um número possível de realidades a

respeito de um fato. Assim como em relação a outras esferas do conhecimento, cada veículo poderá oferecer sua verdade. É evidente que cada um deles buscará evidências, qualquer argumento que seja capaz de comprovar sua informação, mas ainda assim, para cada veículo, haverá uma possível representação da realidade.

Se a capa da revista, como aparelho midiático, é constituída de um poder para transmitir uma informação, penso ainda se tratar de um espaço em que se *deve* oferecer uma síntese de relevantes matérias, ainda que essa relevância seja construída a partir de uma ideologia por vezes camuflada envolta em um discurso de que pretende tão somente oferecer uma informação. Afinal, não podemos esperar que, trabalhando com diversos recursos para construção de uma linguagem persuasiva, uma revista não faça de sua capa um espaço para sintetizar sua visão sobre fatos no âmbito social. A capa é o espaço em que seu interlocutor *pode* e *deve* apresentar uma síntese de seus posicionamentos sobre a “realidade” por ele oferecida aos seus leitores.

Esse jogo de interlocução é movido por constantes e sucessivas interferências provocadas nos e pelos sujeitos envolvidos. Charaudeau & Maingueneau (2004, p. 93) denominam esse exercício como **estratégia de captação**, esclarecendo que

A captação é, com a legitimação e a credibilidade, um dos três espaços em que são trabalhadas as estratégias de discurso. ‘As estratégias de captação visam a seduzir ou a persuadir o parceiro da troca comunicativa, de tal modo que ele termine por entrar no universo do pensamento que é o ato de comunicação e assim partilhe a intencionalidade, os valores e as emoções dos quais esse ato é portador’.

(...)

As estratégias de captação dão lugar a configurações discursivas particulares de acordo com as situações de comunicação. Por exemplo, na comunicação midiática, elas ‘consistem em pôr em cena a informação de tal maneira que essa participe de um espetáculo que, como todo espetáculo, deve sensibilizar o espectador.

Desse modo, ainda que esperássemos de um texto jornalístico um caráter de objetividade, provido de um certo nível de neutralidade na construção dos enunciados, tudo isso seria uma grande temeridade. Ao utilizarmos a língua(gem), naturalmente nos apropriamos de uma ideologia que envolve tudo o que enunciamos. O que, por exemplo, uma revista apresenta não deve ser visto como uma mera reprodução do real. Interesses, por vezes ocultos, se cruzam no interior do texto, produzindo uma linguagem persuasiva, na tentativa de que o leitor compartilhe, além da informação, da ideologia ali presente.

A revista *pode* transmitir tal informação, levando-se em conta que é sua função informar aos seus leitores os fatos que ocorrem principalmente no Brasil. Ela também *deve*, a seu modo, ser veículo denunciante de conteúdos polêmicos, considerando que sua função não é de apenas noticiar (esse procedimento também gera) um fato, mas oferecer detalhes que uma simples notícia de jornal por vezes não é capaz de apresentar. O público espera de uma revista como *Veja* um trabalho dentro de uma linha de investigação e denúncia. Por isso, *deve* assim proceder.

Para isso, vale-se da apresentação de argumentos que ancorem suas formações enunciativas, assim como de recursos persuasivos. Um veículo como a *Veja*, na tentativa de vender cada vez mais seus exemplares, com uma ideologia a ser compartilhada, deve alcançar e manter um público cada vez mais fiel, construindo mecanismos para que seus textos tenham os efeitos pretendidos, produzam sentidos no contato com a exterioridade da edição. É o que podemos observar na edição 2474 da revista *Veja*.



Nessa capa, a expressão em letras garrafais “FORA DO BARALHO” faz alusão a Dilma Rousseff, Presidente da República. Como um cartaz colado em uma parede, a imagem facial da petista em tom de sorriso é apresentada parcialmente rasgada. Acompanhando a imagem e o título da capa, *Veja* lista algumas informações segundo sua visão a fim de justificar o porquê da seleção da imagem e da referida expressão popular.

Uma breve leitura da imagem e do enunciado nos permite pensar que a revista não pretende tão somente transmitir uma informação, mas somado a isso apresentar seu posicionamento ideológico sobre o estado político de Dilma Rousseff. Para isso, *Veja* elabora a relevante trama semântica a fim de melhor produzir os sentidos por ela pretendidos. O objetivo preliminar de seus enunciadores é fazer com que seu leitor possa compartilhar do mesmo posicionamento crítico na capa oferecido.

Uma imagem comum em paredes de grandes centros é a de um considerável número de cartazes colados. Muitos de cunho religioso, outros ligados à divulgação de algum evento, outros de propaganda política etc. Corriqueiro também é observar que muitos desses anúncios são rasgados por diferentes motivos, entre eles a insatisfação de alguns indivíduos com o conteúdo publicado.

Como um desses cartazes rasgados, a imagem da presidente é apresentada. Daí, o diálogo com a expressão “FORA DO BARALHO”. Corriqueiramente, apresenta-se tal declaração quando alguém ou alguma coisa não deve ser considerada, ou seja, não merece quaisquer destaques positivos.

A fim de justificar a imagem e a expressão escolhidas para a construção da capa, seus enunciadores se valem de uma sequência de atos e aspectos, convocando seus leitores a também compartilharem da mesma postura da revista. Na perspectiva da *Veja*, a presidente deve ser considerada “carta fora do baralho”, como na expressão popular. Para isso, oferece alguns argumentos contra a representante do executivo federal: “seu governo esfacelou-se”, ela “foi abandonada pelos aliados; logo, “com ou sem vitória na batalha do impeachment, Dilma já perdeu a batalha do poder”, “não comanda mais o país”.

Podemos pensar, portanto, que “o sentido não está no texto”, mas se “constrói a partir dele” (KOCH, 2003, p. 30), as ideias construídas ao longo da malha textual se concretizam por meio de atividades discursivas estabilizadas que se prestam aos mais variados tipos de controle social e exercício de poder (MARCUSCHI, 2008). Assim, vale lembrar, como salienta Verón (1980, p. 194): “a gramática de

reconhecimento que é aplicada a um texto num dado momento não pode jamais ser decidida à luz tão só das regras de produção”; deve, portanto, ser decidida em função da história dos textos, considerando que os sentidos são produzidos na história de cada um dos indivíduos em sua inserção social.

Desse modo, após observar cada uma das capas até agora apresentadas, acredito que as mesmas considerações possam ser feitas a partir da leitura de outras que ainda serão oferecidas nesta tese. Para a construção de uma capa, é preciso recorrer a outros textos que já fazem parte de um repertório relativamente conhecido do público. Expressões como “mulher fatal” e “fora do baralho”, mesmo quando aplicadas em contextos, possuem na sociedade certas regularidades de sentido. Portanto, por apresentarem tal aspecto, muitos enunciados, expressões e conteúdos imagéticos quando bem explorados podem contribuir de modo eficaz na construção dos sentidos esperados por seus produtores.

3.2 A mídia e as instâncias de poder na produção de sentido social

Desde as mais antigas sociedades, o homem se ocupa da produção e do intercâmbio de informações, bem como do conteúdo simbólico. Desse modo, a partir dos mais remotos modos de comunicação gestual e de linguagem até os atuais desenvolvimentos tecnológicos, tanto a produção, o armazenamento, como a circulação de informação e conteúdo simbólico se apresentam como uma marca da vida social. Destaca-se, na contemporaneidade, o fato de que as formas simbólicas produzidas pelos aparelhos midiáticos podem ser conhecidas como mercadorias capazes de serem alvo de compra e venda no mercado.

Assim, é preciso pensar em que medida os meios de comunicação são capazes de agirem como produtores de sentido. Se isso é possível, vale localizar aspectos do trabalho midiático que, possivelmente, organizem comportamentos e fomentem a construção de uma ideologia que, de certo modo, possa contribuir para tomadas de decisões as quais os indivíduos estão submetidos na contemporaneidade. Caso tudo isso se configure em uma realidade, que poder podem ter aqueles que têm como suporte para suas escolhas e decisões o conjunto de informações veiculadas diariamente na mídia?

Charaudeau (2013, p. 15) explica que, “cada vez que as palavras ficam na moda, passam a funcionar como emblema, criando a ilusão de que têm um grande poder explicativo”. Aliás, palavras como “informação”, “comunicação” e “mídias” são termos do discurso da modernidade. Verdade é que, de um modo intenso e não propenso a reversões, o desenvolvimento da mídia alterou consideravelmente a natureza da produção e do intercâmbio simbólicos no mundo moderno.

Os meios de comunicação apresentam uma dimensão simbólica irreduzível; relacionam-se com a produção, o armazenamento e a circulação de materiais significativos para os indivíduos que produzem, assim como para aqueles que os recebem (THOMPSON, 2014, p. 35). O autor alerta para o fato de que não é difícil perder de vista essa dimensão de caráter simbólico, e, diferente disso, empenhar uma preocupação tão somente com os aspectos técnicos dos meios de comunicação. De certo modo, os aspectos técnicos são, sem dúvida, relevantes no trabalho midiático; não deveriam, entretanto, provocar o obscurecimento do fato de que o desenvolvimento dos meios de comunicação é essencialmente uma reelaboração do caráter simbólico da vida social.

(...) a técnica não pode ser entendida como noção isolada da cultura. Ela faz parte do conjunto de conhecimentos e habilidades dominados pelos membros de algum grupo social e reflete seu modo e experiências de vida. A técnica está conectada a formas de organização social, instituições, valores, representações e ideologias – enfim, é produto da cultura (SIQUEIRA, 2008, p. 101)

Há de se destacar que o desenvolvimento tecnológico pode provocar a geração de uma sensação de perda de referenciais culturais, históricos e sociais. Todavia, se outrora se pensou que o afastamento do humanismo pela técnica poderia ter como consequência a chegada de um mundo obstinadamente de caráter técnico e artificial, condicionando os indivíduos a uma ordem virtual e veloz, na contemporaneidade há de se considerar que o advento de novas tecnologias na comunicação possibilitou o surgimento de um cenário bem diferente. Atualmente, é possível perceber que a democratização da cultura e do saber tornou viável a produção de novos rumos para o processo de comunicação, resultando em novos formatos de sociabilidade.

É preciso pensar que enunciar uma expressão significa executar uma ação e não somente fazer o relato ou descrição de um estado de coisas. Por esse motivo, tornamo-nos sensíveis ao fato de que falar uma linguagem é uma atividade através

da qual os indivíduos estabelecem as relações uns com os outros. Portanto, “se a comunicação é uma forma de ação, a análise da comunicação deve se basear, pelos menos em parte, na análise da ação e na consideração do seu caráter socialmente contextualizado” (THOMPSON, 2014, p. 37).

O autor explica que a vida social é feita por indivíduos que perseguem fins e objetivos os mais variados. Desse modo, sempre atuam dentro de um conjunto de circunstâncias previamente dadas capazes de distintas inclinações e oportunidades a diferentes indivíduos. Em outras palavras, os indivíduos se posicionam diferentemente dentro destes campos, ou seja, situam-se em diferentes posições, conforme o tipo e o número de recursos disponíveis para eles.

Recorro a Bourdieu (1986) na tentativa de compreender esse processo. Segundo ele, esses conjuntos de circunstâncias a que estão propensos os indivíduos podem ser conceituados como “campos de interação”. Dentro desses campos, é possível que as posições em que se situam os indivíduos, quando institucionalizadas, adquiram certa estabilidade.

Nesse sentido, podemos pensar que as diferentes instituições que agem na sociedade são como determinados conjunto de regras, recursos e relações com certo grau de durabilidade no tempo e alguma extensão no espaço e que se mantêm unidas com o propósito de alcançar alguns objetivos globais. Isso nos permite dizer que as instituições determinam a configuração dos campos de interação preexistentes e, de modo concomitante, geram novas posições, assim como nova ordem de vida para os indivíduos que os ocupam.

Segundo Thompson (2014, p. 38),

A posição que um indivíduo ocupa dentro de um campo ou instituição é muito estreitamente ligada ao poder que ele ou ela possui. No sentido mais geral, poder é a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas consequências.

Atualmente, é muito comum atribuímos relevante grau de poder à política, ou seja, às ações de indivíduos agindo em nome do Estado. Isso porque nos acostumamos a identificar os Estados como importantes centros de concentração de poder no mundo moderno. No entanto, o elevado grau de importância que é atribuído às instituições estatais não nos deverá ocultar o fato de que o poder manifestamente político é tão somente uma forma mais especializada de poder.

Há, portanto, outras formas de poder. Tudo dependerá dos tipos de inserções a que os indivíduos se submetem cotidianamente. Fato é que os indivíduos normalmente exercem poder em muitos contextos que pouco ou nada têm a ver com o Estado. Desse modo, esses diferentes contextos, segundo Thompson (op. cit., p. 38), “exprimem e ajudam a tornar relativamente estáveis as relações ou redes de poder e dominação entre os indivíduos, e entre os grupos de indivíduos, que ocupam diferentes posições nos campos de interação”.

A fim de melhor compreender as diversas formas de poder, procuro inicialmente me ancorar no que o próprio Thompson apresenta a respeito. Segundo ele, existem quatro tipos de poder – denominados pelo autor como “econômico”, “político”, “coercitivo” e “simbólico”. O autor defende que essas distinções devem ser pensadas essencialmente como modelos analíticos, considerando que refletem os diferentes tipos de recursos de que se os indivíduos se valem no exercício do poder.

Penso que, para proceder a uma reflexão a respeito daquilo que mais interessa a esta pesquisa, isto é, o poder “simbólico”, seja interessante uma descrição, ainda que sucinta, de cada uma das formas de poder apresentadas por Thompson. Assim, inicio pelo *poder econômico*. Esse

provém da atividade humana produtiva, isto é, atividade relacionada com a provisão dos meios de subsistência através da extração da matéria-prima e de sua transformação em bens que podem ser consumidos ou trocados no mercado de trabalho.

(...)

Com o desenvolvimento das sociedades modernas, as instituições paradigmáticas de poder econômico se tornaram maior em porte e finalidade, de tipo mais variado, com processos de fabricação manufaturada e, subsequentemente, industrializada que assumiram uma importância fundamental (op. cit., p. 40).

O *poder econômico* se distingue do *poder político* no sentido de que este

deriva da atividade de coordenação dos indivíduos e da regulação dos padrões de sua interação. Todas as organizações implicam algum grau de coordenação e de regulação, e por isso também um certo grau de poder político nesse sentido.

(...)

Todos os estados, ou instituições paraestatais, são essencialmente sistemas de autoridade. Implicam um complexo sistema de regras e procedimentos que autorizam certos indivíduos a agirem de determinadas maneiras. Em alguns casos estas regras e procedimentos são explicitamente codificados em forma de leis promulgadas por corporações soberanas e administradas por um sistema judicial (p. 40).

(o grifo é meu)

Por sua vez, o *poder coercitivo*

Implica o uso, ou ameaça, da força física para subjugar ou conquistar um oponente. A força física se aplica de muitas maneiras, com diferentes graus de intensidade e diferentes resultados.

(...) A força física não consiste simplesmente na força bruta humana. Ela pode ser aumentada pelo uso de armas e equipamentos, pelo treinamento e pelas táticas, pela inteligência e pelo planejamento, etc. Historicamente as instituições mais importantes acumuladoras de recursos deste tipo são as instituições militares, e a forma mais importante de poder coercitivo é o *poder militar* (p.41). (o grifo é do autor)

O quarto tipo de poder, o *poder cultural ou simbólico*, tem origem na atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas. Thompson (2014) explica que atividade simbólica é uma marca característica da vida social, em igualdade de condições com a atividade produtiva, a coordenação dos indivíduos e a atividade coercitiva. Nesse sentido,

os indivíduos se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmos em formas simbólicas ou de interpretação das expressões usadas pelos outros; eles são continuamente envolvidos na comunicação uns com os outros e na troca de informações de conteúdo simbólico (p. 42).

Nessa atividade, os indivíduos se valem de recursos descritos por Thompson (2014) como “meios de informação e comunicação”. Entre esses recursos estão os meios técnicos de fixação e transmissão; as habilidades, competências e formas de conhecimento empregadas na produção, transmissão e recepção da informação e conteúdo simbólico, denominado por Bourdieu (1986) como “capital cultural”; e o prestígio acumulado, o reconhecimento e o respeito tributados, segundo o autor, “a alguns produtores ou instituições” (“capital simbólico”). Ressalta-se, portanto, que os indivíduos se servem destas e de outras fontes para realizar ações que permitam intervir no curso dos acontecimentos.

As ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrever, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas a uma revolta coletiva. Usarei o termo “poder simbólico” para me referir a esta capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir formas eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas (THOMPSON, 2014, p. 42).

Por sua vez, Bourdieu (2001, p. 14-15) salienta que se trata de um poder

de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente

daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for *reconhecido*, quer dizer, ignorado como arbitrário. Isto significa que o poder simbólico não reside nos “sistemas simbólicos” em forma de uma “illocutionary force” mas que se define numa relação determinada – e por meio desta – entre os que exercem o poder e os que lhe estão sujeitos, quer dizer, isto é, na própria estrutura do campo em que se produz e se reproduz a *crença*.

Assim, se pensarmos a atividade simbólica como um aspecto penetrante da vida social, seremos levados a crer que existe um número de instituições que, ao longo da história, assumem uma função particular no acúmulo dos meios de informação e de comunicação. Entre elas, estão inclusas instituições religiosas, educacionais e instituições da mídia. Nas palavras de Thompson (2014, p. 43), “estas e outras instituições culturais forneceram importantes bases para a acumulação dos meios de informação e comunicação, como também os recursos materiais e financeiros”. Além disso, podemos pensar que tais instituições permitem que as informações e o conteúdo simbólico sejam produzidos e disseminados pelo mundo social.

Devemos considerar, portanto, que as “lutas de representações têm tanta importância como as lutas econômicas para compreender os mecanismos pelos quais um grupo impõe, ou tenta impor, a sua concepção do mundo social, os valores que são os seus, e o seu domínio” (CHARTIER, 1990, p. 17). Nessa arena, recorro mais uma vez a Bourdieu (2001), no sentido de que o poder simbólico “apresenta-se de uma forma irreconhecível, transfigurada e legitimada das outras formas de poder, capaz de produzir efeitos reais sem dispêndio aparente de energia” (BOURDIEU, 2001, p. 15).

Em resumo, as formas de poder, conforme Thompson (2014) e Bourdieu (2001), podem ser assim apresentadas:

FORMAS DE PODER	RECURSOS	INSTITUIÇÕES PARADIGMÁTICAS
↓	↓	↓
Poder econômico	Materiais e financeiros	Instituições econômicas (ex.: empresas comerciais)
Poder político	Autoridade	Instituições políticas (ex.: estados)
Poder coercitivo (especialmente poder militar)	Força física e armada	Instituições coercitivas (especialmente militares, mas também a polícia, instituições carcerárias)
Poder simbólico	Meios de informação e comunicação	Instituições culturais (ex.: Igreja, escolas e universidades, as indústrias das mídias)

A partir dessa síntese, pretendo destacar uma das instituições apresentadas para uma reflexão daquilo que, neste capítulo, me empenhei a discutir. Desse modo, reservarei algumas reflexões sobre as *indústrias da mídia*, considerando não somente sua inserção entre outras instituições culturais, mas também a importância delas na promoção de produtos simbólicos diariamente na sociedade disseminados.

Estando as mídias entre as instituições que oferecem um conteúdo de caráter simbólico, de que modo podemos pensar seu trabalho como uma instância de poder, capaz de, com auxílio de sua enunciação, fazer ver, como também permitir que os indivíduos creiam e legitimem o que por elas é publicado? Estão elas entre instâncias de poder que permitem aos indivíduos procederem à transformação do mundo, agindo sobre ele, legitimando o que ouvem ou leem, guiando-se pelas aparências discursivas daquilo que recebem como informação?

Enquanto Thompson (2014) e Bourdieu (2001) consideram a mídia como uma instância de poder, Charaudeau (2013) apresenta uma visão distinta desses pesquisadores. Para este, mesmo não sendo estranhas aos diferentes jogos de poder social, as mídias “não são uma instância de poder” (p 18). Segundo ele, poder

nunca depende de um único indivíduo, mas da instância na qual se encontra o indivíduo e de onde ele extrai sua força.

Assim, ser uma instância de poder requer que alguém se apresente capaz de gerir e influenciar os comportamentos dos indivíduos que vivem em sociedade. Tornar isso possível requer o oferecimento de regras comportamentais, assim como de normas e sanções. Se, para a justiça, os instrumentos serão os códigos das leis, para o exército regras disciplinares e táticas deverão nortear seu agir, assim como, para a Igreja, leis universais de moralidade (CHARAUDEAU, 2013, p. 18).

É preciso, pois, para que haja poder, que exista da parte da instância em questão uma vontade coletiva de guiar ou orientar os comportamentos, em nome de valores compartilhados (assim, o fim justifica os meios), vontade que é representada por autoridades (o legislador e seus mandatários, a hierarquia militar ou eclesiástica) e que é tanto mais eficaz quanto mais aceita exercer o direito à sanção (2013, p. 18).

Desse modo, o autor alerta que as mídias não oferecem características que nos permitam classificá-las como uma instância de poder. Segundo Charaudeau, elas não proclamam quaisquer tipos de comportamentos, normas e sanções, como também a figura do jornalista não tem nenhuma intenção de orientação nem de imposição, declarando-se, ao contrário, instância de denúncia do poder (p. 18). Por que, então, pesquisadores – como Thompson (2014) e Bourdieu (2001) – conceituam as mídias como “quarto poder”?

A esse respeito, Charaudeau indaga: “Seria porque se presta, sem querer, a uma manipulação das consciências?” (p. 18). Mas, o próprio pesquisador ressalta que as mídias agem como manipuladoras, bem como se prestam à função de serem manipuladas por si mesmas. Isso nos remete para um círculo vicioso que, segundo ele, torna-se uma necessidade para o funcionamento de uma instituição midiática enquanto empresa.

(...) a informação midiática está diante de uma contradição: se escolhe dirigir-se a um alvo constituído pelo maior número de receptores possível, deve basear-se no que chama de “hipótese fraca” sobre o grau de saber desse alvo e, logo, considerar que ele é pouco esclarecido. Mas como o que caracteriza “o maior número” é uma heterogeneidade qualitativa, sendo constituído de pessoas diversamente esclarecidas (entre o mais e o menos, a maioria se encontra num nível médio), a informação será talvez “forte” para alguns, que poderão considerar-se satisfeitos, mas será fraca aos demais. Como fazer então para atingir a maioria? Se a instância escolhesse fornecer uma informação como alto teor de saber, partiria de uma hipótese forte sobre o grau de saber do alvo. Este, já sendo bastante esclarecido, seria quantitativamente reduzido. Se agisse assim, a mídia estaria às voltas

com um problema de ordem econômica: sustentar-se com um número reduzido de receptores (CHARAUDEAU, 2013, p. 19).

Não parece haver dúvida de que o atendimento a um maior número de receptores seja uma solução para a saúde econômica de uma instituição midiática. Aliás, seu sucesso e a garantia de sua sobrevivência como empresas comerciais dependeram, desde a segunda metade do século XV – início das técnicas de impressão na Europa – da mercantilização de formas simbólicas (THOMPSON, 2014, p. 85). Porém, como sair dessa enorme contradição apresentada por Charaudeau?

Ele mesmo explica que, diante da necessidade de se dirigir a um maior número possível de receptores, as mídias se valem de instrumentos que possibilitam despertar o interesse, assim como a afetividade do seu público. Nesse caso, podemos pensar que agem não como um “quarto poder”, mas configuram uma organização que, constituída de aspectos econômicos, tecnológicos e simbólicos, agem como “instância de denúncia do poder”, denominação cunhada por Charaudeau (op. cit., p. 18).

Elas (as mídias) não são a própria democracia, mas são “o espetáculo da democracia” (*ibidem*, 20). Essa atribuição revela seu aspecto paradoxal, isto é, precisam manipular, mas também são alvos desse exercício, considerando que precisam vender o que realmente o público deseja adquirir. Na verdade, quem tem o poder nessa relação de troca entre quem oferece informação e quem as recebe?

As mídias não são a própria democracia, mas são o espetáculo da democracia, o que talvez seja, paradoxalmente, uma necessidade. Com efeito, o espaço público como realidade é composto: desdobram-se, aí, práticas diversas, sendo umas de linguagem, outras de ação, outras de troca e de organização em grupos de influência. Isso ocorre no âmbito de cada uma das três esferas que constituem as sociedades democráticas: a do político, a do civil e a das mídias. Tais esferas interferem umas nas outras sem que se possa dizer qual delas domina. Assim, os atores de cada uma delas constroem para si sua própria visão do espaço público, como uma representação que tomaria o lugar da realidade.

Entendo que atribuir às mídias a denominação de uma “quarta instância de poder” não seja um posicionamento adequado. Podemos, inclusive, considerar que, na integração possível entre o político, o civil e o midiático (três esferas constituintes das sociedades democráticas, assim como espaços de distintos jogos de força e de influência), o exercício do poder seja uma marca. Todavia, mesmo ponderando a

inexistência de instrumentos de regulação que permitam entender as mídias como a “quarta instância de poder”, é preciso analisar até que ponto o oferecimento de uma gama de informações publicadas a partir de um compósito exercem, realmente, qualquer tipo de influência na vida diária das pessoas.

Caso pensemos as mídias como compósitos de saber sobre os fatos que ocorrem no mundo, estaremos convictos de que elas agem como a própria representação da realidade social. Apresentam, portanto, reflexos de acontecimentos diários, construídos a partir dos seus olhares sobre eles. Sendo assim, é natural dizer que o oferecimento de uma informação é resultado de um provável poder de que dispõem essas instituições.

[...] O exercício do poder cria perpetuamente saber e, inversamente, o saber acarreta efeito de poder. [...] O humanismo moderno se engana, assim, ao estabelecer a separação entre saber e poder. Eles estão integrados, e não se trata de sonhar com um momento em que o saber não dependeria mais de poder, o que seria uma maneira de reproduzir, sob a forma utópica, o mesmo humanismo. Não é possível que o poder se exerça sem saber, não é possível que o saber não engendre poder (FOUCAULT, 2006, p. 141-142).

Logo, não há como fazer a dissociação entre o saber e o poder. Eles se envolvem reciprocamente, de modo a não ser possível qualquer relação de poder fora de um campo de saber, assim como qualquer saber constrói novas relações de poder. Nesse sentido, penso que as representações do mundo social que as mídias constroem, mesmo que pretendam uma universalidade de uma observação fundada na razão, estarão sempre propensas a serem determinadas pelos grupos que as tecem. “Daí, para cada caso, o necessário relacionamento dos discursos proferidos com a posição de quem os utiliza” (CHARTIER, 1990, p. 17).

Sendo assim, as percepções do social não devem ser vistas de modo algum como discursos neutros. Isso porque

produzem estratégias e práticas (sociais, escolares, políticas) que tendem a impor uma autoridade à custa de outros, por elas menosprezados, a legitimar um projeto reformador ou a justificar, para os próprios indivíduos, as suas escolhas e condutas. Por isso esta investigação sobre as representações supõe-se nas como estando sempre colocadas num campo de concorrências e de competições cujos desafios se enunciam em termos de poder e de dominação (CHARTIER, 1990, p. 17).

Consequentemente, devemos considerar que a informação oferecida pelas instituições midiáticas é “uma questão de linguagem, e a linguagem não é

transparente ao mundo, ela apresenta sua própria opacidade através da qual se constrói uma visão, um sentido particular” (CHARAUDEAU, 2013, p. 19). A mídia, segundo o autor, age como vários espelhos deformantes daquilo que chamamos “realidade”; assim, constrói, ao seu modo, a melhor imagem, aquela capaz de se tornar um produto vendável.

Valendo-se, portanto, dos recursos que a linguagem é capaz de oferecer, pode-se construir uma imagem – por vezes fragmentada, por vezes distorcida – de um fato. Assim é a mídia, que, para se estabelecer como uma organização empresarial, precisa construir sua própria realidade sobre os fatos e acontecimentos que ocorrem na sociedade.

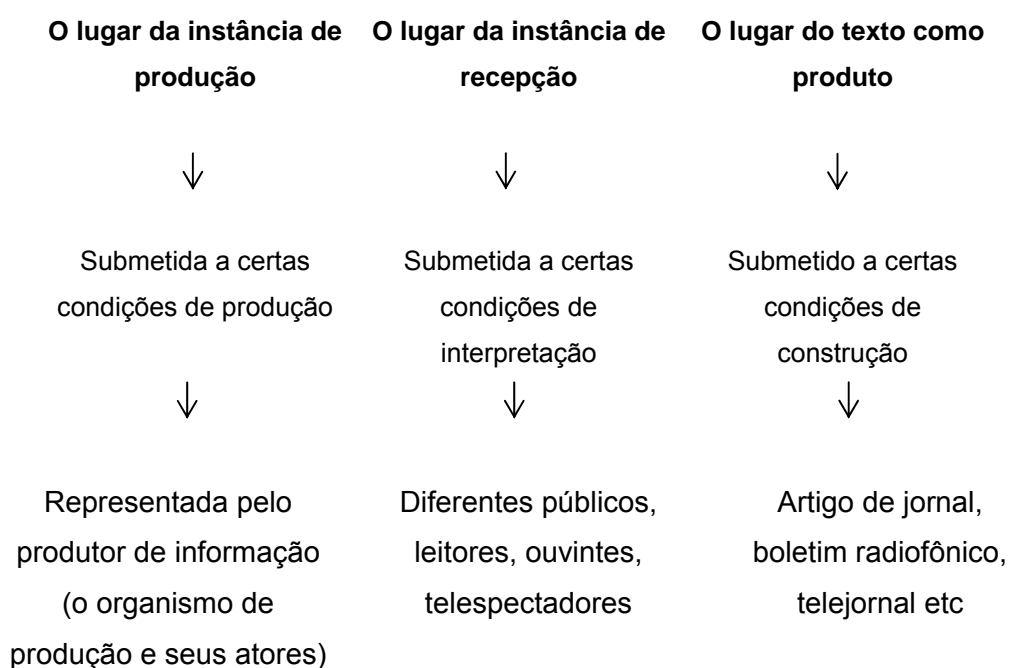
Agindo como carreadora de discursos a serviço de sua própria ideologia, a mídia constrói visões que lhe possibilitem agir sobre seu público nas escolhas e tomadas de decisões a que está submetido cotidianamente nas relações sociais. Podemos dizer, portanto, que a mídia exerce um poder na sociedade. Isso porque, a cada conteúdo por ela oferecido, visa produzir os sentidos que melhor considera para a formação da consciência de seu público, bem como para o incremento de vendas.

3.3 Os três lugares de produção de sentido na mídia

Sem dúvida, não se mostra como uma tarefa simples o estudo sobre os sentidos produzidos pelo trabalho midiático. Compreender os efeitos da publicação de um material divulgado pela mídia requer de nós uma dedicação que vai muito além de tão somente tomar como verdade absoluta aquilo que se oferece. Também não há dúvida de que a nossa compreensão do mundo, como um espaço além de nossa experiência pessoal, modela-se a cada momento pela mediação de formas simbólicas. Desse modo, qualquer estudo a respeito da máquina midiática também requer de nós, pesquisadores, uma reflexão sobre como os diversos e distintos recortes e reflexos da realidade são a nós oferecidos diariamente.

Compreender, portanto, a produção de sentido no discurso midiático requer de quem a isso se propõe uma atenção sobre o funcionamento do que Charaudeau (2013) denomina “máquina midiática”. Que fatores permitem à mídia produzir sentidos a partir daquilo que se publica?

Para melhor compreender tudo isso, o autor oferece um modelo de análise de discurso ancorado no funcionamento do ato de comunicação, que consiste numa troca de instâncias – de produção e de recepção. Em outras palavras, devemos ter em mente que o sentido consequente do ato comunicativo está sujeito à relação de intencionalidade que se projeta entre essas duas instâncias. Como resultado desse ato, Charaudeau (2013) explica que existem três lugares de pertinência:



O primeiro deles, o **das condições de produção**, é o espaço em que se constroem os mais diferentes interesses que, ora evidentes, ora de modo mascarado, seus produtores têm sobre seu público. Neste espaço, as intenções estão implicadas no ato enunciativo, na expectativa de uma recepção projetada por seus enunciadores. Não devemos pensar, portanto, que aquilo que o receptor recebe como informação seja uma cópia fiel do que se origina do

espaço de produção, pois, por mais que se espere do receptor um modelo de reação, não há qualquer garantia disso.

Esse espaço comporta dois espaços, apresentados pelo autor como “**externo-externo**” e “**externo-interno**”. O primeiro deles está relacionado a condições socioeconômicas da máquina midiática, ou seja, à saúde financeira da organização enquanto empresa. Sua organização é

regulada por um certo número de práticas mais ou menos institucionalizadas, cujos atores possuem *status* e funções a ela relacionadas. Mas, ao mesmo tempo, os atores dessa empresa precisam pensar e justificar suas práticas, produzindo discursos de representação que circunscrevem uma intencionalidade orientada por efeitos econômicos (CHARAUDEAU, 2013, p. 24).

Como mencionei no tópico anterior, a máquina midiática não é a própria democracia, mas age como “o espetáculo da democracia”. Nesse caso, podemos pensar que neste espaço (externo-externo) os discursos produzidos estejam orientados para buscar a garantia de que as organizações midiáticas estejam a serviço da democracia de seu público. Logo, seu compromisso deve ser apresentar a informação como novidade, publicar a realidade dos fatos, denunciar atos originários de outros poderes, assim como buscar respostas para os porquês dos acontecimentos por ela publicados, ou seja, um conjunto de práticas que garantirão a saúde financeira da máquina, a manutenção da organização empresarial.

O outro espaço, o “**externo-interno**”, está associado às condições de caráter semiológico da produção, ou seja, compreende qualidades relacionadas à própria construção do produto oferecido pela mídia. De outro modo, podemos entendê-lo como sendo um espaço em que os textos, produzidos a partir de orientações externas, estarão a serviço da construção de resultados que serão úteis à ordem política e econômica que nutre a máquina midiática.

Esse segundo espaço constitui um lugar de práticas, e também se acha pensado e justificado por discursos de representação sobre o “como fazer e em função de qual visada” – para um destinatário que pode ser cogitado apenas como alvo ideal, receptivo, embora possível de dominar totalmente (CHARAUDEAU, 2013, p. 25).

Se não há, pois, para a máquina midiática a garantia de que os efeitos por ela pretendidos serão os mesmos produzidos no receptor, outro recurso não haverá senão orientar suas práticas, assim como seus discursos por “efeitos de sentidos

visados”. Assim, *o que* dizer, *como* dizer, entre outros atos, deverão se prestar à produção de sentidos na prática comunicativa, ingredientes determinantes para o sucesso do empreendimento.

Por fim, devemos considerar que esses dois espaços no lugar de produção da mídia se apresentam como relevantes para a geração de sentidos pretendidos por seus enunciadores. Muitos são os aspectos implicados no produto que é oferecido ao público, levando em conta que uma gama de interesses ali pode estar envolta pela linguagem escolhida. Portanto, não devemos desconsiderar os diferentes recursos lançados por seus enunciadores para a produção de um texto capaz de traduzir não somente informações, mas, para além disso, discursos, marcas da ideologia de um veículo que se propõe à prática do informar.

Quanto ao **lugar das condições de recepção**, assim como o primeiro, também possui dois espaços, isto é, “interno-externo” e “externo-externo”. No primeiro deles, está o alvo da informação, ou seja, o receptor desejado por seus enunciadores, imaginado como apto à percepção dos efeitos pretendidos. Por sua vez, o espaço “interno-externo” comporta o receptor real, isto é, “a instância de consumo da informação midiática, que interpreta as mensagens que lhe são dirigidas segundo suas próprias condições de interpretação” (op. cit., p. 26).

Diferentes estudos são realizados para que a recepção do material oferecido ao público se traduza nos efeitos pretendidos por seus enunciadores. Alguns deles, de aspectos muito específicos, têm como alvo os comportamentos esperados da instância alvo da informação; outros, de caráter muito geral, buscam informações sobre a opinião pública, a fim de oferecer um produto textual que esteja em concordância com o mundo real, espaço em que os indivíduos se manifestam como atores sociais.

Por último, o **lugar das restrições de construção do produto** se configura, segundo Charaudeau (2013), em texto, atendendo a uma certa organização semiodiscursiva. Com auxílio de um arranjo textual, realizam-se combinações de formas, sendo algumas de aspectos verbais, e outras pertencentes a distintos sistemas semiológicos, isto é, icônicos, gráficos, gestuais.

Nesse espaço de ações recíprocas, podemos perceber marcas dialógicas do texto oferecido como informação. Nele, o sentido depende da estruturação particular dessas formas, que devem ser de conhecimento do público, permitindo assim a

realização da troca comunicativa. Nesse caso, devemos entender o sentido como resultado de uma *cointencionalidade*.

Esse é o lugar em que à instância de produção somente é permitido pensar o receptor como um modelo ideal, um destinatário-alvo adequado às suas intenções. Logo, a fim de fazer do texto um instrumento para captação desse alvo, seus enunciadores deverão lançar mão de um conjunto de recursos, como já mencionados, de aspectos verbais e semiológicos. Assim sendo, possibilitar a percepção das mensagens oferecidas requer do leitor realizar associações entre tais recursos, considerando que os sentidos não estão no texto, mas produzidos a partir deles, em diálogos com outros textos.

O produto acabado

depende de uma problemática semiodiscursiva que pressupõe o estudo do discurso midiático sob um enfoque em que serão examinados os sentidos provenientes da estruturação do texto e os discursos de representação, tanto aqueles que circulam no lugar de produção quanto os que caracterizam o lugar das condições de recepção. Esses dois tipos de discursos de representação constituem os imaginários sociodiscursivos da máquina midiática (CHARAUDEAU, op., cit., p. 28).

Logo, na instância de produção não existe qualquer garantia de que os efeitos de sentidos por ela visados serão identificados por seu público-alvo. Este, por sua vez, tem suas próprias interpretações sobre os textos publicados, podendo, portanto, produzir os sentidos que melhor convenham para sua prática diária como atores sociais. Assim, quanto maior for o grau de consciência do público-alvo, mais próximo dos efeitos desejados o material oferecido pela instância de produção estará.

Ressalte-se que, nas mídias, “os jogos de aparências se apresentam como informação objetiva, democracia, deliberação social, denúncia do mal e da mentira, explicação dos fatos e descoberta da verdade” (BOURDIEU, 1996, p. 65). No entanto, os discursos de explicações por elas oferecidos não trazem em seu bojo qualquer confiabilidade que permitam serem pensados como uma verdade absoluta ou tampouco uma presunção. Provavelmente, isso explica o fato de

Em matéria de produção simbólica, o condicionamento exercido pelo mercado por intermédio da antecipação das possibilidades de lucro assume naturalmente a forma de uma censura antecipada, de uma autocensura, determinando não apenas a maneira de dizer, isto é, as escolhas de linguagem (...) ou do “nível” de linguagem, mas também daquilo que poderá e que não poderá ser dito (BOURDIEU, 2001, 65).

É, portanto, em razão disso que o analista deve buscar estabelecer uma certa distância em relação ao texto, a fim de “tentar compreender e explicar como funciona a máquina de fabricar sentido social, engajando-se em interpretações cuja relatividade deverá aceitar e evidenciar” (CHARAUDEAU, 2013, p. 29). A informação não se resume tão somente a uma correspondência à intenção do produtor, tampouco à de seu público, “mas como resultado de uma cointencionalidade que compreende os efeitos visados, os efeitos possíveis, e os efeitos produzidos” (p. 28).

Sendo assim, não há como pensar na análise de um texto midiático visando tão somente àquilo que seus enunciadores pretendem produzir como sentidos sociais. Afinal, toda análise de texto oferecido pela mídia não passa de possíveis interpretações que se ancoram em reais condições de recepção. Isso nos permite dizer que os textos da mídia são resultado de um trabalho de parceria entre os lugares de produção e os de recepção, ou seja, o público é também coautor do objeto publicado. Por conseguinte, estar diante desses textos requer (tanto do público-alvo quanto do analista) a identificação não apenas de aparentes sentidos, mas a descoberta de possíveis intenções postas na arena discursiva.

4 LÍNGUA, SUJEITO E DISCURSO

Quando nos voltamos para os estudos da linguagem, bem como dos estudos sociais, sempre estaremos diante de inquietações sobre o que ocorre quando nos expressamos. Poderíamos reter nossa atenção para a aparente estabilidade das estruturas linguísticas; todavia, não nos parece que isso se apresente como o bastante para oferecer qualquer garantia de compreender os reais usos da língua. Ocorre que há sentidos produzidos a partir daquilo que se apresenta como texto e, como tal, é possível que sistemas de classificações ou estruturais não sejam suficientes para uma confiável leitura.

Isso nos impulsiona para uma reflexão a partir dos elementos *língua* e *discurso*, ou seja, é preciso pensar como diferentes aspectos linguístico-discursivos contribuem para formação dos sujeitos, orientando as tomadas de suas decisões em diferentes interações a que estão submetidos diariamente. Além disso, para refletir sobre esses elementos, entendo necessário apresentar uma definição de cada um deles, considerando que, segundo Rodrigues (2005), seja possível observar uma indefinição teórica ou uma flutuação terminológica na construção dos conceitos de língua e discurso. Assim, antes de qualquer discussão, mostra-se preciso pensar se se trata de termos intercambiáveis ou mesmo distintos.

Inicialmente, pensar em uma conceituação do termo “língua” requer um olhar atento ao que oferece Bakhtin, em seus estudos sobre a linguagem. Mesmo que, em diferentes momentos, as discussões do Círculo transitem por linhas teóricas em que língua e discurso sejam congruentes, elas também sugerem que esses elementos sejam, entre si, diferentes. Se, algumas vezes, o termo língua pôde ser pensado tão somente como sistema de regras, o autor russo oferece uma ideia bem mais ampla. É o que ocorre na justificativa do título para o capítulo “O discurso em Dostoievski”, na obra “Problemas da poética de Dostoievski”.

Como justificativa para o título,

temos em vista o *discurso*, ou seja, a língua em sua integridade concreta e viva e não a língua como objeto da linguística, obtido por meio de uma abstração absolutamente legítima e necessária de alguns aspectos da vida concreta do discurso (BAKHTIN, 2002, p. 181).

Assim, considerar a língua como discurso é atestar a impossibilidade de romper qualquer vínculo com seus sujeitos e suas escolhas, das esferas sociais, bem como com os mais distintos valores ideológicos que orientam seu exercício.

É, portanto, em razão disso que o mesmo autor ressalta que a língua deve ser pensada como um fenômeno social, considerando que sua verdadeira substância não é

constituída por um sistema abstrato de formas linguísticas nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da *interação verbal*, realizada através da *enunciação* ou das *enunciações*. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua (BAKHTIN, 2006, p. 125). (grifos do autor)

Em outras palavras, entender assim a língua significa dizer que ela é, por essência, uma atividade de cunho social, levando-se em conta as condições de comunicação que ocorrem entre seus usuários. Nesse sentido, pela teoria bakhtiniana, pode-se negar o objetivismo abstrato, que não partilhava da ideia de que as línguas possam evoluir com o passar do tempo, assim como é possível a compreensão de cada uma delas através da real utilização. Além disso, o que Bakhtin propõe confronta com o subjetivismo individualista, ideia que assume o indivíduo como centro de estudo da linguagem, como se o sujeito não recebesse influências significativas do contexto em que atua.

Portanto, devemos considerar que nosso pensar, assim como nossas expressões e, de modo mais geral, nossa produção de ideias possam ser entendidos não como processos autônomos, tampouco como processos que prescrevem o curso da história. Isso porque esses processos estão interligados ao nosso agir coletivo na produção de meios de subsistência, como também são essencialmente determinados por essas atividades.

A atividade mental do sujeito constitui um território social, tomando como ponto de partida que o pensamento não existe fora de uma orientação de mesma natureza, razão pela qual a genuína substância da língua não se configura a partir de um sistema abstrato de formas linguísticas, tampouco pela enunciação monológica isolada (BAKHTIN, 2006, p. 123). Será, portanto, o fenômeno da interação verbal, realizada por meio da enunciação, que determinará as dimensões do uso da língua.

Em resumo, o sujeito, a partir da teoria bakhtiniana, não é autônomo, sequer criador de sua própria linguagem. Ele se constitui na relação com outros indivíduos, atividade atravessada por distintas utilizações da linguagem, variando conforme as esferas sociais em que estejam inscritos. Assim, para o atendimento dos mais variados interesses, o sujeito toma para o texto a linguagem que melhor marque seu discurso em seu interlocutor.

A partir dessa reflexão em que a natureza da linguagem parte de uma dimensão sociológica, Bakhtin contraria a teoria formalista/estruturalista, proposta por Saussure, para quem o signo era imotivado e arbitrário. Para o autor de *Marxismo e Filosofia da Linguagem*, o signo linguístico se define a partir de um traço ideológico, de acordo com a posição dos sujeitos que dele se valem. Esses são definidos a partir das relações sociais que realizam com seus interlocutores, considerando que a estrutura da enunciação é de natureza social.

Assim, no intuito de compreendermos os fenômenos que ocorrem no interior da língua, devemos nos voltar para como, por meio da linguagem, as diferentes intenções podem marcar posicionamentos de seus usuários. Nesse aspecto, portanto, não nos cabe imaginar o texto como um mero carreador de conteúdo, mas como a materialidade do discurso que o sustenta.

Chega-se a um ponto importante dessa reflexão: o discurso. A noção deste, segundo Maingueneau (2011, p. 52),

é muito utilizada por ser um sintoma de uma modificação em nossa maneira de conceber a linguagem. Em grande parte, essa modificação resulta da influência de diversas correntes das ciências humanas reunidas frequentemente sob a etiqueta da **pragmática**. Mais que uma doutrina, a pragmática constitui com efeito, uma certa maneira de apreender a comunicação verbal. Ao utilizar o termo “discurso”, é a esse modo de apreensão que se remete implicitamente. (grifo do autor)

Por oportuno, vale observar algumas características essenciais do discurso. Inicialmente, cabe pensá-lo como *uma organização situada para além da frase*. Maingueneau (2011, p. 52) explica que os “discursos, enquanto unidades transfrásticas, estão submetidos a regras de organização vigentes em um grupo social determinado”, ou seja, estão submetidos a orientações que governam uma narrativa, assim como um diálogo, uma argumentação. Ao lado disso, outras regras também corroboram para pensarmos o discurso para além daquilo que, em um primeiro plano de leitura, podemos apreender. Assim, pensar o discurso requer

observarmos regras relativas ao plano do texto, bem como à extensão do enunciado.

Por sua vez, ao tratar do discurso, Foucault (2008, p. 112) explica que

(...) [não há] enunciado livre, neutro e independente; mas sempre um enunciado fazendo parte de uma série ou de um conjunto, desempenhando um papel no meio dos outros, neles se apoiando e deles se distinguindo: ele se integra sempre em um jogo enunciativo, onde tem sua participação, por ligeira e ínfima que seja. [...] Não há enunciado que não suponha outros; não há nenhum que não tenha, em torno de si, um campo de coexistências.

Desse modo, a compreensão do discurso requer, de algum modo, buscar localizar as relações do que dizemos com uma rede de outros enunciados que ao nosso dizer pode estar, direta ou indiretamente, associado. Aquilo que dizemos está para além de um número de palavras, considerando que os sentidos ali propostos por nós são ancorados em um conjunto de enunciados com que outrora tivemos contato.

O discurso é também orientado. Sobre isso, Maingueneau (2011, p. 95) explica que “toda fala procede de um enunciado encarnado; mesmo quando escrito, o texto é sustentado por uma voz – a de um sujeito para além do texto”, de modo que ao a encarnar uma voz que servirá de base para o discurso, o enunciador (independente se o que o expressa seja uma verdade), apresenta uma atitude, uma performance, considerando que o sujeito da enunciação precisará convencer outro(s) indivíduo(s) com quem interage, apoiado na autoridade demonstrada no caráter performático.

Logo, o discurso não deve ser pensado como uma prática. Ele está para um espaço além desse. Ao fazer seu discurso, o indivíduo age por meio do enunciado, inscrevendo-se nele, deixando por fim a sua marca.

Por oportuno, valho-me do dito popular “Para bom entendedor, meia palavra basta”. De algumas, então, o que dizer?! Desse modo, se tomarmos isoladamente enunciados como “Por que Paris?” (ÉPOCA, edição 910, 16.11.2016), a situação poderá nos colocar diante de uma gama de interpretações, uma vez que poderia estar associada a qualquer situação enunciativa. Todavia, somado a outro(s) constituinte(s), o discurso começa a se materializar em forma de texto.

Interessante, assim, deixar bem claro que, a partir da observação de um enunciado, a nós é possível inferir seu discurso. Este deve ser visto como um lugar de mediação entre a língua e a fala, contrariando as proposições quanto ao estudo linguístico apresentadas por Saussure no início do século passado. Assim,

se a língua é um organismo vivo, instrumento para os mais variados interesses, cabe aos seus usuários se construírem como sujeitos através da(s) linguagem(ns), imprimirem seu discurso.

O discurso implica uma imagem dos sujeitos que na interação estejam envolvidos. Isso porque, ao se projetar um modo de dizer, a esses sujeitos não são oferecidas quaisquer possibilidades de ignorar as consequências desse ato, bem como tal ato incita os envolvidos a produzir uma imagem que condiciona os efeitos desse ato comunicativo. Por sua vez, os sujeitos envolvidos na interação buscam exercer sobre os outros, cada um em seu tempo, poder, marcando suas posições, buscando deixar claras suas funções na sociedade. Nesse sentido, podemos pensar que o discurso age como uma atividade ideológica, histórica, construída de modo social por meio de sua materialidade específica. Em outros termos, ele, o discurso, é a própria manifestação da língua no texto.

Se as relações humanas se configuram no centro de uma arena discursiva, condição que, necessariamente, nos possibilita diferentes caminhos de leitura de um texto, mostra-se como um grande desafio buscar compreender o que explicita ou implicitamente um objeto poderá oferecer como signos linguísticos. Ressalta-se que as leituras são, normalmente, carregadas de subjetividades, condição que, por vezes, pode dificultar localizar os reais sentidos de um texto.

Mesmo assim, não nos resta senão buscar o máximo de isenção possível diante de uma leitura. No entanto, como todo e qualquer esforço não se traduz em garantia de neutralidade, vale buscar uma compreensão dos contextos em que os materiais estejam inseridos e, na função de analista, tentar compreender suas condições de produção, assim como a relação dos sujeitos diretamente neles implicados. Desse modo, é provável que procedimentos assim nos permitam compreender os possíveis sentidos produzidos nos textos veiculados cotidianamente pela mídia.

Se a todo discurso subjaz uma ideologia (KOCH, 2002), somos levados a pensar que, ao construir um discurso, o indivíduo não somente veicula mensagens, como também interage, institui-se como “eu”, provocando uma adesão. Desse modo, a compreensão de um texto não ocorre tão somente no trabalho de decodificação dos elementos linguísticos de que o usuário se vale para a construção dos sentidos pretendidos no uso de um ou outro enunciado. A leitura de um texto

nos leva ao pressuposto de que o que ali se oferece como informação deve ser compreendido tomando as ideias por suas causas ao invés de seus efeitos.

Essa ideia nos impulsiona a procedimentos de leitura em que devemos buscar constantemente os porquês de um veículo midiático, por exemplo, escolher um e não outro enunciado a fim de publicar sua mensagem. É como afirma Araújo (2004, p. 219):

É preciso olhar não para os encadeamentos linguísticos propriamente ditos, para as frases geradas pela gramática, para o velho significante, mas também não basta olhar na direção dos significados. É preciso olhar para a dimensão do discurso.

E, para encontrar a dimensão discursiva, completa a autora, “evitam-se as amarras de uma teoria, as explicações fenomênicas” (op., cit., p 219). Isso porque os enunciados são de natureza histórica, ou seja, possuem no desenrolar da história condições emergenciais, aspectos que a língua e o sentido não esgotam. Assim, “para a história das ideias importa o que disse um sujeito, com suas intenções” (p. 220). Daí, portanto, há nesta pesquisa a escolha por reflexões ancoradas em observações oferecidas a partir de estudos do discurso que nas capas escolhidas possam estar presentes.

4.1 Ideologia e cultura moderna: transitando pelos caminhos da mídia

A decisão de iniciar qualquer discussão sobre ideologia poderá nos colocar diante de algumas lacunas de caráter conceitual, espaços à espera de um melhor preenchimento. Verdade é que o uso generalizado do termo *ideologia* encaminha nossa atenção para doutrinas políticas de aspectos isolados, assim como para sistemas políticos ou para sistemas simbólicos. Nesse sentido, recorro a Thompson (1995) na tentativa de compreender os resultados dessa (in)definição do termo. Para ele, tal generalização

afasta nossa atenção das muitas maneiras como as formas simbólicas são usadas, em contextos diferentes da vida cotidiana, para estabelecer e sustentar relações de dominação. Não existe justificativa clara e convincente que possa ser estabelecida, seja a partir da história do conceito de ideologia, seja a partir de reflexão sobre as maneiras como o poder é perpetuado, para restringir a análise de ideologia ao estudo das doutrinas

específicas, aos sistemas de crença ou aos sistemas simbólicos (THOMPSON, 1995, p. 115-116).

Se assim fosse, estaríamos propensos a assumir uma ideia estreita da natureza e da função da ideologia nas sociedades modernas, bem como estaríamos fadados ao esquecimento de um grande número de fenômenos simbólicos que ancoram e tornam legítimas formas de poder nos contextos da vida cotidiana. É muito provável que isso justifique o fato de muitos estudiosos do assunto tomarem de modos distintos o termo *ideologia*. Entretanto, a propósito, um item merece nossa consideração: “é inquestionável que a concepção das ideologias como doutrinas políticas isoladas aparece proeminentemente entre esses empregos, e é principalmente com tal aceção que os supostos surgimentos e queda das ideologias na era da modernidade é discutido” (op. cit., p.116).

Muitas de nossas visões sobre as principais transformações culturais que têm, de alguma forma, relação com o desenvolvimento das sociedades modernas possuem como norte as ideologias. Estas, no início da idade moderna, foram movidas por sistemas de crenças que suscitaram às vésperas do abandono da religião e da magia, colocando-se a serviço da mobilização da ação política em um mundo liberto daquilo que tradição tinha como prescrição aos indivíduos. Mas, até que ponto esse agir foi e tem sido relevante na história?

Thompson (1995) ressalta que

o surgimento do capitalismo na Europa e em outros lugares foi acompanhado pelo declínio das crenças e práticas religiosas e mágicas que eram prevalentes em sociedade pré-industriais. O desenvolvimento do capitalismo industrial, em nível de atividade econômica, foi acompanhado, na esfera da cultura, pela secularização das crenças e práticas e pela progressiva racionalização da vida social.

Nesse contexto, uma consequência pode nos parecer inevitável: o declínio da religião e da magia serviu para o aparecimento de crenças seculares, isto é, de ideologias, novos valores que se prestaram a movimentar a ação política, desprovida de referências a crenças que não fossem de caráter secular. Em outros termos, “a consciência religiosa e mítica da sociedade pré-industrial foi substituída pela consciência prática enraizada nas coletividades sociais e animada pelos sistemas seculares de crença” (THOMPSON, op., cit., p. 106).

Como diferente não poderia ser, a partir desses desenvolvimentos surgiu a “era das ideologias”, fortemente marcante no final do século XIX e início do século XX.

Nas palavras de Thompson (op., cit., p. 106), a política atual “é cada vez mais um problema de reforma gradual e de acomodação pragmática de interesses conflitantes”. Logo, o agir social e político é cada vez menos estimulado por sistemas seculares de crença que exigem mudanças sociais radicais.

O autor alerta que uma análise satisfatória da ideologia nas sociedades modernas precisa “estar baseada, ao menos em parte, numa compreensão da natureza e do desenvolvimento da comunicação de massa” (op. cit., p. 105). Isso porque as formas simbólicas nessas sociedades tornaram, segundo ele, “crescentemente mediadas pelos mecanismos e instituições da comunicação de massa” (op. cit., p.104). Essa formação, portanto, das sociedades modernas é uma característica central da vida social.

Nesse sentido, podemos pensar que

a ‘ideologia’ não é um tipo especial de mensagem, ou uma classe social de discursos, mas é um dos muitos níveis de organização das mensagens, do ponto de vista de suas propriedades semânticas. Ideologia é, conseqüentemente, um nível de significação, o qual pode estar presente em qualquer tipo de mensagem, mesmo no discurso científico. Qualquer material de comunicação social é suscetível de uma leitura ideológica (VERÓN, 1980, p. 109).

Assim, como ficam as indústrias da mídia? Seriam elas instrumentos a serviço das ideologias? Se pensarmos que a mídia reproduz uma realidade de uma minoria, seremos levados a crer que também consagra tal realidade como se representasse a realidade de toda a população, isto é, estaremos diante de uma inversão da realidade. Nesse sentido, vale ressaltar que aquilo que ela (a mídia) transmite é capaz de influenciar na formação da opinião e tomada de decisão que os indivíduos precisam ter no agir social.

Thompson (2014, p. 71) explica que na “recepção e apropriação das mensagens da mídia, os indivíduos são envolvidos num processo de formação pessoal e de autocompreensão – embora em formas nem sempre explícitas e reconhecidas como tais”. Desse modo, apossando-se de mensagens e, como rotina, incorporando-as à própria vida, o indivíduo constrói uma ideia de si mesmo, ou seja, produz uma consciência do que ele representa e do espaço onde está espacial e temporalmente posicionado. Como adverte Thompson (op., cit., p. 71),

estamos constantemente modelando e remodelando nossas habilidades e nossas habilidades e nosso cabedal de conhecimento, testando nossos sentimentos e gostos e expandindo os horizontes de nossa experiência.

Nós estamos ativamente nos modificando *por meio* de mensagens e de conteúdo significativo oferecidos pelos produtos da mídia. (os grifos são do autor)

Ao entrarmos em contato com textos considerados como oferecedores de informação, podemos pensar se tratar de carreadores de aspectos subjetivos, assim como daquilo que constitui a ideologia que os marca. Muitos são os interesses postos em sua arena discursiva e, para isso, os enunciadores dessa esfera não se privam de uma gama dos mais variados recursos para construir uma linguagem altamente persuasiva e oferecedora de elementos argumentativos na tentativa de tornar a mensagem como a representação da realidade dos indivíduos.

Esse processo de transformação a que os indivíduos estão submetidos não se configura em um acontecimento súbito e singular, ele

acontece lentamente, imperceptivelmente, dia após dia, ano após ano. É um processo no qual algumas mensagens são retidas e outras são esquecidas, no qual algumas se tornam fundamento de ação e de reflexão, tópico de conversação entre amigos, enquanto outras deslizam pelo dreno da memória e se perdem no fluxo e refluxo de mensagens e ideias (THOMPSON, 2014, p. 71).

O autor adverte que os indivíduos recebedores daquilo que a mídia oferece são geralmente atraídos para um processo de interpretação pelo qual esses produtos alcançam sentido. A aquisição do produto midiático não deve ser confundida como a de um produto qualquer, requer uma maior atenção interpretativa. Assim, quem recebe um produto da mídia precisa realizar uma leitura mais rigorosa daquilo que lhe é apresentado como verdade a respeito de uma informação, ocupando-se de compreender o conteúdo simbólico que ali poderá estar presente.

Para apresentar um fato e, sobre ele, discorrer algumas considerações, alguns veículos se ancoram em um fio discursivo que melhor atenda aos seus interesses, sejam eles ideológicos ou comerciais. Muito natural, portanto, que construam de si uma imagem que contribua para alcançar o público desejado, ou seja, cada veículo a seu modo busca alcançar uma parcela fiel de pessoas que se identifiquem com suas visões e posicionamentos a respeito dos fatos publicados. Por outro lado, é certo que ter um público fiel é uma tarefa construída a cada edição, considerando que os editores também devem estar atentos àquilo que o outro lado deseja ouvir/ler no tratamento dado a um acontecimento ou tema.

Segundo Charaudeau (2013, p. 72),

como em todo ato de comunicação, a comunicação midiática põe em relação duas instâncias: uma de produção e outra de recepção. **A instância de produção teria, então, um duplo papel: de fornecedor de informação, pois deve fazer saber, e de propulsor do desejo de consumir as informações, pois deve captar seu público. A instância de recepção, por seu turno, deveria manifestar seu interesse e/ou prazer em consumir tais informações.** (o grifo é meu)

Publicar uma informação não é meramente transmitir saber, mas se confrontar com os acontecimentos que são produzidos no mundo ou, como completa Charaudeau, inteirar-se de sua existência, e de construir, a esse respeito, um certo saber. Essa empreitada se realiza num tratamento que depende do modo pelo qual são construídas representações sobre o público. Ao lado disso, deve-se também levar em conta a possibilidade de o público não coincidir inteiramente com essas representações, não se deixando atrair, tampouco ser seduzido com certa facilidade.

É em razão disso que, se num momento a instância de produção deve ser pensada como organizadora do conjunto do sistema de produção, em outro age como organizadora da enunciação discursiva da informação. Vale, portanto, recorrer ao que afirma Thompson (2014, p. 35), no sentido de que é

importante sublinhar que os meios de comunicação têm uma dimensão simbólica irreduzível: eles se relacionam com a produção, o armazenamento e a circulação de materiais que *são significativos* para os indivíduos que os produzem e os recebem.

O autor complementa, alertando que é fácil perder de vista tal dimensão simbólica, além de preocupar-se apenas com os aspectos técnicos dos meios de comunicação. Desse modo, devemos ter em mente que, mesmo considerando a importância desses aspectos técnicos, não podemos deixar de atribuir o devido valor de que o desenvolvimento dos meios de comunicação é, fundamentalmente, uma reelaboração do caráter simbólico da vida social, isto é, uma reelaboração dos meios em que tanto a informação quanto o conteúdo simbólico são construídos e veiculados na sociedade e, além disso, uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si.

Considerando que todos “os signos que criamos estão instalados no mundo em que vivemos, e, como lhes damos um viés ideológico, isso está relacionado com o que defendemos como melhor para nós” (AGUIAR, 2004, p. 81). A leitura, por exemplo, de uma capa de revista poderá nos levar a crer e partilhar dos mesmos

valores de seus enunciadores. Com o auxílio de um conjunto de elementos (sejam eles verbais ou não), somos levados a partilhar de posicionamentos oferecidos pelos produtores do texto.

Sem pretender realizar uma fecunda discussão do tema, bem como do conteúdo a que faz referência, vale a pena observar o que consta na capa de *Veja*, edição 2408, de 14.01.2015:



O ataque ao jornal francês *Charlie Hebdo* motivou a construção de uma capa bem criativa. Nela, seus enunciadores convidam o público para um confronto diferente daquele que provocou a morte de 12 pessoas e um número próximo de feridos em episódio ocorrido no escritório do jornal, que já havia sido alvo de outro ataque após a publicação de uma caricatura do profeta Maomé. Para isso, as armas escolhidas representam convencionais instrumentos de trabalho utilizados na redação de um jornal ou revista para construção de charges e cartuns, gêneros de caráter opinativo sobre algum fato ou tema.

Com auxílio desses instrumentos, *Veja* convoca o público a compartilhar de sua visão sobre o fato. Se, motivados pela liberdade de expressão, as imagens dessas ferramentas serviam para a construção de uma crítica aos valores dos

seguidores do profeta, segundo o jornal francês, a partir desta edição de *Veja*, a crítica se mantém, porém com uma carga significativa bem mais aguda. Agora, em nome da liberdade de expressão, a revista brasileira sai em defesa dos enunciadores do *Charlie Hebdo*, realçando que a defesa de uma ideologia deve se manter na esteira da reflexão, tendo como palco o espaço utilizado pela imprensa, escolha distinta pelos acusados de cometerem a barbárie.

Por fim, podemos perceber que os signos de que se valem os enunciadores, em qualquer um dos veículos midiáticos, estarão sempre carregados de sentidos. Por meio deles, os agentes, como no caso apresentado por *Veja*, procurarão deixar em evidência seus posicionamentos, assim como fazer que seu público compartilhe dos valores tomados como verdade sobre o fato.

Por esta edição, para o público de *Veja*, não parece haver outra opção a não ser assumir um posicionamento como o apresentado pela revista. Independentemente de quais foram os motivos para a ocorrência dos atos de violência na sede do jornal francês, o público da revista brasileira é levado a posicionar-se com uma visão negativa em relação aos seguidores de Maomé, construindo para as vítimas uma visão positiva; afinal, atos violentos são na maioria dos casos alvo de reprovação popular.

Se, portanto, a matéria que motiva a construção da capa vem ao encontro desses posicionamentos, para seus enunciadores o melhor a fazer é trazer o público ao aceite do mesmo posicionamento da revista. Em nosso país, como na França, o direito a se expressar é uma garantia legal; logo, se tal direito passa pelos interesses desse modelo de mídia, nada melhor para *Veja* que protegê-lo, isto é, garantir que uma possível opinião contrária do leitor brasileiro em relação à publicação de charges do profeta Maomé abale a confiança que o público tem naquilo que a cada edição se publica, seja na França ou aqui, no Brasil.

4.2 O contrato de comunicação midiático

Ao pensarmos que, por meio dos recursos linguageiros, os indivíduos podem influenciar uns aos outros, também somos levados a refletir sobre o esforço que deve ser posto em prática quando o que está em questão é a informação. Como é

construída uma informação, um dizer com aspecto de verdade, capaz de provocar uma tomada de decisão, uma afirmação, uma negação e, até mesmo, uma mudança de comportamento em quem a recebe? Isso tem suscitado diferentes estudos, muitos envolvendo uma reflexão sobre uma espécie de pacto, tornando possível o estabelecimento da relação entre as instâncias envolvidas em uma enunciação.

Nas palavras de Maingueneau (2011, p. 31), “para construir uma interpretação, o destinatário deve supor que o produtor do enunciado respeita certas ‘regras do jogo’”. É preciso, por parte de quem constrói um texto, criar mecanismos para que o destinatário compreenda que, de fato, o que se oferece, é uma informação. Para isso, deve-se considerar que existe entre eles um saber “mutuamente conhecido”, ou seja, cada dos parceiros envolvidos na trama postula que o outro aceitará as regras e aguarda que seu parceiro as respeite.

Isso não ocorre por meio de um contrato explícito. Pelo contrário, a comunicação depende de um acordo tácito aspecto, constante de qualquer atividade verbal. Somos levados a pensar que um texto requer e delinea quem os recebe, imaginando interlocutores que apresentem certa habilidade a cooperar com sua atualização. Assim, esse processo somente pode ser realizado a partir da perspectiva de que, entre os interlocutores, ocorre uma trama tácita que os vincula.

A situação “de comunicação é como um palco com suas restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, no qual se encenam trocas sociais e aquilo que constitui o seu valor simbólico”, afirma Charaudeau (2013, p. 67), ou seja, cada um dos sujeitos que se propõe a estabelecer uma comunicação entre si precisa considerar os dados dessa situação. É preciso construir, portanto, as convenções e as normas desses comportamentos inerentes ao uso da linguagem, isto é, um “contrato de comunicação” que, nas palavras de Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 130),

é empregado pelos semioticistas, psicossociólogos da linguagem e analistas do discurso para designar o que faz com que o ato de comunicação seja reconhecido como válido do ponto de vista do sentido. É a condição para os parceiros de um ato de linguagem se compreenderem minimamente e poderem interagir, *co-construindo* o sentido, que é a meta essencial de qualquer ato de comunicação. (os grifos dos autores)

Sem essas convenções e normas dos comportamentos languageiros, seria impossível estabelecer qualquer sucesso no que se refere à comunicação humana. Isso porque a construção de sentidos dependeria de um local de referência, das

falas, bem como de um local no qual poderia ser realizada uma avaliação do teor dessas falas. Assim, mostra-se necessário firmar um acordo entre os parceiros da comunicação, sem o qual não será garantido qualquer sucesso de uma mensagem.

Segundo Charaudeau (2013, p. 68), esse contrato resulta de um conjunto de aspectos inerentes à situação de troca, ou seja, os **dados externos**, e das características discursivas decorrentes, os **dados internos**. Enquanto os primeiros “no campo de uma prática social determinada, são constituídos pelas regularidades comportamentais dos indivíduos” envolvidos nessa troca, os segundos “são aqueles propriamente discursivos”, ou seja, tais “dados constituem as restrições discursivas de todo ato de comunicação” (CHARAUDEAU, 2013, p. 70).

Inicialmente, tratarei desses que, por essência, não são languageiros, os **dados externos**. Todavia, são semiotizados, considerando que correspondem a índices que, extraídos do conjunto dos comportamentos sociais, exibem certa constância no ato de comunicação. O autor complementa, explicando que essas constantes, bem como essas regularidades são confirmadas pelos discursos de representação que lhes atribuem valores e determinam o quadro convencional no qual os atos de linguagem fazem sentido.

Esses dados podem ser, conforme Charaudeau (2013), organizados em um conjunto de quatro categorias, cada uma relacionada a um tipo de condição de enunciação da produção languageira: *identidade*, *finalidade*, *propósito* e *dispositivo*.

É preciso pensar no lugar social dos indivíduos envolvidos no processo comunicativo. A *identidade* de cada um dos indivíduos envolvidos na troca é a condição que exige que todo ato que envolve linguagem esteja sujeito aos parceiros que nele se encontram inscritos. “Quem troca com quem?” ou “quem fala a quem?” ou “quem se dirige a quem?” – indagações como essas devem ser levadas em consideração nas atividades languageiras.

Cumpramos ressaltar, portanto, que o lugar de cada um dos parceiros envolvidos nos atos de linguagem deve ser assimilado, conforme a situação de comunicação em tela. Assim, não devemos confundir a posição de um sujeito que, em algum momento, assume sua posição patronal diante de um grupo de trabalhadores e, em outro, posiciona-se como contribuinte de impostos; ou seja, quando assume uma delas, não deixará de ser a outra, dificilmente representará as duas em uma mesma situação comunicativa.

Se na condição de identidade, é preciso conhecer quem está nela engajado, na condição de *finalidade* torna-se relevante responder à pergunta: “Estamos aqui para dizer o quê? A resposta para essa questão, numa problemática da influência, explica Charaudeau (2013), se dá em termos de visadas (fazer fazer, fazer saber, fazer crer, fazer sentir), levando em conta que na comunicação linguageira o objetivo de cada um dos parceiros é fazer com que o outro seja incorporado à sua própria intencionalidade. Essa condição “requer que todo ato de linguagem seja ordenado em função de um objetivo” (p. 69).

A terceira das condições de produção, o *propósito* se constrói a partir da ideia de que todo ato comunicativo deve ser produzido ancorado em um domínio de saber, um modo de realizar o recorte do mundo em “universos de discursos tematizados”. A partir desse dado externo, busca-se resposta para a pergunta “Do que se trata?”, não como um processo respeitante meramente ao tema, numa ideia mais estreita deste, mas ao entendimento de que um tema será recortado discursivamente, estando sujeito ao domínio do saber com o qual se relaciona, motivando o “discurso tematizado”.

Quanto à última delas, o **dispositivo**, “é condição que requer que o ato de comunicação se construa de uma maneira particular, segundo as circunstâncias materiais em que se desenvolve” (CHARAUDEAU, 2013, p. 70). Segundo o autor, o dispositivo constitui

o quadro topológico da troca, que é mais ou menos manifesto, mais ou menos organizado. Em certos casos, é objeto de uma montagem cênica pensada de maneira estratégica, como nas mídias televisuais (debates, emissões de variedades e jogos) ou na publicidade; em outros casos, interfere muito pouco, como nas conversas espontâneas, embora mantenha certas características (p. 70).

Em outras palavras, quando pensamos no dispositivo, estamos considerando a importância do espaço físico ocupado tanto pelos parceiros do ato comunicativo quanto pelo próprio texto em cena. Isso porque é nele que se constrói a troca linguageira. Sendo, portanto, o dispositivo “o que determina variantes de realização no interior de um mesmo contrato de comunicação” (p. 70). Ocorrendo, pois, a mudança de espaço dos parceiros, assim como de suporte textual, isso poderá ser determinante para o modo como o texto será construído. Daí a grande importância que se deve atribuir ao *dispositivo* escolhido para comunicar um enunciado.

Por sua vez, os **dados internos**, como em outro trecho foi mencionado, são aqueles propriamente discursivos, isto é, aqueles que tornam possível responder ao “como dizer”. Esses dados formam as restrições discursivas de todo ato de comunicação, além de constituírem os comportamentos languageiros pretendidos quando os dados externos da situação de comunicação são, segundo Charaudeau (2013, p. 70), “percebidos, depreendidos, reconhecidos”.

Esses dados são repartidos em três espaços de comportamentos languageiros: o espaço de locução, o espaço de relação e o espaço de tematização. Quanto ao primeiro, podemos dizer se tratar daquele em que o sujeito falante precisa resolver o problema da “tomada da palavra”. O sujeito

deve justificar por que tomou a palavra (em nome de quê), impor-se como sujeito falante, e identificar ao mesmo tempo o interlocutor (ou o destinatário) ao qual ele se dirige. Ele deve, de algum modo, conquistar seu direito de poder comunicar (CHARAUDEAU, 2013, p. 7).

Assim, podemos pensar que o ato de falar seja, no contrato de comunicação, um direito implícito, conquistado em nome de algo. Quem, por direito, assumirá em algum momento a função de enunciador, e quem agirá enquanto destinatário em uma interlocução? É, nesse espaço de relação que a definição das funções de cada um fica mais evidente, se pensamos em situações comunicativas bem comuns, como um consulta médica ou uma fala de um líder em um evento religioso. Trata-se, portanto, de um espaço importantíssimo, considerando que a perda de sua noção poderá ser fator decisivo para a ocorrência de problemas na comunicação, sendo até mesmo possível que esta seja interrompida, o que ocorre se os interlocutores disputarem esse espaço e um deles for silenciado pelo outro.

Quanto ao último deles, o espaço de tematização, é “onde é tratado ou organizado o domínio (ou domínios) do saber, o tema (ou temas) da troca”. Nesse espaço, são definidos não somente o conteúdo temático que será oferecido para a comunicação, mas ainda os posicionamentos no que se refere aos temas oferecidos, assim como os modos como serão abordados e como deve ser o arranjo discursivo sobre o tema trabalhado pelo enunciador. Portanto, devemos pensar que uma mesma informação veiculada em uma capa de jornal, em um telejornal ou em uma capa de revista precisará de um tratamento diferenciado para cada um desses suportes, se pensamos, por exemplo, que uma melhor compreensão do público

dependerá das escolhas tipológicas (narrativas, descritivas, expositivas etc.) para a organização de cada uma delas, conforme o campo temático.

Como afirma Charaudeau (2013), não ocorre nenhum ato de comunicação que seja previamente determinado. Mesmo que o indivíduo esteja constantemente sobredeterminado pelo contrato que caracteriza cada situação de troca linguageira, é somente em parte que está condicionado, considerando que a ele é permitido fazer uso de manobras a fim de adequar a informação ao seu projeto de fala pessoal. Assim, permitido nos é dizer que o contrato e o projeto de fala se completam, isto é, enquanto o primeiro apresenta seu quadro de restrições situacionais e discursivas, o outro desdobra-se num espaço de estratégias. Implica dizer, portanto, que toda troca linguageira pode ser pensada como um ato de liberdade, ainda que seja uma liberdade velada, vigiada.

4.3 Informatividade e discurso

Proceder à associação entre o que se pode pensar sobre informatividade e aquilo que os veículos de informação oferecem como informação nos leva a uma necessidade de pensar alguns aspectos. O que é informação? Quem informa? Quem recebe a informação? Que interesses se cruzam na malha discursiva de um enunciado informativo? Essa preocupação se sustenta na ideia de que, se existe um fenômeno humano e social que dependa da linguagem, esse é o da informação (CHARAUDEAU, 2013, p. 33).

Por sua vez, Thompson (2014, p. 35), ressalta que em “todas as sociedades os seres humanos se ocupam da produção e do intercâmbio de informações e de conteúdo simbólico”. Seja pensando nas mais antigas formas de comunicação por meio de gestos e de aplicação da linguagem, seja por meio dos atuais meios para a transmissão de saberes, tanto a apropriação, como a difusão de informação e conteúdo simbólico têm se mostrado característicos da vida em sociedade. Assim, não nos parece lícito pensar que informação e discurso possam ser tratados como elementos dissociados entre si.

A informação é, numa definição empírica mínima, a transmissão de um saber, com a ajuda de uma determinada linguagem, por alguém que o

possui a alguém que se presume não possui-lo. Assim, se produziria um ato de transmissão que faria com que o indivíduo passasse de um estado de ignorância a um estado de saber, que o tiraria do desconhecido, para mergulhá-lo no conhecido (CHARAUDEAU, 2013, p. 33).

Transformar o desconhecido em conhecido, tirar alguém de uma linha obscura, de um estado de ignorância, depende da manifestação, do interesse de uma voz que se proponha a isso. A partir de que razões alguém se colocaria nesta empreitada? Afinal, possuir o conhecimento pode significar a guarda de um instrumento de poder de um indivíduo sobre o outro. Todavia, pensemos no detentor como alguém que sente a necessidade de disseminar seu maior bem, a informação, de modo que ao realizar tal transmissão seja visto como um benfeitor. Por que passaria adiante o que possui? Que interesses estariam em jogo?

Pensar, portanto, uma informação requer de nós uma observação sobre a natureza do saber em jogo, bem como a sua origem. Ao lado disso, é preciso refletir sobre quem é o outro para quem o saber será transmitido, assim como qual a relação que aquele que transmite possui em relação ao receptor.

Implica dizer também que, para o alcance de diferentes interlocutores, diferentes recursos linguageiros devem ser pensados para, por fim, escolher o(s) que melhor atenda(m) para a transmissão de um informe, de um saber. Assim, seja qual for a indagação que fizermos a respeito da informação, estaremos sempre voltados para a questão da linguagem. Esta não se refere apenas aos sistemas de signos internos a uma língua, mas para além desse aspecto, está associada a sistemas de valores que comandam o uso desses signos nas mais variadas ocorrências comunicativas.

Segundo Charaudeau (2013, p. 33),

trata-se da linguagem enquanto ato de *discurso*, que aponta para a maneira pela qual se organiza a circulação da fala numa comunidade social ao produzir sentido. Assim, **pode-se dizer que a informação implica processo de produção de discurso em situação de comunicação.** (o grifo é meu)

Isso ocorre pelo fato de que os sentidos – “sempre aí em seu funcionamento de produzir rupturas, acontecimentos – não estão no entanto jamais soltos (desligados, livres), eles são administrados” (ORLANDI, 2012, p. 28). Devemos, pois, levar em conta a linguagem enquanto estrutura e acontecimento, de modo que,

mesmo que não tenhamos a pretensão de chegar à verdade do sentido, precisamos estar atentos aos diferentes valores que uma informação poderá provocar.

A “informação não existe em si, numa exterioridade do ser humano, como podem existir certos objetos da realidade material (uma árvore, a chuva, o Sol)” (CHARAUDEAU, 2013, p. 36). Importa dizer que a significação desses elementos depende da observação que o sujeito realiza sobre eles, assim como a existência de cada um deles não depende da ação do homem. Desse modo, é preciso pensar a informação como pura enunciação, de modo que produzir saber, e, como todo saber, salienta o autor, depende ao mesmo tempo do campo de conhecimentos no qual esteja inscrito, bem como da situação comunicativa na qual se inscreve.

Para isso, devemos pensar na posição social de quem informa. Que função esse informador exerce na situação de troca? Além disso, devem-se levar em conta sua representatividade em relação ao grupo que representa e seu grau de engajamento com a informação oferecida.

Segundo Thompson (2014, p. 37),

a vida social é feita por indivíduos que perseguem seus fins e objetos os mais variados. Assim fazendo, eles sempre agem dentro de um conjunto de circunstâncias previamente dadas que proporcionam a diferentes indivíduos diferentes inclinações e oportunidades. Estes conjuntos de circunstâncias podem ser conceitos como “campos de interação”.

Aliás, a mesma expressão (campos de interação) fora também utilizada por Bourdieu (1996), seu criador. Dentro desses campos, os indivíduos agem em distintas posições, dependendo do tipo e do número de recursos disponíveis para eles. Ocorre ainda, segundo Thompson (2014), que tais situações, se institucionalizadas, alcançam certa estabilidade, ou seja, passam a constar de um conjunto relativamente estável de regras, recursos, bem como de relações sociais.

Devemos pensar as instituições como determinados conjunto de regras, recursos e relações com certo grau de durabilidade no tempo e alguma extensão no espaço. Essas regras garantem certo poder a quem se propõe a prestar alguma informação. Nesse sentido, recorro mais uma vez a Charaudeau (2013), agora com o propósito de refletir sobre alguns aspectos relacionados aos porquês do crédito que se pode dar a uma informação.

O primeiro deles é o de que *informador tem notoriedade*. O autor alerta que essa posição é capaz de construir um efeito duplo, ou seja, o indivíduo que possui

certa notoriedade é um ser público. Por esse motivo, a posição social por ele exercida requer que não omita informações de utilidade pública. Ter essas informações garante ao enunciador considerável autoridade, possibilitando que, ao informar um fato, deixa sua informação digna de confiança, de ser acreditada.

Por outro lado, pelo fato de apresentar certa notoriedade, ao informador poderão ser creditadas certas intenções manipuladoras. Porém, há ainda que se considerar que, se essa notoriedade estiver associada a algumas profissões, segundo a voz institucional que o informador esteja representando, isso lhe garantirá um crédito. Em outros termos, a alguns, jornalistas, por exemplo, é natural que sejam dados créditos por aquilo que oferecem como informação.

Outro aspecto diz respeito ao fato de que *o informador é uma testemunha*. Ele exerce, segundo Charaudeau (2013, p. 53), como o “portador da verdade”,

na medida em que sua fala não tem outro motivo a não ser de dizer o que viu e ouviu. É por isso que é tão solicitado (particularmente pelas mídias). Diferente do que ocorre com a notoriedade, ele não é suspeito de utilizar alguma estratégia de ocultamento, pois é considerado completamente ingênuo.

Para o autor, ser testemunha significa que o indivíduo não transporta consigo qualquer tipo de cálculo, interesse quanto ao uso de seu testemunho. Nesse caso, ao enunciador caberia tão somente informar a verdade. Porém, há ainda que se considerar que esse sujeito poderia estar propenso a ser manipulado, construindo um falso testemunho, fato que tiraria dele seu papel de testemunha.

O informador pode ainda ser plural. Isso ocorre quando a informação é fruto de um número plural de fontes, ou seja, vários são os informadores. Nesse caso, as informações “convergem em seu valor de testemunho ou de opinião, e com isso a pluralidade desempenha um papel de reforço, de confirmação da verdade” (op. cit., p. 53). Entretanto, não devemos desconsiderar que podem ocorrer divergências quanto às informações (até mesmo apresentando oposições entre elas). Quando isso ocorre, a pluralidade de testemunhos e de opiniões opostas deve possibilitar àquele que esteja recebendo a informação formar o que julga como verdade sobre o fato. Vale ainda dizer que, nesta tese, o enunciador será sempre plural, considerando o caráter polifônico dos textos.

Para Charaudeau (2013), ainda há que se considerar a existência de um informador como um *organismo especializado*. Centros institucionais na empreitada

do recolhimento e arquivo de informações são considerados os menos suspeitos de agirem por meio de estratégias de manipulação sobre aquilo que informam. Não desconsiderando que todo organismo que se presta a oferecer uma informação seja capaz de tirar proveito de sua posição, ele destaca que, pela finalidade do agir dessas instituições, ou seja, pela pretensão de serem vistas como espelho daquilo que ocorre no meio da sociedade, tudo o que apresentam como e sobre os fatos esteja em condição de fé, de fazer parte da crença do seu público.

Ao lado desse conjunto de *status*, podemos também considerar o grande engajamento daquele que informa. Que interesse(s) terá o informador ao apresentar uma mensagem? De sua parte, esse engajamento pode levá-lo a defender ou a criticar a verdade sobre uma informação. Logo, trata-se de uma atitude discursiva a tentativa de produzir algum efeito sobre o indivíduo recebedor da informação.

Aquele que informa poderá não deixar claro seu engajamento, de modo que uma informação poderá ser oferecida como uma evidência, isto é, não passível de ser atestado. Desse modo, produzem-se os efeitos de objetivação e de autenticação, deixando parecer que o informador esteja agindo com certo grau de neutralidade quanto ao seu engajamento.

De outro modo, o informador poderá deixar claro seu engajamento. Nesse caso, poderá sustentar sua informação, baseando-se em sua fonte. Estando convicto da verdade sobre aquilo que informa, ele poderá ser taxado de ingênuo, desmontando toda sua postura de certeza, considerando que a convicção e a evidência de seu dizer são aspectos que poderão estar dissociados. A primeira está para a fala de um sujeito de saber subjetivo, enquanto para a ocorrência da segunda, é preciso que o sujeito da informação seja onisciente, buscando maiores explicações sobre uma informação.

Poderá ainda ocorrer de o informador deixar explícito seu engajamento, porém buscando um certo nível de distanciamento. Quando isso ocorre, ele se expressa por meio de reserva, dúvida, hipótese e, até mesmo, suspeitando da verdade sobre aquilo que informa. Nesse caso, ressalta Charaudeau (op. cit., p. 55),

produz-se um outro efeito paradoxal: o valor de verdade da informação fica atenuado, mas a explicitação do posicionamento prudente do informador lhe confere crédito, o torna digno de fé, e permite considerar a informação como provisoriamente verdadeira, até prova em contrário.

Desse modo, os dois interlocutores agem numa posição de ponderação. Tanto quem informa quanto o receptor examinarão se a informação poderá ser uma verdade ou dela constarão elementos verossímeis quanto ao fato publicado.

O autor explica que “as provas da verdade, ou, melhor dizendo, da verdade de uma informação são, igualmente, da ordem do imaginário” (op. cit., p. 55). Em outras palavras, tais provas são ancoradas nas representações de um grupo social, o que garantirá a informação. Pensar assim significa atestar que essas provas precisam estar providas de objetividade, mesmo se considerarmos que o informador não é capaz de isentar-se de sua subjetividade, daquilo que sente a respeito da informação. Logo, “os meios discursivos empregados devem tender a provar a autenticidade ou a verossimilhança dos fatos, e o valor das explicações dadas” (op. cit., p. 55).

O autor explica que somente o receptor está apto a julgar o teor de uma informação. Ao informador, restará apenas apostar na validade da informação. Assim, se pensarmos na identidade deste último, consideraremos que “as mídias apresentam-se como um organismo especializado que tem a vocação de responder a uma demanda social por dever de democracia” (op. cit., p. 58), razão pela qual a existência de profissionais (informadores) a fim de publicar o que, até certo momento, se mostra ignorado pela sociedade.

De outro modo, considerar tão somente o trabalho em prol da cidadania exercido por esses profissionais poderá nos levar a uma visão simplória sobre eles. Ao tratar, por exemplo, das indústrias da mídia nas sociedades ocidentais, Thompson (1995, p. 253-254) ressalta que essas instituições são,

em muitos casos, organizações comerciais ou quase-comerciais, operando num mercado competitivo e sujeito a pressões financeiras e a incentivos de vários tipos; por isso, mudanças nas indústrias da mídia são, até certo ponto, respostas a imperativos econômicos e pressões políticas que afetam essas indústrias *enquanto* interesses comerciais.

Se, de uma parte, os informadores representam organismos com atividades voltadas para uma lógica comercial, agindo como empresa e, por essa razão, são fortemente dependentes da tecnologia e suas inovações, por outro lado também precisam se valer dos mais variados mecanismos languageiros a fim de, para o público, tornar sedutora uma provável aquisição dos muitos enunciados constantes das informações por esses cotidianamente oferecidos.

Segundo o contexto no qual aparece, uma informação pode produzir um efeito de banalização, de saturação, de amálgama ou, ao contrário, de dramatização. Se as manchetes dos jornais são diferentes, é porque, para se diferenciar do concorrente, cada jornal deve produzir efeitos diferentes. Imaginemos como seria uma imprensa com manchetes idênticas em todos os jornais, com números sem comentários, transcrições de decretos, citações *in extenso* (CHARAUDEAU, 2013, p. 59).

Assim, ao pensarmos no objetivo comum àqueles que se propõem a oferecer uma informação, isto é, o lucro comercial, é preciso considerar que o alcance dos efeitos pretendidos dependerá de como os enunciados serão construídos. Para isso, devemos ainda levar em conta que os recursos possíveis a partir do uso das linguagens servirão para produzir o melhor arranjo textual, aquele capaz de atender aos interesses de seus enunciadores.

Na tentativa de marcar discursivamente seus atos, os indivíduos buscam intensificar o “lucro simbólico”, resultado da troca comunicativa. Para Bourdieu (1996, p. 65), pelo fato de que

os signos linguísticos são bens fadados a receber um preço, poderes próprios para garantir um crédito (variável segundo as leis do mercado onde estão situados), a produção linguística é inevitavelmente afetada pelas sanções do mercado: quaisquer expressões verbais, desde as frases trocadas entre dois amigos, do discurso solene de um porta-voz autorizado, até um relatório científico, ostentam marcas de suas condições de recepção. Tais expressões devem, portanto, uma parte de suas propriedades (mesmo ao nível da gramática) ao fato de que, na base de uma antecipação prática das leis do mercado em questão, seus atores, muitas vezes sem o saber e também sem o querer expressamente, se esforçam em maximizar o lucro simbólico que podem obter de práticas destinadas à comunicação e, ao mesmo tempo, expostas à avaliação.

O sujeito informante “fica, ao mesmo tempo, preso e livre na encenação de seu discurso, como um diretor se acha ao mesmo tempo livre e preso na montagem de uma peça de teatro” (CHARAUDEAU, 2013, p. 129). Nesse caso, precisa considerar os diferentes componentes da situação comunicativa, a fim de possibilitar a compreensão por parte do seu público. Entretanto, isso não significa que, em decorrência de seus interesses particulares de comunicação, o produtor textual não fique livre para jogar com tais elementos. Logo, o informador pode se valer de estratégias em prol dos desafios para tornar sua informação digna de crédito e captação.

Como estratégias para a construção de uma malha discursiva nos enunciados a serem publicados, seus produtores se valem, conscientemente, de arranjos

sintáticos, jogos de cores, tipos de letras, assim como a seleção dos fatos e personagens a serem postos em cena. Como poderia, por exemplo, o informador construir uma notícia a respeito do tráfico de crianças? Para a construção desse texto, seus enunciadores se valeriam de uma escolha temática ao mesmo tempo objetiva, incluindo esse acontecimento na rubrica dos fatos de sociedade, assim como simbólica, levando em conta a consternação que um fato como esse poderia revelar.

O campo da informação é um espaço construído. Nesse sentido, não nos cabe pensar que aquilo que se informa seja o reflexo do que ocorre no espaço público, mas sim o resultado de uma construção. Tudo o que se transmite como acontecimento é oferecido em estado bruto, porém sob efeito de prévias racionalizações, isto é, a instância midiática apresenta ao seu público uma "visão de mundo previamente articulada, sendo que tal visão é apresentada como se fosse a visão natural do mundo". Nisso, a recepção encontra pontos de referência, e daí surgirá o espaço público (op. cit., p. 151).

Em razão disso, Charaudeau (2013, p. 129) afirma que

não há captura da realidade empírica que não passe pelo filtro de um ponto de vista particular, o qual constrói um objeto particular que é dado como um fragmento do real. Sempre que tentamos dar conta da realidade empírica, estamos às voltas com um real construído, e não com a própria realidade.

Não devemos pensar que, em razão de a informação ser sempre filtrada por quem a transmite, exista uma realidade pura e neutra, ocultada pelo informante. Como fenômeno do discurso, a realidade sempre é alvo de uma ação subjetiva, bem como sua significação deverá estar necessariamente sujeita ao olhar do indivíduo que a vê. "Todo sujeito que quer relatar um acontecimento se vê diante do problema da relação entre realismo e ficção" (op. cit., p. 156). É, portanto, em razão disso, que a instância midiática possui problemas particulares relacionados às restrições situacionais do contrato de comunicação.

Como resultado dessas restrições, à instância midiática não é permitido, como na ficção, criar uma história. Tal liberdade não lhe cabe. O que informa deverá partir de um acontecimento que "tanto pode já estar significado por uma outra instância de informação (agência de imprensa), quanto se apresentar em estado bruto, sendo portador de potencialidades múltiplas" (op. cit., p. 156). Assim, a partir de um acontecimento, a ação do jornalista deve partir de um trabalho de

interpretação e análise, levando em conta sua própria experiência, sua racionalidade, sua cultura e técnicas inerentes ao seu ofício.

Segundo Gregolin (2003, p. 11), “o sentido é criado pela relação entre sujeitos históricos e, por isso, a interpretação nasce da relação do homem com a língua e com a história”. Assim,

eEstamos condenados a dar sentido a certas experiências. Nossa visão do mundo, os próprios discursos sobre certos assuntos e a nossa língua, porém, nos empurram em determinada direção. Vamos pinçando e construindo significações a partir desses limites (HERNANDES, 2006, p. 19).

Como ilustração, recorro ao mesmo autor a fim de entender como um acontecimento pode remeter para distintas mensagens. O desemprego, por exemplo,

para um homem religioso pode ser castigo de Deus. Para outro, pode ser consequência de uma sociedade na qual os trabalhadores são explorados de modo desumano pelos empresários. Para um terceiro, pode ser falta de competência (op. cit., p. 19).

É como afirma Charaudeau: “Todo fato de linguagem poderia ser considerado um discurso relatado se este fosse relatado de maneira ampla” (2013, p. 161). Devemos ter em mente que a palavra do outro sempre estará presente em todo e qualquer mensagem publicada meios de comunicação. Daí, portanto, a ideia de dialogismo, um dos motes desta pesquisa.

Se, como mencionei, o acontecimento nunca é transmitido em estado bruto, sua significação estará sujeita ao olhar dispensado sobre ele. Assim, é possível que no enunciado informativo a palavra do outro apareça sob diferentes formas, mais ou menos explícitas, com sentidos diversos.

Ao analisarmos uma informação, o que mais importa quanto à produção de sentidos não é o acontecimento em si, mas sim seu processo de construção. É preciso realizar uma modificação no estado do mundo *fenomenal*, ressalta o autor. Essa mutação deverá ser capaz de gerar um estado de desequilíbrio a ser percebido pelos sujeitos, permitindo que estes pensem o acontecimento como uma descontinuidade do estado do mundo.

Se, portanto, a compreensão de um acontecimento estará sujeita ao olhar desse sujeito, de suas relações sociais, de suas experiências, de suas crenças, a captação do real se apresenta como bastante complexa. As concepções do real são,

constantemente, alvos de novas (re)significações. Tudo isso contribui para pensarmos a informação não como um enunciado pronto, estanque em si mesma, mas sim um processo discursivo, suscetível a novos desdobramentos de interpretação.

4.4 Argumentatividade: estratégias de convencimento e de persuasão

Se compreender uma informação exige de nós a observação de alguns aspectos importantes, como seu caráter interacionista e sua natureza ideológica, penso que, em relação ao *corpus* desta tese, seja interessante uma breve reflexão sobre alguns aspectos da argumentatividade no material selecionado para esta pesquisa. Isso porque os textos originários da esfera jornalística têm como características não somente a apresentação de fatos ou acontecimentos, mas também o oferecimento das marcas ideológicas de seus enunciadores sobre a matéria em tela. Assim, um caminho para compreender os sentidos ali construídos é a observação de alguns elementos de cunho argumentativo.

Antes de qualquer tentativa a fim de compreender tal expediente, penso como necessária uma reflexão a respeito de alguns aspectos da argumentação. Para isso, é preciso buscar um suporte teórico que melhor contribua para a compreensão do uso do simbólico no *corpus* desta tese.

Muitos estudos, ancorados na ideia de que a relação humana com o mundo é feita de modo interacional e dialógica, buscaram compreender as estratégias do homem no uso do simbólico. Nesse sentido, disciplinas clássicas como a Retórica, a Lógica e a Dialética contribuíram para uma construção de uma teoria da argumentação. Porém, cumpre destacar a publicação, em meados do século XX, do “Tratado da Argumentação: a Nova Retórica”, obra do jurista e filósofo Chaïm Perelman, em parceria com Lucie Olbrechts-Tyteca. Na tentativa de aliar os principais elementos da Retórica aristotélica a uma visão atualizada do assunto, a obra oferece uma “Nova Retórica”.

Os autores alertam que a proposta não é uma retomada da antiga Oratória oferecida por Aristóteles, o que poderíamos inicialmente pensar, mas os novos estudos sobre o tema devem ser entendidos como é um novo olhar sobre a antiga

retórica, conservando com esta fundamentalmente o conceito de *auditório*, que é imediatamente evocada assim que se pensa num discurso (PERELMAN;OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 7). Assim, complementam, afirmando que

se, entre os antigos, a retórica se apresentava como o estudo de uma técnica para o uso do vulgo, impaciente por chegar rapidamente a conclusões, por formar uma opinião para si, sem se dar ao trabalho prévio de uma investigação séria, quanto a nós, não queremos limitar o estudo da argumentação àquela que é adaptada a um público de ignorantes. É este aspecto que explica ter ela sido ferozmente combatida por Platão em seu *Górgias* e foi ele que favoreceu seu declínio na opinião filosófica (op. cit. p. 7). (os grifos são dos autores)

Nesse caso, no entendimento dos autores do Tratado da Argumentação, tanto o discurso como o auditório e o orador devem ser considerados como elementos da argumentação. Nesse sentido, o orador precisa provocar a aceitação de seu texto, devendo ter em mente a perspectiva de seu auditório e, para isso, construir seu discurso, valendo-se de criteriosa seleção de elementos. Portanto, o êxito na aceitação daquilo que um orador oferece está condicionado ao modo como o texto é construído pelo orador.

Abreu (2003, p. 17) explica que, ao entrarmos em contato com o outro, não gerenciamos somente a informação, mas também a nossa relação com ele. Nesse caso, até mesmo as formas de tratamento (você, o senhor) fazem parte de um gerenciamento de relação. Conquistar a adesão de nosso público para aquilo que oferecemos é, indubitavelmente, resultado de uma trama argumentativa.

Cumprе ressaltar a grande variedade de auditórios com quem o orador precisa constantemente negociar sua fala. A adaptação do orador a todas as particularidades de públicos coloca-o numa situação de inumeráveis problemas. É preciso, portanto, escolher uma técnica argumentativa que atenda a todos os auditórios indiferentemente ou, pelo menos de todos os auditórios compostos de homens competentes ou racionais (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 7).

Não pretendo esmiuçar a ideia dos autores do Tratado da Argumentação. A ideia é compreender como o processo argumentativo ocorre nas capas de revistas selecionadas para esta tese. Assim, a fim de atender o que propõe esta parte da pesquisa, estarei restrito a tão somente algumas reflexões sobre a adesão do público em relação ao que se oferece nas capas em tela.

Considerando, pois, que ao orador ou, como em alguns momentos tratarei como enunciador, não cabe sequer outra escolha senão gerenciar sua fala com o seu público, cabe a ele agir como um artífice de sua mensagem. Nesse sentido, podemos pensar que argumentar é uma arte, conforme explica Abreu (op. cit. 25).

Partindo do que afirma Abreu (2003), podemos dizer que, para argumentar, o orador poderá se valer de dois recursos distintos: o convencimento e a persuasão. O autor ensina que “convencer é saber gerenciar informação, é falar à razão do outro, demonstrando, provando” e, por sua vez, “persuadir é saber gerenciar relação, é falar à emoção do outro” (p. 25).

Vale dizer que, ao decidir por um ou outro recurso argumentativo, isso não é excludente. Em um mesmo texto, podemos localizar elementos que estão a serviço do convencimento, e outros atendendo ao enunciador quando este tem a pretensão ou necessidade de persuadir seu auditório. Desse modo, cabe ao orador escolher o melhor caminho argumentativo para o alcance de seus objetivos.

Por mais que não sejam excludentes, por vezes convencer se mostra mais adequado ao orador; por outro lado, a persuasão é a melhor escolha. Sendo assim, o orador precisa atentar para a distinção entre os dois recursos.

Convencer é construir algo no campo das ideias. **Quando convencemos alguém, esse alguém passa a pensar como nós.** Persuadir é construir no terreno das emoções, é sensibilizar o outro para agir. **Quando persuadimos alguém, esse alguém realiza algo que desejamos que ele realize** (ABREU, op. cit., p. 25). (os grifos são meus)

Recorrendo a Perelman;Olbrechts-Tyteca (1996, p. 30), podemos dizer que

Para quem se preocupa com o resultado, persuadir é mais do que convencer, pois a convicção não passa da primeira fase que leva a ação. [...]

Em contrapartida, **para quem está preocupado com o caráter racional da adesão, convencer é mais do que persuadir.** Aliás, ora essa característica racional da convicção depende dos meios utilizados, ora das faculdades às quais o orador dirige. [...] (os grifos são meus)

Ancorados nessa ideia, podemos afirmar que um público pode agir a partir de uma persuasão feita por alguém, ainda que não esteja convencido de que deve fazê-lo. De outro modo, esse mesmo auditório, considerando a importância do que é oferecido, é capaz de agir convencido da verdade, mesmo não estando persuadido a realizar o que esteja sendo proposto pelo orador. Em outras palavras, podemos convencer alguém de que é necessário praticar uma ação, ainda que esse alguém

não se sinta sensibilizado para tal prática ou, de modo contrário, mover alguém emocionalmente a uma ação, mesmo que ao outro não sejam oferecidas razões lógicas.

Neste momento, entendo como oportuna uma breve reflexão sobre a capa nº 767 da Revista Época, publicada em 01.02.2013:



Para que possamos compreender a capa, é necessário recorrermos ao fato que possibilitou sua construção. Na madrugada do dia 27 de janeiro de 2013, na Boate Kiss, em Santa Maria-RS, a tragédia que comoveu o Brasil: o incêndio que resultou em 242 mortes.

Percebe-se que a capa não faz quaisquer referências à palavra incêndio, ao local do fato ou mesmo ao que teria causado a tragédia. A esse respeito, vale considerar que, diante da gravidade do fato, outros meios de comunicação já haviam abordado em seus noticiários o ocorrido na cidade gaúcha. Portanto, os enunciadores de Época se valem do amplo conhecimento do público sobre a tragédia, buscando construir outro nível de leitura sobre o assunto, ou seja, direciona o leitor para as sensações que o fato foi capaz de provocar.

Para isso, *Época* escolheu destacar um total de 219 rostos de jovens. Cada um deles representa uma vítima da tragédia, e a escolha pelo elevado número contribui para convencer o público de que se trata de uma grande tragédia. Por outro lado, observando cada uma das imagens dos jovens em tom de sorriso, é provável que o leitor fique sensibilizado com o ocorrido na cidade de Santa Maria-RS.

Associadas ao conjunto tão grande de pequenas fotografias, as expressões “TÃO JOVENS, TÃO RÁPIDO, TÃO ABSURDO” ganham um destaque ainda maior. Afinal, as vítimas eram jovens, e, como na expressão popular, “cheios de vida”, perdendo a vida rapidamente, de modo tão absurdo.

Assim como o advérbio “tão”, os adjetivos “jovens”, “rápido” e “absurdo” corroboram para que o leitor seja um crítico da tragédia, mesmo que em parte alguma da capa apareça qualquer menção aos culpados. Como se não fosse suficiente a escolha de tais adjetivos, carregando uma intensa carga semântica, o uso do advérbio intensificador foi também a escolha de *Época* para proclamar uma sensibilização pelas vítimas, em sua maioria membros da juventude gaúcha.

Vale considerar a escolha da revista pela ausência de forma verbal na construção do enunciado. Nesse caso, não é feita uma direta alusão ao pretérito, ao presente ou mesmo ao futuro. Assim, podemos dizer que o fato não perde o aspecto temporal, ficando sempre atual na mente do leitor nos dias seguintes à tragédia.

Outra informação a se considerar é a escolha pelo tom acinzentado para apresentar as fotos das vítimas. Podemos pensar que se trata de mais um modo de sensibilizar o público. Afinal, essa cor remete para fotografias do passado, lembrando que os rostos felizes daqueles jovens fazem parte de um passado. Portanto, em oposição do sorriso dos jovens, numa referência à vida, o cinza claro remete passa uma ideia de morte. Trata-se de mais um expediente de persuasão escolhido por *Época* na busca por produzir os sentidos capazes de incrementar a venda de tal edição.

Na parte inferior da capa, vale destacar a apresentação do nome da cidade de “Santa Maria”. Ao lado dessa expressão, a inscrição da data “27 de janeiro de 2013”. Diferentemente dos outros elementos já mencionados, esses dois não estão a serviço da persuasão, mas do convencimento. Isso porque servem como apoio para todas as outras informações. A tragédia teve local e data, e esses dados não deixam o restante da capa solta, sem quaisquer referências, ou seja, tudo o que foi

oferecido de modo persuasivo se ancora em dados concretos, a partir de um fato real no interior do Rio Grande do Sul, a conhecida “Tragédia de Santa Maria”.

Em outra capa sobre o mesmo episódio, a argumentação por meio do convencimento, assim como na edição de *Época*, também ocorreu por meio da escolha da inscrição do dia da tragédia, diferente da data da edição da revista, assim do local do evento, Santa Maria. Somada a essas informações, as inscrições de “EDIÇÃO ESPECIAL”, em *Época*, e “REPORTAGEM ESPECIAL”, na capa da *IstoÉ* servem como um modo de convencer o leitor de que o fato noticiado remete para um drama, merecendo, portanto, sua atenção.

A partir dessas informações, não parece haver por parte da revista, tanto de *Época* como de *IstoÉ*, qualquer intenção em provocar reações sentimentais no leitor. Em outras palavras, podemos dizer que tais elementos demonstram razoável tom de neutralidade de seus enunciadores, transparecendo tão somente informações constituintes de um lide de notícia.



Diferentemente da capa de *Época*, *IstoÉ* não apresenta qualquer imagem de rosto de algum jovem, vítima da tragédia. A referência imagética às vítimas é feita a partir da apresentação de uma mãe sendo amparada por outra pessoa, assim como a imagem de urna funerária em que se apoia tal mãe em situação desesperadora.

Cumpramos ressaltar que a fotografia é apoiada num fundo preto, como se este fosse um porta-retrato. O preto, associado a diferentes informações em diferentes contextos, faz uma referência ao luto vivido principalmente pelos familiares de cada uma das vítimas. Assim, os outros elementos que se apoiam na cor negra ganham destaque, sendo escolhida para isso principalmente a cor branca, como podemos observar na maior das inscrições verbais.

Em letras garrafais, o título “TOLERÂNCIA ZERO” é mais um dos recursos persuasivos utilizados pelos enunciadores da revista. Assim, parecendo mostrar-se sensibilizada com o drama de Santa Maria, *IstoÉ* acrescenta ao título o enunciado “O Brasil não pode mais aceitar o estado de insegurança que provoca as grandes tragédias nem o desprezo às leis e à vida”. Essa solidariedade se completa com uma crítica, ainda que sem destinatário direto.

Em “nossos jovens nas arapucas da morte”, os enunciadores parecem compartilhar com familiares das vítimas seu enorme sofrimento. Para isso, buscam mostrar certa indignação com a tragédia, colocando-se próxima de todas não somente das mães das vítimas de Santa Maria, mas de tantas outras. Com esse enunciado, a revista procura legitimar-se como uma voz em defesa das vítimas e de seus familiares.

Tanto na imagem quanto nos enunciados selecionados para a composição da capa podemos observar o recurso da sinédoque a fim de sensibilizar o público. O ataúde e a imagem da mãe desesperada agem como uma sinédoque no texto, isto é, representam um universo bem maior de jovens mortos, bem como de progenitoras que choram a morte absurda de seus filhos.

Por sinal, esse recurso – a sinédoque – é um expediente muito utilizado em capas de revistas. Em casos que reportam a tragédias ou algum outro drama vivido pela sociedade, os enunciadas por vezes recorrem a tal artifício. Quanto a isso, vale notar o que oferece a capa de *Veja*, edição 2.486:



Na parte inferior da revista, porém em destaque, uma mão, com marcas de sangue representa um universo bem maior de vítimas da violência no Rio de Janeiro. Após o título “UM FIM DE SEMANA NO RIO”, o enunciado “1 MORTE A CADA DUAS HORAS” introduz uma tentativa de convencer o leitor de que o que o enunciado que virá a seguir representa o drama vivido pelos cariocas. Afinal, os números servem como forte argumento a fim de que não haja quaisquer dúvidas sobre o elevado índice de violência na região, considerando que “VEJA acompanhou as ocorrências policiais das 20h de sexta às 20h horas de domingo. Nessas 48 horas, houve 27 assassinatos, 19 tiroteios 7 arrastões”.

Se os números possibilitaram aos enunciadores da revista convencer o público de que o que se apresenta é uma realidade, as imagens estão a serviço da captação. Isso pode ser observado a partir da combinação de parte do braço coberto com um pano branco e uma mão suja de sangue, levando o leitor a se sensibilizar com mais uma morte, isto é, mais uma vítima no conjunto de tantas outras causadas pela violência no Rio de Janeiro.

Num jogo de persuasão e convencimento, *Veja* leva seu público à aquisição de seu produto. Após a persuasão com um título escarlate, enunciados constituídos por números servem para convencer o público de que a violência no Rio é uma realidade. As imagens estão a serviço da sensibilização do leitor. E, completando o tema na capa, o enunciado que acompanha o conteúdo imagético, “A mão de Denis Oliveira, 21 anos, assassinado pelo vizinho no sábado, dia 2, na Baixada Fluminense”, busca convencer o público sobre o drama vivido pelos cariocas e moradores de cidades vizinhas. Para isso, o oferecimento de informações como nome e idade da vítima, local e data do fato, além da causa do crime.

Certo é que as revistas perseguem intensamente uma maior adesão de um público para o produto oferecido por elas. Afinal, essas estruturas dependem não somente de um público alinhado com a ideologia oferecida pelas revistas, mas também da aquisição material dos exemplares publicados semanal ou mensalmente. Em prol de uma lucratividade, considerando que são empresas, constroem unidades noticiosas e, em seguida, organizam-nas em edições bem sedutoras.

Desse modo, as revistas precisam manipular a atenção de seu público tanto no nível sensorial quanto no passional e no inteligível. A partir disso, é possível instaurar e perpetuar vínculos com seus leitores, bem como fazer com que estes assumam os valores oferecidos. Logo, é preciso construir no sujeito sua atenção, mobilizando-o não apenas para a leitura do fato, como ainda para a visão das revistas sobre o que apresentam a cada nova edição.

Por fim, se não “ornamentado” pelos meios de comunicação, é provável que aquilo que ocorre na sociedade não será merecedor da atenção do sujeito que não esteja diretamente envolvido com os fatos ou acontecimentos. Para isso, fazem-se necessárias a criação da curiosidade e a geração de uma tensão sobre o se oferece nas revistas, a fim de provocar um querer-saber no público-alvo. Daí, os interessantes arranjos argumentativos na construção dos sentidos idealizados e alcance dos alvos comerciais das revistas.

5 DIALOGISMO E POLIFONIA

Qualquer que seja a discussão em torno dos termos Dialogismo e Polifonia, o ato nos remete para importantes observações apresentadas pelo pesquisador russo Mikhail Bakhtin e importantes estudiosos de sua linha teórica. Antecipando muito as principais orientações apresentadas pela linguística moderna, principalmente no que se refere às pesquisas sobre interação verbal e produção de sentido, assim como às relações entre a tríade linguagem-sociedade-história e a dupla linguagem-ideologia, o autor de *Marxismo e Filosofia da Linguagem* nos oferece uma enorme contribuição para novos estudos sobre questões dialógicas e polifônicas no uso da língua.

Assim, para toda a oportunidade de reflexão sobre suas observações, seremos levados a um espaço privilegiado em seus estudos, a análise da enunciação, bem como dos sujeitos implicados nesse ato. O autor entende o enunciado como matéria da ordem do linguístico, ao mesmo tempo em que deve ser entendido como contexto enunciativo. Logo, compreende o enunciado como objeto dos estudos ligados à linguagem.

“Os indivíduos não recebem a língua pronta para ser usada” (BAKHTIN, 2006, p. 109). Nesse sentido, agem, adentrando no curso da comunicação verbal. Em outras palavras, “somente quando mergulham nessa corrente é que sua consciência desperta e começa a operar” (op. cit., p. 109). Logo, em termos práticos, a língua não deve ser pensada fora de seu conteúdo ideológico, ou seja, dissociada da vida.

Assim, a enunciação é, como afirma Bakhtin, “o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados” (op. cit., p. 115). Ainda que, em algum momento do ato verbal, não haja um interlocutor real, diz o pesquisador, é possível que este seja substituído pelo representante médio do grupo social ao qual pertence o indivíduo. Logo, ao falarmos, não agimos sozinhos, individualmente.

É preciso, assim, que ao se valer da língua, o indivíduo inclua em seu plano uma consciência daquele ao qual se destina sua voz, constantemente moldando sua ação às possíveis reações percebidas do outro. Esse procedimento faz de toda ação verbal um exercício de interação, razão por que Bakhtin valoriza a enunciação, tratando-a como social, em oposição a um comportamento individual, além de tratar a fala como uma ação “indissolivelmente ligada às condições da comunicação, que, por sua vez, estão ligadas às estruturas sociais” (BAKHTIN, 2006, p. 15).

O sentido não está no sujeito, tampouco no objeto a ser descrito, mas é construído a partir de sua relação com o mundo, de modo que Bakhtin defende a ideia de um sujeito não homogêneo nos conceitos da linguística. Na verdade, ao ressaltar as relações entre sujeitos, linguagem, história e sociedade, a ideia de dialogismo, de enunciação constrói um processo intersubjetivo.

Como um sujeito na visão kantiana, assim é o sujeito bakhtiniano, um sujeito de natureza filosófica, que tem sua fala construída nas muitas experiências com o mundo, a fim de construir ideias sobre as coisas, razão pela qual “todo o nosso conhecimento começa com a experiência” (KANT, 1983, p. 23), isto é, na interação com o outro, o sujeito se institui. Daí, como sequência de suas pesquisas, Bakhtin ressaltar a importância dos estudos sobre os gêneros discursivos, levando-se em conta a relação entre o enunciado oferecido pelo sujeito e o meio social que o circunda.

Viver, explica Bakhtin (2003), significa participar de um diálogo. Não é possível, portanto, pensar o indivíduo a partir de uma visão cartesiana, numa alusão à recorrente frase “Penso, logo existo” (DESCARTES, 1985). Para Kant (1983), o pensamento não ocorre no indivíduo como se este fosse um objeto, ou, em outras palavras, como se bastasse pensar para que considerássemos sua existência.

Por meio de uma analogia, recorro ao ato da fala. Dentro da perspectiva bakhtiniana, o indivíduo fala porque, ao lado de uma faculdade humana, tem sua consciência construída na interação social, nas trocas intersubjetivas, em

um conjunto de mecanismos simbólicos para controle de comportamento, isto é, “depósitos” de informações extra-somáticas, em que a cultura possibilita a construção de um vínculo entre o que os homens são intrinsecamente capazes de se tornar e o que eles realmente se tornam, um por um (GEERTZ, 2008, p. 37).

Se em sua célebre obra seiscentista *Discurso do Método*, Descartes apresenta seu método ancorado na dúvida, acreditando que nossos sentidos por vezes enganam, Bakhtin apresenta uma visão bem distinta. Para o primeiro, nossos sentidos podem nos enganar, a ponto de pensarmos que nossa realidade é nada mais que apenas um sonho. Por sua vez, o pensador russo considera que os sentidos são produzidos por nós, na interação com o mundo social, fazendo de nós sujeitos dessa situação, isto é, não apenas podemos construir uma realidade (ainda que esta seja até mesmo efêmera), mas somos capazes de avançar nessa

experiência a ponto de reconstruir nossas ideias sobre as coisas, sobre os fenômenos.

Bakhtin (2003, p. 307-308) explica que o “pensamento, como pensamento, nasce no pensamento do outro”. Logo, ao considerarmos seus estudos sobre enunciação, veremos que a intersubjetividade é anterior à subjetividade. E, como observa o próprio filósofo russo, o “Eu só pode se realizar no discurso, apoiando-se em nós” (BAKHTIN, 1981, p. 192).

Logo, os sentidos da fala não podem ser compreendidos a partir de uma visão estruturalista da língua. Como afirma Weedwood (2002, p. 152), ela deve ser compreendida a partir das condições de comunicação, que estão sempre ligadas às estruturas sociais. O autor ainda complementa, afirmando que

a língua, a palavra são quase tudo na vida humana. Contudo, não se deve pensar que essa realidade sumamente multifacetada que tudo abrange possa ser objeto apenas de uma ciência – a linguística – e ser interpretada apenas por métodos linguísticos. O objeto da linguística é apenas o material, apenas o meio de comunicação discursiva mas não a própria comunicação discursiva, não o enunciado de verdade, nem as relações entre eles (dialógicas), nem as formas de comunicação, nem os gêneros do discurso (BAKHTIN, 2003, p. 324).

Daí, a ocorrência de várias vozes em nossos enunciados, considerando que nossa fala, alerta Bakhtin (2003), é repleta de palavras dos outros. Em todo enunciado, descobrimos as palavras do outro ocultas ou semiocultas e com graus diferentes, alerta o filósofo russo. Logo, a enunciação deve ser entendida como a realidade da linguagem, como também a estrutura socioideológica.

Para compreendermos a enunciação, precisamos levar em conta não somente a ocorrência de participantes em uma situação comunicativa. Para além desses elementos, momento histórico e local social em que a interação se realiza devem ser observados. Em outras palavras, o estudo dos enunciados requer de nós uma atenta observação do momento de uso da linguagem, pois se trata de um produto da interação social. Essa é a postura tomada nesta tese, uma vez que esta pesquisa não está voltada para as questões estruturais do texto, mas toma como mote a construção do sentido, isto é, o que se realiza por meio de uma relação forma/sentido, resultantes de ações discursivas e intersubjetivas.

As palavras de Weedwood (2002) se ancoram na visão de Bakhtin sobre o que propunha a teoria da linguística saussuriana. Para o pesquisador russo, uma linguística voltada para questões estruturais não seria capaz de compreender os

aspectos discursivos do texto, pois a ênfase de Saussure (1972) estava na relação existente entre os elementos no interior do sistema da língua, deixando de lado a relação que ocorre entre o enunciado e a realidade, bem como entre o enunciado e o locutor (BAKHTIN, 2003). Era preciso considerar as formas, bem como os tipos de interação verbal, compreendendo-as numa relação com as condições concretas em que são realizadas.

A linguística estuda apenas as relações entre os elementos no interior do sistema da língua, mas não as relações entre os enunciados e nem as relações dos enunciados com a realidade e com a pessoa falante (o autor). No tocante aos enunciados reais e aos falantes reais, o sistema da língua é de índole meramente potencial. O significado da palavra, uma vez que é estudado por via linguística (a semasiologia linguística), é definido apenas com o auxílio de outras palavras da mesma língua (ou de outra língua) e nas suas relações com elas; só no enunciado e através do enunciado tal significado chega à relação com o conceito ou imagem artística ou com a realidade concreta. Assim é a palavra como objeto da linguística (e não a palavra real como enunciado concreto ou parte deste, como parte e não meio) (BAKHTIN, 2003, p. 324).

Portanto,

Só o enunciado tem relação *imediate* com a realidade e com a pessoa viva (o sujeito). Na língua existem apenas as possibilidades potenciais (esquemas) dessas relações (formas pronominais, temporais, modais, recursos lexicais, etc.). Contudo, o enunciado não é determinado por sua relação apenas com o objeto e com o sujeito-autor falante (e por sua relação com a linguagem enquanto sistema de possibilidades potenciais, enquanto dado), mas imediatamente – e isso é o que mais importa para nós – com outros enunciados no âmbito de um dado campo da comunicação. Fora dessa relação ele não existe *em termos reais* (apenas como *texto*). Só o enunciado pode ser verdadeiro (ou não verdadeiro), correto (falso), belo, justo, etc (BAKHTIN, op. cit., p. 328).

Sobre isso, Barros (2011, p. 1) explica que o enunciado aproxima-se da concepção atual de texto. Para a pesquisadora, o “texto é considerado hoje tanto como objeto de significação, ou seja, como um “tecido” organizado e estruturado, quanto como objeto de comunicação, ou melhor, objeto de uma cultura” (op. cit., p. 1). O sentido, por sua vez, depende do contexto sócio-histórico.

Nessa perspectiva, Bakhtin pensa o texto como um conjunto, buscando deixar evidente sua visão contrária a modelos de análises que por algum motivo realizam um estudo parcial do texto. Sua visão da análise textual é do objeto como um todo. Daí, que aspectos do texto como a organização, interação verbal, o contexto ou o intertexto façam parte de suas apreciações.

Contrariando, portanto, teorias linguísticas de quando começou a apresentar seus posicionamentos (anos 20 do século passado), o autor russo entendia que “era preciso criar uma segunda disciplina para o estudo da linguagem enquanto prática social” (FARACO, 2009, p. 116). De certo modo, o pesquisador estava antecipando uma discussão que ganharia proporções bem maiores em nossos dias. Essa disciplina, ao lado da teoria linguística do início do século passado – não ignorando esta última e fazendo uso de seus resultados – poderia contribuir para o estudo da língua em sua totalidade, afirmava Bakhtin (2003).

A língua é um instrumento vivo, espaço em que seus constituintes constroem valores discursivos. Daí, o filósofo russo propor a existência de uma disciplina distinta da linguística, mas em constante correlação com ela, podendo os limites entre elas ser constantemente violados (BAKHTIN, 2003).

Com isso, teríamos de um lado uma disciplina linguística, trabalhando a análise do objeto denominado “sentença” (situação em que relações entre os constituintes são estabelecidas) e, de outro, o “enunciado” (espaço em que se estabelecem relações entre sujeitos). Porém, o que se destaca, na visão bakhtiniana, é o estudo deste último, É preciso, portanto, estudar a linguagem, considerando que a língua em sua totalidade concreta e viva não está o bastante recortada para permitir a delimitação de uma ciência, nem mesmo um método para abordar um conteúdo enunciativo.

Compreender as formas como os sentidos são produzidos, assim como a significação e os vários caminhos para provocar o novo no funcionamento discursivo da língua foram para Bakhtin motivações que o impulsionaram

na direção de uma estética da linguagem que, mesmo tendo nos estudos a respeito de Rabelais e Dostoievski um elevado grau de sistematização, e tendo no gênero romance o ápice da elaboração do discurso cotidiano, contribuindo, portanto, para uma nova perspectiva a respeito da linguagem humana e de seus estudos (BRAIT, 1997, p. 91).

Pensar linguagem a partir de Bakhtin é, certamente, se defrontar com dificuldades para firmar conceitos como *sentido* e *significação*. Isso porque a esses termos podem ser atribuídas diversas abordagens, considerando que o autor russo se apresenta “diante do mundo e particularmente diante da linguagem uma postura que articula estética, ética, diferentes pressupostos teóricos” (op. cit., p. 92). Essa

postura contribui para que suas ideias sobre o sentido não fiquem restritas a visões de ordem linguística ou linguístico-literária.

Como explica Castro (1997, p. 129), “trabalhar a integridade concreta e vida da língua e os aspectos da vida concreta do discurso” revela o caráter dialógico do objeto da metalinguística. A partir disso, podemos pensar que aquilo que se apresenta enquanto uma informação, um novo dado, não deve ser pensado tão somente a partir de um enfoque que trabalhe questões voltadas aos elementos linguísticos constituintes e, quando muito, da sintaxe desses elementos ao longo do texto. É preciso um olhar mais crítico para o texto, visto que os modos de dizer são, sem dúvida alguma, relevantes para os interesses dos sujeitos enunciadorees.

O que se diz não está em maior parte no texto, mas fora dele. Logo, não seremos capazes de construir um cálculo satisfatório sobre o que lemos ou ouvimos se não observarmos possíveis aspectos dialógicos nos textos com os quais temos contato diariamente. Portanto, ao propor um estudo sobre a linguagem utilizada em um objeto textual, poderemos perceber um bom número de marcas enunciativas que contribuem para a construção dos sentidos do texto.

É certo que o alcance dos objetivos traçados pelos enunciadorees depende da linguagem empregada. Esta, como afirma Bakhtin (2003), não importa se tratada como língua ou como discurso, sempre será dialógica. Não reconhecer isso, segundo ele, significa apagar a conexão existente entre a linguagem e a vida.

De outro modo, então, não poderia ser. Pelo fato de ser dialógica, a linguagem é construída no embate de vozes que o ocorre ao longo da enunciação. E, sem a pretensão de ser recorrente, nada é inédito em nossa fala, em nossos textos, sejam os mais simplórios e corriqueiros dos quais nos valem nas relações cotidianas, ou aqueles utilizados em situações específicas, carecendo de um mais apurado engenho. Logo, nossos textos são construídos no cruzamento de outras vozes, sendo, portanto, polifônicos.

Como é sabido, as relações dialógicas que, segundo Bakhtin, definem o acontecimento da linguagem, são relações de sentido que se estabelecem entre enunciados produzidos na interação verbal. Neste sentido, o conceito de dialogismo se sustenta na noção de **vozes** que se enfrentam em um mesmo enunciado e que representam os diferentes elementos históricos, sociais e linguísticos que atravessam a enunciação (ZOPPI-FONTANA, 1997, p. 118). (os grifos são da autora)

Assim, podemos pensar que as vozes em uma enunciação serão sempre vozes sociais, revelando as consciências valorativas que possibilitam a compreensão de um enunciado. E, recorrendo novamente a Bakhtin (2003), o ato de compreensão é dialógico. Segundo ele, ao enunciarmos, devemos ter em mente que a relação com a coisa referida (na sua pura materialidade) não pode ser dialógica, mas o sentido, sim, este é sempre dialógico. Daí, portanto, o caráter dialógico daquilo que enunciamos, considerando que a compreensão de nossos enunciados será possível, graças a escolhas de recursos linguageiros que contribuam para isso. Esses recursos, por sua vez, (uma palavra, uma expressão, uma máxima, uma citação etc) escolhidos por alguém poderão, portanto, estar em outras vozes, em outros discursos não ligados diretamente àquilo que em dado momento se enuncia.

Um exemplo disso ocorre na capa de *Veja*, edição 2473. Vejamos:



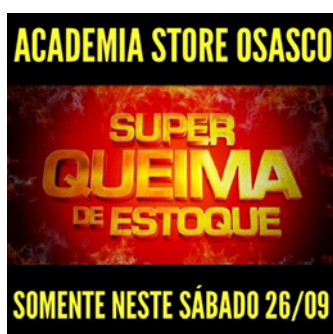
ATENÇÃO, DEPUTADOS!
Só os senhores, com seu voto e sua consciência, podem acabar com essa farra.

Na parte central da capa, em legras garrafais, com cores quentes (vermelho e amarelo) sugerindo rápidas reações, a escolha foi pela apresentação do enunciado “LIQUIDAÇÃO – SUPERQUEIMA DE CARGOS – CORRA! ÚLTIMOS

MINISTÉRIOS”. O texto serviu para fazer menção à política da presidente Dilma Rousseff na negociação com partidos políticos na formação da equipe ministerial de seu governo. Trata-se, portanto, de um enunciado que faz referência a um conteúdo de cunho político.

Ocorre, entretanto, que alguns termos e expressões como “liquidação”, “superqueima de estoque” e “queima total”, associados a cores como vermelho e amarelo, são característicos na formação discursiva de vários textos da esfera publicitária. Mesmo não sendo comum em enunciados que fazem menção à esfera política, tal seleção vocabular parece ter sido a solução encontrada pelos enunciadores de *Veja* para produzirem os sentidos na capa. Assim, a formação enunciativa escolhida pela revista é de caráter polifônico, dialogando com outras construções de um campo distinto ao político, a publicidade.

Fiorin (1999, p. 32) explica que “a interdiscursividade é o processo em que se incorporam percursos temáticos e/ou percursos figurativos, temas e/ou figuras de um discurso em outro”. É, portanto, o que podemos observar na construção da referida capa de *Veja*. Fazendo uma ironia à formação ministerial do governo de Dilma Rousseff, como podemos observar no trecho “CORRA! ÚLTIMOS MINISTÉRIOS”, numa alusão aos deputados (conf. tarja preta na parte inferior direita da capa, a revista se valeu de elementos utilizados na formação discursiva de textos publicitários ofertantes de rápidas promoções, popularmente chamadas de “promoções-relâmpagos”, “queima de estoque” e, muitas vezes, “liquidação”, como nos anúncios a seguir):



Ancorados na ideia bakhtiniana de dialogismo e de polifonia, podemos dizer que um enunciado jamais é totalmente original. Assim, no diálogo entre diferentes discursos, a ocorrência da interdiscursividade. Observando, portanto, a construção

da edição 2473 de *Veja*, não parece haver dúvida de que a ideia de interdiscurso é fundamental para os efeitos de sentidos numa formação discursiva.

Qualquer que seja o discurso, ele define sua identidade em relação ao outro. Em outras palavras, o discurso apresenta uma heterogeneidade constitutiva e,

mesmo na ausência de qualquer marca de heterogeneidade mostrada, toda unidade de sentido, de qualquer tipo que seja, pode ser inscrita numa relação essencial com uma outra, a do ou dos discursos em relação às quais o discurso de que ela depende define sua identidade. Com efeito, desde que as articulações são instituídas nessa relação interdiscursiva, toda unidade que se desenvolver de conformidade com elas achar-se-á *ipso facto* na mesma situação. **Um enunciado de uma formação discursiva pode então ser lido pelo “direito” e pelo “avesso”: num lado ele significa sua pertença a seu próprio discurso, no outro ele marca a diferença constitutiva que o separa de um ou vários discursos** (MAINGUENEAU, 1997, p. 120).
(o grifo é meu)

Sendo isso possível, podemos pensar pela teoria bakhtiniana que a escolha das palavras não ocorre de modo dicionarizado, mas no contexto da vida, sendo os julgamentos de valor aqueles que determinarão a escolha de palavras pelos usuários de uma língua. Em tal contexto, as palavras são embebidas e carregam-se de julgamentos de valor. Assim, “o enunciado concreto, e não a abstração linguística, nasce, vive e morre na interação social entre os participantes de um enunciado” (BRAIT, 2011, p. 21).

Três elementos, portanto, se destacam na interação: o falante, o tópico e o ouvinte. Esses são componentes que fazem parte da constituição do discurso. Para Brait (op. cit, p. 21),

o ouvinte é definido como aquele que o falante leva em conta, aquele a quem o discurso é orientado e que intrinsecamente determina a estrutura do discurso. [...] Bakhtin analisa também o grau de proximidade recíproca existente entre os três componentes do discurso, afirmando que a inter-relação entre o falante e o tópico nunca é realmente uma relação íntima de dois, mas o tempo todo leva em conta o terceiro participante – o ouvinte –, que exerce influência crucial, portanto, sobre todos os fatores do discurso.

Se pensarmos, portanto, em uma capa de revista, seremos levados a uma reflexão, caso queiramos fazer uma análise, a fim de compreender a construção dos enunciados verbais, assim como da escolha de constituintes não verbais, como a seleção cromática, tamanho de letras e imagens associadas à proposta da publicação. Desse modo, fazendo uma analogia, teremos de um lado a instância de produção midiática, conforme o que ensina Charaudeau (2013); de outro, seu

público-leitor e o conteúdo temático, este último fazendo referência à principal matéria da edição.

Essa preocupação de Bakhtin inicia-se já na segunda década do século passado. Em sua célebre obra *Discurso na Vida e Discurso na Arte*, o pesquisador russo oferece uma reflexão a partir do texto conversacional, tratando-o como coprodução discursiva que envolve os participantes do ato, bem como o envolvimento desses elementos com o tópico da conversação. Hoje, essa contribuição de Bakhtin gera interesses por diferentes novas pesquisas que tomam situações concretas de interação social como motivos para esses estudos. Todo enunciado é resultado de uma interação, é dialógico, é necessariamente decorrência de múltiplas vozes.

Em relação à polifonia, é a partir do texto literário que Bakhtin apresentará uma reflexão a respeito. Como afirma Brait (2011, p. 22),

por Bakhtin conceber a literatura como um tipo especial de linguagem que nos permite ver as coisas que estão obscurecidas em outros tipos de discursos, acreditando mesmo que que o romance, por exemplo, funciona como um órgão de recepção, **é através do literário que ele vai apreender o conceito de vozes e instituí-lo como princípio arquitetônico da prosa romanesca**. Entretanto, não é somente na obra *Problemas da Poética de Dostoiévski* que ele vai enfrentar essa questão. Na primeira metade dos anos 20, Bakhtin redigiu um trabalho que foi encontrado incompleto em seus arquivos, mas que mais tarde foi publicado com o título “Autor e Personagem na Atividade Estética”, em que, da mesma maneira que no livro sobre Dostoiévski, totalidade última está definida como um acontecimento de interação de consciências. Aí também, **as relações entre o autor, o herói e o acontecimento estético anunciam categorias dialógicas reiteradas e redefinidas na continuidade de seus trabalhos**. (os grifos são meus)

Vale ressaltar que, para o estudioso russo, não é possível religar sentido e vida sem a fala. Um passa necessariamente pelo outro, de modo dialógico, incorporando e representando os discursos que fazem parte da malha de outros textos, na linha de outras vozes. Essa observação, no entanto, não se restringirá tão somente aos textos literários, considerando que, em análises sobre o discurso, Bakhtin (2002) alerta que, antes de adentrarmos nas questões da representação literária do discurso de outrem, orientado sobre a imagem da linguagem, precisamos abordar o significado do tema do sujeito que fala e sua palavra dentro da esfera extraliterária da vida e da ideologia. É, sem dúvida, sobre o discurso da vida, dos acontecimentos cotidianos que o semioticista pretende voltar suas observações.

Se, portanto, no tratamento do discurso literário o autor russo indaga até que ponto, na literatura, são possíveis os enunciados puros, univocais, em seguida, parece responder ao caracterizar o escritor como dramaturgo, levando em conta que o discurso se mostra continuamente distribuído entre vozes, inclusive a imagem do autor (BAKHTIN, 1976). Em outros termos, o escritor age como sujeito apto a utilizar a língua, estando fora dela, um indivíduo que detém a habilidade da fala indireta.

Trazendo essas observações para o plano de outros modelos textuais, Brait (2011, p. 24) explica que

o fenômeno da bivocalização é muito constante e primário da comunicação discursiva comum e mesmo nas discussões científicas e nos debates ideológicos. **Na fala cotidiana, por exemplo, quando é necessário expressar uma atitude diante de uma determinada maneira de falar, um dos recursos utilizados é a entonação, que possibilita a ironia, admiração indignada etc.** Mas ele observa também que esse tipo de bivocalismo tem um caráter pouco generalizante, pois **muitas vezes a reprodução das palavras do interlocutor com determinada reacentuação é algo muito pessoal.** (os grifos são meus)

Logo, os sentidos estão distribuídos entre diferentes vozes. Sobre isso, Bakhtin (2003, p. 327) explica que

a confiança na palavra do outro, a aceitação reverente (a palavra autoritária), o aprendizado, as buscas e a obrigação do sentido abissal, a *concordância*, suas eternas fronteiras e matizes (mas não limitações lógicas nem ressalvas meramente objetais), sobreposições do sentido sobre o sentido, da voz sobre a voz (um corredor de vozes), a compreensão que completa, a saída para além dos limites do compreensível, etc. Essas relações específicas não podem ser reduzidas nem a relações meramente lógicas nem meramente objetais. Aqui se encontram posições *integrais*, pessoas integrais (o indivíduo não exige uma revelação intensiva, ela pode manifestar-se em um som único, em uma palavra única), precisamente as vozes.

Polifonia e Dialogismo se confundem nesse processo de interação em que os sentidos são construídos. Se, nessa construção, diferentes vozes se cruzam, cada uma adequando os enunciados segundo seus interesses discursivos, isso é possível porque a relação com o sentido é sempre dialógica, como também o ato de compreensão, ressalta Bakhtin (op. cit). Assim, compreender um enunciado requer a participação de um terceiro sujeito que, segundo Brait (2011), penetra o enunciado na medida em que a compreensão é um momento constitutivo do enunciado, do sistema dialógico exigido por ele.

Para o teórico russo, um enunciado concreto é um elo na cadeia da comunicação verbal de uma dada esfera. Isso porque as fronteiras desse enunciado determinam-se pela alternância dos sujeitos nele envolvidos, considerando que os enunciados não podem ser vistos como indiferentes uns em relação aos outros, tampouco autossuficientes. Os enunciadores sempre estarão associados entre si, refletindo-se de modo mútuo, repleto de ecos e um número de lembranças de outros enunciados, assim como constituídos de reações ou respostas a outros enunciados, ou seja, para ele,

enunciados plenos e palavras isoladas podem conservar a sua expressão alheia mas não podem ser reacentuados (em termos de ironia, de indignação, reverência, etc.); os enunciados dos outros podem se recontados com um grau de reassimilação; podemos simplesmente nos basear neles como um interlocutor bem conhecido, podemos pressupô-los em silêncio, a atitude responsiva pode refletir-se somente na expressão do próprio discurso – na seleção de recursos linguísticos e entonações, determinada não pelo objeto do próprio discurso mas pelo enunciado do outro sobre o mesmo objeto (BAKHTIN, 2003, p. 297).

Por fim, nesse jogo de experiências, cabe ao sujeito dialogar com um conjunto de vozes, moldando a ideia sobre o objeto, levando-nos a pensar que o sentido não estará nas formas linguísticas, mas em um leque contextual de relações que o signo poderá estar ou ser associado. Não será, portanto, o simples falar ou pensar que fará dele um sujeito. Devem ser ressaltados o *como* e o *a partir de que constituintes* essas atividades podem e são realizadas pelo sujeito, de modo que se o conhecimento ou, de outro modo, caso os sentidos construídos não surjam naturalmente nos indivíduos, eles serão (re)construídos por meio de suas experiências com o social, de um diálogo com outros contextos de produção de sentidos.

Pensar, portanto, que os enunciados surgem no interior deles mesmos representa um grande equívoco. Nem mesmo os sujeitos que fazem uso deles agem como fontes primárias do que oferecem como enunciados. Ainda que eles possam ser pensados como únicos em quaisquer situações, serão sempre distintos, considerando que sempre estarão fazendo referência a um conjunto de outros enunciados outrora utilizados, conquanto tenham sido utilizados em diferentes circunstâncias.

Os enunciados são sempre dialógicos. Se assim são, estão sujeitos a um número de embates de diferentes vozes, ainda que de mesmo campo discursivo. É,

portanto, em razão disso que podemos pensar que o que inicialmente vemos do texto é muito pouco.

O texto é como um iceberg (KOCH, 2003, p. 18). O que a partir de uma leitura primária podemos perceber é tão somente sua ponta, enquanto que a maior parte está a ser descoberta. Há, sem dúvida alguma, muito a ser estudado além dos elementos linguísticos que constituem um texto. Daí, portanto, nesta tese o interesse pelos aspectos discursivos do texto, pelo número possível de vozes associadas à construção dos enunciados, considerando que a compreensão de cada uma das capas escolhidas para análise seja possível a partir de possíveis diálogos com outros textos, sejam eles mais próximos do cotidiano ou não.

6 MODELOS DE ANÁLISE

Proceder à análise de um texto requer uma atenção ainda maior quando estamos diante de um *corpus* composto por um conjunto de publicações que retratam discursivamente visões acerca de acontecimentos sociais. São capas de diferentes revistas – uma grande parte, vale ressaltar, da mais vendida no Brasil, a *Veja* – que podem nos levar a compreender como, para alcançar os sentidos pretendidos, seus enunciadores se valem dos recursos de dialogismo e polifonia. Assim, penso que a compreensão delas deve passar pelos caminhos não somente de um procedimento de análise, mas corroborando com a Análise de Discurso, outros instrumentos podem contribuir para essa empreitada.

A construção de uma capa não retrata tão somente o que tenha ocorrido nas diferentes esferas sociais. Penso que as capas escolhidas para a composição do *corpus* podem revelar visões de seus enunciadores sobre acontecimentos sociais. Assim, a observação dessas capas pode revelar como, discursivamente, seus produtores pretendem que façamos nossas leituras, ou seja, sinalizando procedimentos e caminhos que permitam adotarmos posturas ideológicas idênticas às suas; afinal, a saúde financeira dessas organizações midiáticas depende da conquista de um público-leitor fiel, considerando que publicações de um mesmo acontecimento em diferentes capas poderá gerar um número plural de interpretações.

Orlandi (2010, p. 10) alerta que

paralelamente, se, de um lado, há imprevisibilidade na relação do sujeito com o sentido, da linguagem com o mundo, toda formação social, no entanto, tem formas de controle de interpretação, que são historicamente determinadas: há modos de se interpretar, não é todo mundo que pode interpretar de acordo com sua vontade, há especialistas, há um corpo social a quem se delegam poderes de interpretar (logo de “atribuir” sentidos), tais como o juiz, o professor, o advogado, o padre, etc.

Sendo, portanto, os sentidos administrados, não soltos, somos levados a interpretar. Alguns métodos, uns com maior, enquanto outros com menor aplicabilidade em cada caso, podem muito contribuir para isso. Entendo que, de posse de um *corpus* como o que foi escolhido para esta tese, a compreensão dos sentidos ali presente poderá ocorrer a partir dos recursos oferecidos pela Semiótica,

pela Linguística Textual, assim como pela Análise do Discurso, esta última a partir de uma perspectiva semiolinguística do texto, conforme o que ensina Charaudeau (1996). Afinal, para a construção desses textos, seus enunciadores se valeram de recursos tanto da esfera linguística, como expedientes extralinguísticos.

6.1 Por que a Semiótica?

Uma abordagem sobre uma teoria geral dos signos nos leva necessariamente ao que propõe, no início do Século XX, F. Saussure. Em seu *Curso de Linguística Geral*, adverte que, para certas pessoas, a língua, reduzida a seu princípio essencial, é uma nomenclatura, ou seja, uma listagem de termos que correspondem a outras coisas. Considera, portanto, que o laço que une o significante ao significado é arbitrário. Assim, se considerarmos o signo como o total resultante da associação de um significante com um significado, poderemos pensar que **o signo linguístico é arbitrário**.

A partir dessa observação, vejo como oportuno mais uma vez a recorrência ao conto *Marcelo, marmelo, martelo*, de Ruth Rocha, citado no Capítulo 2. Uma reflexão do que oferece a autora nos permite considerar não somente que exista uma natureza arbitrária e convencional do signo linguístico. Saussure nos leva a crer que essa arbitrariedade é relativa, considerando que o sistema linguístico autoriza combinações de signos, possibilitando a formação de novos signos, gerados a partir da própria combinação, isto é, não mais arbitrários.

Se, para o linguista genebrino, o signo linguístico é arbitrário, a ideia de uma palavra não está ligada por relação alguma interior a sua sequência de sons. É, por exemplo, o que ocorre com os sons /m/ /a/ /r/, que servem de significante para a palavra “mar”. Para Saussure (1972, p. 81-82),

poderia ser representada igualmente bem por outra sequência, não importa qual; como prova, temos as diferenças entre as línguas e a própria existência de línguas diferentes: o significado da palavra francesa *boeuf* (“boi”) tem por significante *b-ö-f* de uma da fronteira franco-germânica, e *o-k-s* (*Ochs*) do outro. (grifos do autor)

Não nos cabem, portanto, criações aleatórias de novos significantes, tampouco novos significados. Saussure, inclusive, adverte que a palavra *arbitrário* requer também uma observação. Para ele, não se deve dar a ideia de que o significado dependa da livre escolha do que fala. O indivíduo, portanto, não está ao alcance de realizar qualquer troca num signo. Isso porque o significante é imotivado, ou seja, ele é arbitrário em relação ao significado, com o qual, vale ressaltar, não apresenta qualquer vínculo natural na realidade (SAUSSURE, op. cit, p. 83).

Por que, então, associar F. Saussure a uma necessidade do uso da Semiologia? Uma compreensão disso requer de nós uma observação sobre alguns caracteres da língua, por ele destacados. Assim, sobre a língua, observemos:

1^o Ela é um objeto bem definido no conjunto heteróclito dos fatos da linguagem. (...) Ela é parte social da linguagem, exterior ao indivíduo, que, por si só, não pode nem criá-la nem modificá-la; ela não existe senão em virtude duma espécie de contrato estabelecido entre os membros da comunidade [...].

2^o A língua, distinta da fala, é um objeto que se pode estudar separadamente. [...]

3^o Enquanto a linguagem é heterogênea, a língua assim delimitada é de natureza homogênea: constitui-se num sistema de signos onde, de essencial, só existe a união do sentido e da imagem acústica, e onde as duas partes do signo são igualmente psíquicas.

4^o A língua, não menos que a fala, é um objeto de natureza concreta o que oferece grande vantagem para seu estudo. Os signos linguísticos, embora sendo essencialmente psíquicos, não são abstrações; as associações, ratificadas pelo consentimento coletivo e cujo conjunto constitui a língua, são realidades que têm sua sede no cérebro. [...] cada imagem acústica não passa [...] da soma dum número limitado de elementos ou fonemas suscetíveis, por sua vez, de ser serem evocados por um número correspondente de signos na escrita (SAUSSURE, op. cit., 1972, p. 23).

Essas características, afirma Saussure (op. cit, p.23), nos permitem descobrir outra mais relevante: diferentemente da linguagem, a língua, assim delimitada no conjunto dos fatos de linguagem, é classificável entre os seres humanos; logo, constitui uma instituição social que se diferencia por várias características das outras instituições políticas, jurídicas etc. Assim, para compreender sua natureza peculiar, necessária é uma intervenção de uma nova ordem de fatos.

Nesse sentido, diferente não poderia ser: “a língua é um sistema de signos que exprimem ideias, e é comparável, por isso, à escrita, ao alfabeto do surdos-mudos, aos ritos simbólicos, às formas de polidez, aos sinais militares etc., etc.” (SAUSSURE, op. cit., p. 24). Desses sistemas, ela é o principal.

Diante disso, o linguista genebrino destaca uma necessidade: a apresentação de uma ciência que estude a vida dos signos no seio da vida social. Tal ciência deveria envolver um conjunto de linguagens, códigos, sinais etc, ou seja, compreender todos os sistemas de signos. Isso porque, segundo ele, “o problema linguístico é, antes de tudo, semiológico, e que todos os nossos desenvolvimentos emprestam significação a este fato importante” (op. cit., p. 25).

Desta vez, recorro a Santaella (2012, p. 14), no sentido de que

tão natural e evidente, tão profundamente integrado ao nosso próprio ser é o uso da língua que falamos, e da qual fazemos uso para escrever – língua nativa, materna ou pátria, como costuma ser chamada –, que tendemos a nos desperceber de que essa não é a única e exclusiva forma de linguagem que somos capazes de produzir, criar, reproduzir, transformar e consumir, ou seja, ver-ouvir-ler para que possamos nos comunicar uns com os outros.

Saussure encerra esta parte, destacando que o conhecimento real da verdadeira natureza da língua somente será possível se considerarmos os ritos, os costumes etc. como signos. Se assim for, esses fatos despontarão sob outro foco. Logo, a necessidade de agrupá-los em um modelo de análise que contribua para a identificação dos significados presentes em um texto.

Vale lembrar que, paralelamente a essa observação saussuriana, outros estudos também já apontavam para a necessidade de uma ciência para investigações de caráter geral sobre os signos. Assim como Saussure, na Europa, outros pesquisadores também investiram seus esforços no estudo e compreensão da produção de sentidos. Viesse-loski e Potiebniá, filósofos da extinta União Soviética, bem como Peirce, nos Estados Unidos, são nomes que trataram do tema com certa relevância. Contudo, mesmo considerando a importância de cada uma dessas linhas teóricas, não pretendo investir aqui numa fecunda discussão sobre cada uma delas, apontando aspectos que façam delas semelhantes ou distintas. O que pretendo é pensar como, por meio da linguagem, os sentidos são de modo dialógico e polifônico construídos, valendo-me do material coletado para esta pesquisa.

Historicamente, essa preocupação por uma teoria geral dos signos se deve ao fato de que

após o século XX (pós-revolução industrial), as invenções de máquinas capazes de produzir, armazenar e difundir linguagens (a fotografia, o cinema, os meios de impressão gráfica, o rádio, a TV, as fitas magnéticas etc.) povoaram nosso cotidiano com mensagens e informações que nos espreitam e nos esperam. Para termos uma ideia

das transmutações que estão se operando no mundo da linguagem, basta lembrar que, ao simples apertar de botões, imagens, sons, palavras (a novela das 8, um jogo de futebol, um debate político...) invadem nossa casa e a ela chegam mais ou menos do mesmo modo que chegam a água, o gás ou a luz (SANTAELLA, 2012, p. 17). (o grifo é meu)

Esse crescimento das linguagens e códigos, assim como dos meios de reprodução e transmissão de informações e novas mensagens, fenômeno iniciado a partir da Revolução Industrial, contribuiu de certo modo para uma a construção de uma “consciência semiótica”. É, portanto, evidente a necessidade de uma ciência capaz de abarcar um número plural de manifestações das diferentes linguagens que deparamos em nossas práticas sociais. A esse respeito, Santaella (op. cit., p. 18) alerta que “de todas as aparências sensíveis, o homem – na sua inquieta indagação para a compreensão dos fenômenos – desvela significações”.

Se o mundo é o terreno das linguagens, bem como nós estamos na linguagem, necessária é uma “ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de todo e qualquer fenômeno de produção de significação de sentido” (SANTAELLA, op. cit., p. 19). De outro modo, podemos dizer que, sem a linguagem, impossível é a vida, ou, como afirma a autora, “a vida é uma espécie de linguagem” (op., cit., p. 20).

Penso que as capas de revistas escolhidas para este estudo evidenciam uma matéria no conjunto dos tópicos jornalísticos veiculados em cada edição. É evidente o destaque para uma delas, mas, observando uma capa em toda sua extensão, teremos a oportunidade de, mesmo que parcialmente, observar uma tentativa de construção de nossa consciência política. Com auxílio de diferentes signos (palavras, imagens, cores etc), seus editores buscam oferecer elementos para a produção de sentidos, segundo seus interesses, ou seja, sua visão sobre os fatos publicados.

Penso, portanto, que a compreensão desses signos depende, ao lado de outros recursos como os oferecidos pela Linguística Textual e pela Análise do Discurso, de uma ciência também de vasta abrangência. Daí, a Semiótica. Isso porque diferentemente não poderia ser nesta pesquisa: o que se pretende afirmar com auxílio da descrição e análise do *corpus* desta pesquisa é sua construção como linguagem.

6.1.1 A Semiótica de Peirce

Filósofo, lógico e matemático norte-americano, Charles Sanders Peirce foi o primeiro a tentar uma sistematização de cunho científico do estudo dos signos. No início do século XX, apresentou as bases de sua semiótica, com a obra “*Logic as Semiotic: The Theory of Signs*”, resultado da reunião de um composto de artigos escritos entre os anos de 1893 e 1910. Na busca por uma construção de uma teoria geral dos signos, Peirce se dedicou a estudos ligados a diferentes áreas do conhecimento.

Dedicou-se ainda à Física e à Astronomia, além de contribuir no campo da Geodésia, da Metrologia Espectroscopia, da Biologia e da Geologia. Contudo, não se limitou a um único campo científico. Dedicando-se à Linguística, Filologia, História, Psicologia, além de ter realizado estudos em Arquitetura, sua obra é resultado de um “mosaico de conhecimentos”. Cumpre ressaltar que sua teoria sobre os signos é resultado de seu empenho no estudo da lógica, originando assim uma teoria com característica marcante, um estudo lógico dos signos. Grande é a listagem de áreas de conhecimento nas quais se empenhou; todavia, a divulgação de seus estudos não foi um fato, considerando o modesto reconhecimento acadêmico desse pesquisador norte-americano.

Para Santaella (op. cit., p. 85), a semiótica peirceana, concebida como lógica, não se confunde com uma ciência aplicada. O empenho de Peirce era o de configurar conceitos de signos tão gerais que pudessem servir de base para qualquer ciência aplicada. Isso não significa que tal teoria tomaria o lugar das outras ciências. A Semiótica serviria para prover a elas fundações lógicas para suas construções, considerando serem também linguagens. Logo, encontrar conceitos simples aplicáveis a qualquer assunto era visto por ele como sendo a primeira tarefa.

Considerando o que proponho nesta pesquisa, penso ser proveitoso valer-me de um suporte teórico capaz de oferecer elementos aplicáveis aos diferentes modelos textuais constituintes das capas selecionadas para análise. É certo que não serão poucos os signos ali utilizados para a produção de sentidos. Desse modo, a tarefa de apontar possíveis arranjos dialógicos e polifônicos no uso de um conjunto

de signos na construção desse material será possível, ao lado de outros modelos de análise, graças ao que propõe a Semiótica concebida por Peirce.

6.1.2 Peirce e a classificação dos signos

O que é um signo, afinal? Para Peirce, um signo, ou *representamen*, é algo que, sob certo aspecto ou de algum modo, representa alguma coisa para alguém (1975, p. 94). Dirigindo-se a alguém, produz na mente desse indivíduo um signo equivalente ou, até mesmo, um signo mais bem desenvolvido. Quando o signo é assim criado, o pesquisador norte-americano nomeia como *interpretante* do primeiro signo. Em síntese, o signo representa alguma coisa, seu objeto.

Mesmo sem ser o objeto o qual representa, o signo ocupa o espaço daquele. Outra característica importante é o fato de inserir o objeto no universo discursivo. São, portanto, os signos que se fazem presentes na interlocução. Portanto, no espaço das linguagens, os signos são as imagens apresentadas às mentes, em lugar dos objetos em nossas interações discursivas.

Peirce ressalta que a palavra Signo

será usada para denotar um Objeto perceptível, apenas imaginável ou mesmo insuscetível de ser imaginado em um determinado sentido – a **palavra “cabo”, que é um Signo, não é imaginável, pois não é essa palavra mesma que pode ser inscrita e quando pronunciada, mas é uma palavra quando significa** “posto da hierarquia militar”, ou quando significa “ponta de terra que entra pelo mar” e terceira quando se refere a “parte por onde se segura objeto ou instrumento” (op. cit., p. 95). (o grifo é meu)

Uma abordagem sobre signos requer inicialmente uma reflexão a partir de alguns autores que dedicaram um olhar mais fecundo sobre o tema. Morris (1976), por exemplo, pensa existir uma estreita relação entre os seres humanos e os signos, sendo os primeiros dependentes dos segundos e de seus sistemas. Para ele, não podemos pensar na mente humana dissociada do funcionamento de signos, ou seja, o agir da mente é possível a partir do auxílio de signos.

Entendendo que os signos apresentam uma natureza triádica, Peirce estabeleceu classificações triádicas para eles. Não pretendo, entretanto, entrar em qualquer tipo de detalhamento para as dez divisões triádicas pelo pesquisador.

Todavia, dentre essas tricotomias, três delas, as mais estudadas por Peirce, merecem aqui nossa atenção: a) **a relação do signo consigo mesmo**; b) **a relação do signo com seu objeto dinâmico**; c) **a relação do signo com seu interpretante**.

Quanto à primeira relação, **a relação do signo consigo mesmo**, Peirce explica que se trata de uma lei geral, ou seja, é uma mera qualidade do signo. Trata-se do potencial significativo do signo. Por sua vez, a relação do signo com seu objeto dinâmico diz respeito ao seu potencial de referência que pode criar com o objeto representado ou com um interpretante. E, por último, a terceira, a relação do signo com seu interpretante, podemos pensar se tratar do espaço das interpretações.

A partir dessa tricotomia, Peirce classifica os signos em outras três divisões. Para uma melhor visualização, recorro ao esquema oferecido por Santaella (2012, p. 97):

signo 1 ^o em si mesmo	signo 2 ^o com seu objeto	signo 3 ^o com seu interpretante
1 ^o quali-signo	Ícone	Rema
2 ^o sin-signo	Índice	Dicente
3 ^o legi-signo	Símbolo	Argumento

Para Peirce (op. cit., p. 100), o quali-signo é uma qualidade que é um signo, não podendo atuar como um signo enquanto não se corporificar; logo, é preciso de uma concretude para agir como signo. Trata-se da capacidade de sugerir que um signo possui, isto é, trazer para si o objeto ao qual faz referência. Sobre essa qualidade, fixemos nosso pensamento em uma bandeira branca. Ainda que culturalmente seja conhecida como símbolo da paz, ela não é propriamente a paz. Trata-se, portanto, da mera qualidade do signo, a de poder representar alguma coisa.

Quanto ao sin-signo, trata-se de uma coisa existente ou acontecimento real, isto é, ao signo. Vale ressaltar que a sílaba *sin* significa “uma única vez”, um sentido “singular”, “simples”. O sin-signo envolve vários quali-signos. A cor vermelha, por

exemplo, é o resultado dos quali-signos do vermelho, podendo representar uma proibição, um perigo, um alerta ou outras coisas/acontecimentos. Assim, se pensarmos na cor vermelha, ela será um sin-signo, será um signo de si mesma, somatório de todos quali-signos possíveis da cor.

Por sua vez, o legi-signo é uma lei que é um signo. Segundo Peirce (1975 p. 100-101),

tal lei é comumente estabelecida por homens. Todo signo convencional é um legi-signo (porém a recíproca não é verdadeira). Não é um objeto singular, mas um tipo geral que, há concordância a respeito, será significante. Todo legi-signo ganha significado por meio de um acaso de sua aplicação, que pode ser denominado *Réplica*. Assim, a palavra “o” comumente aparecerá de 15 a 25 vezes numa página. Em todas as ocorrências é uma a mesma palavra, o mesmo legi-signo. Cada ocorrência singular é uma Réplica. A Réplica é um sin-signo. (os grifos são do autor).

Agora, recorrendo à cor rosa, podemos perceber que, culturalmente, essa cor transmite delicadeza, sendo associada ao sexo feminino. Isso é uma convenção, é um legi-signo. Essa mesma convenção pode ser aplicada em relação à cor azul. Esta, em nossa sociedade, tem comumente sua ideia associada à seriedade, ligada ao sexo masculino. É, portanto, o que podemos observar nas duas capas seguintes de *Veja* (edições 2315 e 2199, respectivamente):



No que tange à segunda tricotomia, isto é, aquela que trata da **relação do signo com seu objeto dinâmico**, Peirce entende que os signos podem ser denominados **Ícone, Índice ou Símbolo**. Para o semioticista norte-americano,

um **Ícone** é um signo que se refere ao Objeto que denota simplesmente por força de caracteres próprios e que ele possuiria, da mesma forma, existisse ou não existisse um Objeto daquele tipo. [...] Qualquer coisa, seja uma realidade, um existente individual ou uma lei, será um Ícone de algo, na medida em que é semelhante a esse algo e usado como signo dele (PEIRCE, 1975, p. 101). (grifo meu)

Vale lembrar que o objeto do ícone é sempre uma simples possibilidade do efeito de impressão que ele está apto a produzir ao excitar nosso sentido, explica Santaella (2012, p. 99). Para melhor compreender essa possibilidade de signo, recorro à capa oferecida pela Veja, edição 2462, de 27.01.2016.



A escolha por um fundo acinzentado poderá nos levar a um número de interpretações. Inicialmente, pensemos na exclusão da parte verbal da capa, deixando tão somente o nome da revista, assim como outras informações (número de edição, preço etc). A ausência dos enunciados no centro da capa nos produziria

uma ideia vaga do que a imagem poderia estar representando. O conteúdo está associado a preocupações com fatos relacionados a alterações climáticas, aquecimento global ou quaisquer outras manifestações a respeito? Estariam seus produtores antecipando uma matéria de cunho apocalíptico? Certo é que, na função de ícone, a imagem tem um alto poder de sugestão.

Se considerarmos a presença da parte verbal, o que se destaca é o enunciado central, na cor preta. Uma primeira leitura, unindo a cor acinzentada (aparentando mau tempo, iminente tempestade) e o enunciado “A HORA DA VERDADE” poderá nos levar a uma nova lista, agora de possíveis “verdades” para as quais pode ter chegado a hora, isto é, o conhecimento do público.

À medida que novos determinantes são apresentados, a gama de possibilidades para o que propõe a capa diminui. Cada elemento, seja imagético ou verbal - valendo-me da capa – será um ícone, considerando que estará se referindo a algum objeto no mosaico textual que é uma capa de revista. Daí o ícone ser sempre uma possibilidade.

Por sua vez, o **índice** é um signo que está em relação de contiguidade com o próprio objeto significado, denotado. Uma fumaça que sai de algum lugar, o indicar de uma porta para alguém ou um telhado molhado, por exemplo, são signos indiciais. Ao ver uma fumaça, poderei deduzir haver fogo em lugar; a porta é indicada porque se encontra na direção apontada pelo dedo; e, por fim, se o telhado está molhado, isso poderá ser um índice que choveu.

Não é sem motivo que, costumeiramente, ouvimos alguém dizer: “Se a gasolina subiu, isso **indica** que outros preços também subirão”. Aliás, o índice também é, por Peirce, denominado **Indicador**. Segundo ele, um “Indicador é um signo que se refere ao Objeto que denota em razão de ver-se afetado por aquele Objeto” (PEIRCE, 1975, p. 101).

Quanto ao **Símbolo**,

é um signo que se refere ao Objeto que denota por força de uma lei, geralmente uma associação de ideias gerais que opera no sentido de levar o Símbolo a ser interpretado como se referindo àquele Objeto. É assim, ele próprio, um tipo ou lei geral, ou seja, é um Legi-signo (PEIRCE, op. cit., p. 102).

A palavra “cinza” – recorrendo mais uma vez à capa de Veja, edição 2462 – é um signo simbólico. Esse signo designa tão somente a qualidade “cinza”. O símbolo

é uma relação puramente convencional, não dependendo de modo algum da presença ou da ausência de uma semelhança. Sendo, pois, diferente do ícone (signo que depende de uma semelhança) e do índice (dependente de uma contiguidade física), o signo simbólico “deve conhecer sempre a regra e é só e exclusivamente em virtude desta regra que o símbolo pode-se tornar objeto de uma troca e de uma comunicação” (CARONTINI;PERAYA, 1979, p. 22).

Não parece haver dúvidas de que os símbolos precisam ser motivados para alcançarem os sentidos pretendidos. Consideremos, por exemplo, o caso dos signos da linguagem verbal, como é “o caso das onomatopeias que, conquanto sejam signos simbólicos, não deixam de ser parcialmente motivados” (op. cit., p. 22).

Pensando se ocorre ou não uma distinção entre esses três tipos de signos, recorro mais uma vez a Carontini & Peraya (op. cit, p. 22), no sentido de ressaltar que a diferença entre as três classes fundamentais de signos é tão somente de lugar na raiz de uma hierarquia completamente relativa. Segundo os pesquisadores, não é a ausência, tampouco a presença absoluta de semelhança ou de contiguidade, nem mesmo a rigorosa oposição entre o que depende do fato ou da convenção que fundamenta a tricotomia “Ícone-Índice-Símbolo”. Diferente disso, será o predomínio de um destes fatores sobre os outros que nos possibilitará pensar esses três tipos de signos separadamente.

Por último, na terceira tricotomia, naquela em que Peirce diz haver uma relação entre o signo e o interpretante, o autor apresenta novos tipos possíveis de signos: **Rema**, **Dicente** e **Argumento**. Para ele, o primeiro “é um Signo que, para seu Interpretante, é um Signo de Possibilidade qualitativa, ou seja, entendido como representante de tal espécie de Objeto possível”. (PEIRCE, 1975, p. 102).

Se pensarmos em uma palavra qualquer (“telhado”, por exemplo), ausente de um contexto sintático, será um rema. Isso porque esse tipo de signo corresponde ao que se denomina termo, ou seja, trata-se de um enunciado que não exige de nós uma confirmação se corresponde ou não a uma verdade. Portanto, qualquer rema “fornecerá, talvez, alguma informação; mas não é interpretado como destinado a fazê-lo” (PEIRCE, op. cit., p. 102).

O segundo, o **Dicente**, também denominado Dicisigno, é um signo que, para seu interpretante, possui uma existência concreta. Assim, à inserção da palavra “comida” em um enunciado como “A comida está gostosa” temos uma informação,

embora carecedora de uma averiguação, pois não sabemos se tratar de uma verdade. Logo, temos informações suficientes para uma comprovação.

As informações até então prestadas carecem de provas. Assim, caso o enunciado seja completado, poderemos ter uma confirmação da veracidade do fato. O enunciado “A comida está gostosa porque está bem temperada” oferece uma conclusão, isto é, justifica a afirmação. Há, portanto, um **argumento**.

A partir dessas três tricotomias de signos (a relação do signo consigo mesmo; a relação do signo com seu objeto dinâmico; a relação do signo com seu interpretante), Peirce estabeleceu dez classes de signos que dizem respeito às combinações de signos que são logicamente possíveis. Cumpre ressaltar que não tenho a pretensão de esmiuçá-las, tampouco citá-las. Até porque poderia me afastar do foco desta pesquisa.

Aliás, uma recorrência às três mais gerais, aqui apresentadas, ocorrerá quando necessário e possível for na análise do *corpus* desta pesquisa. Penso que uma observação dos signos no material coletado, segundo a visão peirceana, muito tem a contribuir para a interpretação que proponho. Assim, a observação do signo, objeto capaz de representar o mundo, bem como importante ingrediente nas interações discursivas, mostra-se como recurso para a compreensão de processos dialógicos e polifônicos na construção do gênero capa de revista.

6.2 Por que a Linguística Textual?

Também conhecida como Teoria do Texto, a Linguística Textual se apresenta como excelente recurso quando a discussão se volta para seu objeto de análise, o texto. Essa denominação remonta a Coseriu (1955), apesar de, somente em Weinrich (1966) ter sido utilizada com o sentido que hoje conhecemos.

Foi, portanto, na década de 1960, principalmente na Alemanha, que a ideia de uma ciência voltada para a estrutura e funcionamento do texto ganhou expressão. Tendo como objeto de investigação não mais a palavra ou a frase, a Linguística Textual ultrapassa esses limites, dando enfoque à linguagem, instrumento imprescindível para a interação social. Daí, a necessidade de investigar no contexto

as explicações para o que ocorre no interior da língua, levando em conta suas condições de uso.

Para Koch (1997, p. 70-71), os trabalhos de Weinrich

objetivaram a construção de uma macrossintaxe do discurso, com base no tratamento textual de categorias gramaticais como, por exemplo, os artigos e os tempos verbais. Postula como método heurístico o da "partitura textual" que consiste em unir a análise por tipo de palavras a e estrutura do texto num nó modelo, como se se tratasse de "uma partitura musical a duas vozes". Como estruturalista, define o texto como uma sequência linear de lexemas e morfemas que se condicionam reciprocamente e que, também reciprocamente, constituem o contexto. Isto é, o texto é uma "estrutura determinativa", um "andaime de determinações", em que tudo está necessariamente interligado. Assim sendo, para ele, toda linguística é necessariamente linguística de texto.

Esse modelo de análise desenvolveu-se a partir de um conjunto de falhas no tratamento da língua. Problemas como a referência, as relações entre sentenças não ligadas por meio de conjunções, a concordância dos tempos verbais, relação e ordenação entre os termos no interior dos enunciados e até mesmo a entonação não eram alvo das gramáticas que se voltavam para questões ligadas meramente à ordem da frase. Assim, fenômenos desse tipo só poderiam ser explicados se pensados a partir de uma ideia de texto ou a partir das situações de uso da língua

Trata-se o texto, portanto, como um produto que está para além de uma simplória sequência de frases. Nesse caso, tanto a compreensão como a produção de textos dependem de uma capacidade específica dos falantes, isto é, a competência textual, condição que lhes permite, entre outras possibilidades, proceder à distinção entre um texto coerente e um amontoado de palavras e/ou sentenças. Somado a isso, a construção de um texto a partir de um título, a produção de um resumo, ou mesmo o oferecimento de um título são situações somente possíveis ao que postula a Linguística Textual.

É certo, portanto, que essas e outras preocupações contribuem para a construção do sentido do texto. Koch (1996) ressalta que essa produção depende de como os indivíduos realizam seus arranjos linguísticos, ou seja, como os indivíduos se organizam linguisticamente. Essa organização depende de estratégias textualizadoras no encadeamento dos elementos linguísticos.

Desse modo, devemos pensar que a ideia de texto não se limita aos elementos linguísticos. Além disso, o texto depende de uma trama de elementos associados ao cotexto e ao contexto, condições que contribuirão para sua

transformação, tornando-o produto de comunicação entre os usuários da língua. A textualidade permitirá, portanto, a construção dos sentidos pretendidos para o texto, considerando seu caráter sociodiscursivo.

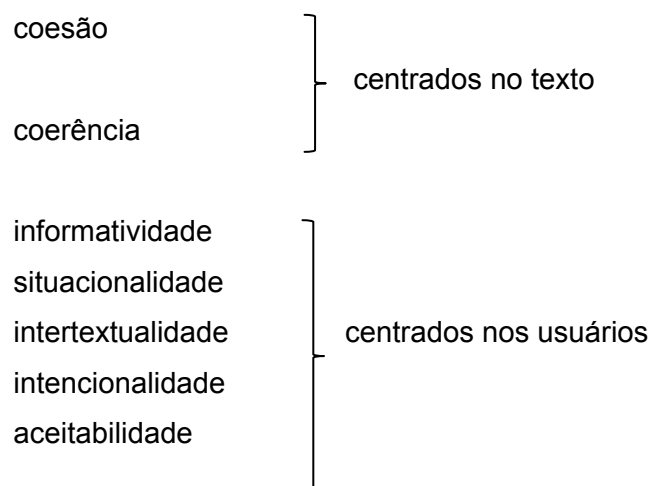
Considerando que todas as nossas manifestações verbais mediante a língua ocorrem como textos, e não como elementos linguísticos isolados (MARCUSCHI, 2008), podemos pensar que a comunicação não deve ser entendida como mera transmissão de saberes. Comunicar é uma ação intersubjetiva e, nessa ação, o discurso se materializa por meio das linguagens escolhidas para a construção dos sentidos de requeridos por seus enunciadores. Logo, em sua malha, os indivíduos se valem de uma gama de recursos linguísticos que não se limitam meramente a conexões entre palavras, frases e períodos, mas agem como carreadores dos mais variados sentidos, dependendo das intenções de uso.

Como afirma Koch (2003, p. 30) “o sentido não está no texto”, mas se “constrói a partir dele”. Assim, por pensarmos que os sentidos ali produzidos se concretizam por meio atividades discursivas socialmente estabilizadas que se prestam aos mais variados tipos de controle social e exercício de poder (MARCUSCHI, 2008), entendo que dispor de um modelo de análise que tem o texto como foco muito contribuirá para a compreensão das capas de revistas escolhidas para análise, bem como pensá-las como um gênero textual.

De que modo podemos configurar esse material como um texto? Para Halliday e Hasan (1976, p. 1-2), um texto é uma unidade de linguagem em uso. Nesse processo, cumpre uma função identificável num dado jogo de atuação sociocomunicativa (SCHMIDT, 1978, p. 163-187). Destaca-se que, em sua produção e recepção, um número de fatores pragmáticos exercem função relevante para a produção dos sentidos (WIDDOWSON, 1978).

Schmidt (op. cit., p. 60) ressalta que uma melhor compreensão de um texto dependerá de uma avaliação a partir de três aspectos. O primeiro deles, o pragmático, se refere ao seu funcionamento no que tange à informação e à comunicação. O segundo, o semântico-conceitual, diz respeito à sua coerência. E, por último, o formal, quando se trata de sua coesão.

Essas considerações nos direcionam para o que apontam dois outros grandes estudiosos do texto. Segundo Beaugrande & Dressler (1981), há sete padrões ou princípios de textualidade, como podemos observar adiante:



Como podemos notar, a *coesão* e a *coerência* devem ser entendidas como noções “*centradas no texto que designam operações dirigidas ao material textual*” (VAL, 2000, p. 7). De outro, os demais princípios de textualidade, concebidos como noções centradas nos usuários, ou seja, que têm a ver com a “*atividade de comunicação textual em geral, por parte tanto do produtor quanto do receptor*” (op. cit. p. 7).

Segundo Val (2000, p. 38), a *coesão*

é apresentada como o princípio que concerne aos modos como os componentes da superfície textual se conectam mutuamente, de sorte que *todas as funções que podem ser usadas para sinalizar relações entre os elementos da superfície se incluem na noção de coesão.* (grifos da autora)

Beaugrande & Dressler (1981), pensando esses recursos como sinalizadores (não “garantidores”) de conexão entre elementos textuais, levam em consideração a existência de ambiguidades potenciais nas inter-relações de superfície; assim, a *coesão* não se apresenta como decisiva por si só e uma comunicação eficiente depende da interação entre este e os demais princípios da textualidade.

Por sua vez, a *coerência* pode ser entendida a partir do modo como os elementos subjacentes à superfície textual vêm a construir, na mente dos interlocutores, uma configuração veiculadora de sentidos (KOCK, 2003). Pensar assim significa considerar que a *coerência* não é um mero traço dos textos, mas sim o resultado de processos cognitivos entre os usuários do texto (BEAUGRANDE; DRESSLER, 1981, p. 6-7), isto é, ela é construída por operações de inferência. Desta forma, um texto não tem sentido em si mesmo, mas faz sentido pela interação

entre os conhecimentos que apresenta e o conhecimento de mundo de seus usuários (VAL, 2000, p. 38). Koch (2003, p. 53) sinaliza que

a coerência não está *no* texto, é verdade também que ela deve ser construída *a partir dele*, levando-se, pois, em conta os recursos coesivos presentes na superfície textual, que funcionam como pistas ou chaves para orientar o interlocutor na construção do sentido. Para que se estabeleçam as relações adequadas entre tais elementos e o conhecimento de mundo (enciclopédico), o conhecimento socioculturalmente partilhado entre os interlocutores, e as práticas sociais postas em ação no curso da interação, torna-se necessário, na grande maioria dos casos, proceder a um cálculo, recorrendo-se a estratégias interpretativas, como as inferências e outras estratégias de negociações de sentido.

Se colocarmos lado a lado os princípios da *coerência* e da *coesão*, podemos pensar que, mesmo atuando diferentemente, na construção da textualidade os dois recursos se completam. Isso significa que a *coesão* tem relação com a *coerência* na medida em que é um dos fatores que permitem calculá-la e, embora do ponto de vista analítico seja interessante separá-las, distingui-las, cumpre não esquecer que são duas faces do mesmo fenômeno (KOCK; TRAVAGLIA, 2001, p. 45).

A *intencionalidade* e a *aceitabilidade* podem ser entendidas como recursos concernentes aos objetivos, às atitudes e às expectativas dos interlocutores. Considerando a *intencionalidade*, supomos que os textos apresentam um propósito e, segundo Val (2000), interpretamos o que os produtores poderiam pretender significar e conseguir com aquela disposição formal e semântica, ou seja, através desse princípio o produtor procura deixar as marcas do texto, os motivos que o levaram a produzi-lo.

Por sua vez, considerando o princípio da *aceitabilidade*, assumimos o que pretendemos com o objeto textual e o que nos dispomos a fazer para tomá-lo como texto (VAL, 2000). Isso significa que, se por um lado, quem constrói o texto é motivado por certas intenções, por outro, o alcance dessas intenções está intimamente ligado à aceitação por parte de seu receptor.

Valente (2011) lembra que o ser humano – por ser gregário – quer quase sempre agir sobre o outro, tentando convencê-lo ou tentando persuadi-lo. Isso nos leva a pensar que, no intuito de que um material seja considerado um texto merecedor da atenção de seu receptor, seu produtor não deve menosprezar os critérios de escolha e uso de diferentes recursos para que, inicialmente, consiga atrair a atenção do outro e, em seguida, convencê-lo de que seu aceite pode ser interessante. Para o produtor, sua intencionalidade é impulsionada por motivações,

mas, para o receptor de um objeto textual, os recursos utilizados na construção precisam ser atraentes, motivadores para sua aceitação.

Também não entendido como um aspecto do texto em si, o princípio da *informatividade* é avaliado de acordo com as expectativas e os conhecimentos dos receptores de um objeto textual. Para Beaugrande & Dressler (1981), esse princípio está ligado ao grau de novidade e previsibilidade, ou seja, quanto mais previsível, menor será a carga de informações que o material textual poderá oferecer a quem o receber. Isso porque pouco acrescentará às informações que o receptor já possuía antes de processar o recebimento.

Se, por um lado, o conteúdo de um texto for considerado muito previsível, revelando um menor nível de informação para o seu receptor, por outro quanto menor a sua previsibilidade, maior será o seu grau de informatividade. Val (2000, p. 39) lembra que

um determinado texto – um manual de Física, por exemplo – pode ser altamente informativo para um estudante de Ensino Médio e absolutamente banal para um cientista. Os usuários tenderiam a rejeitar tanto os textos que têm, para eles, informatividade alta demais, porque são muito difíceis (ou impossíveis) de serem entendidos, quanto aqueles que lhes parecem óbvios, porque pouco lhes acrescentam.

Isso quer dizer que um grau mediano de *informatividade* seria o mais confortável, porque permitiria ao leitor apoiar-se no conhecido para processar o novo. Assim, para apresentar a novidade, quem produz o texto deve avaliar se os elementos utilizados já são de conhecimento do leitor.

Entendemos, portanto, que o princípio da *informatividade* não deve ser pensado como uma característica absoluta nem inerente ao texto em si, mas como um fator a ser considerado em função de seus usuários e da situação em que o texto ocorre (VAL, 2000).

Nesse sentido, vale destacar outro princípio da textualidade: a *situacionalidade*. Este princípio é considerado relevante para a constituição da textualidade, isso porque é a partir das relações entre o texto e a sua situação de ocorrência que outros princípios (*coesão*, *coerência*, *informatividade*, *intencionalidade* e *aceitabilidade*) agem como facilitadores para possíveis interpretações por parte de seus leitores. Beaugrande e Dressler (1981) consideram que o sentido e o uso do texto são decididos via situação.

Segundo Val (2000, p. 39), esse conceito está longe de se resumir às circunstâncias empíricas em si, ele diz respeito à interpretação que os usuários fazem da situação a partir dos modelos de comunicação social que conhecem. Beaugrande e Dressler (1981) afirmam que não se trata de uma decisão estática, mas de uma atividade dinâmica, envolvendo monitoramento e gerenciamento contínuos da interação comunicativa, por parte do produtor e do receptor.

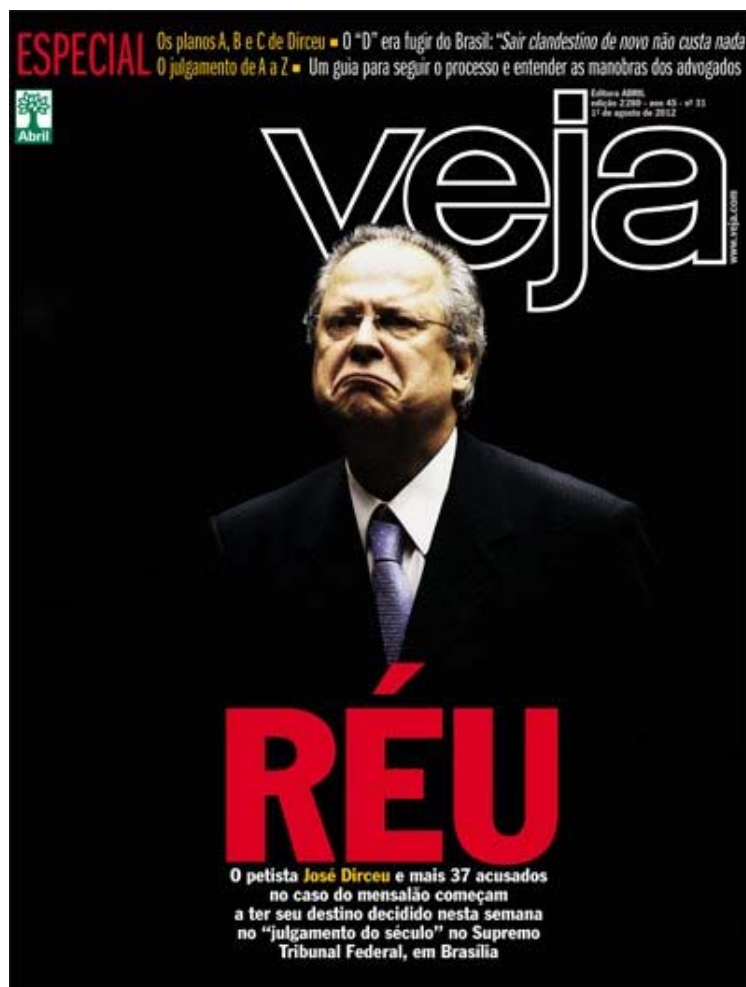
Quanto ao último princípio da textualidade, o da *intertextualidade*, Val (2000) afirma que pode ser entendido como concernente aos fatores que fazem a produção e a recepção de um texto depender do conhecimento de outros textos. Para Beaugrande & Dressler (1981), um desses fatores se justifica pela diversidade de tipos textuais, considerando que a construção e a avaliação da textualidade de um objeto textual se realizam conforme as relações que são estabelecidas entre esse texto e outros de mesma tipologia. Val (2000, p. 40) afirma que a

intertextualidade se coloca como condição prévia na produção e recepção de determinados tipos de textos, como os resumos, as paráfrases, as resenhas críticas. No entanto, segundo os autores, ela não se restringiria a esse caso, posto que constitui um fator decisivo no processamento de qualquer texto. Para eles, compreender e aceitar uma ocorrência linguística como texto é um processamento de resolução de problemas (superação e integração de discontinuidades e discrepâncias) que envolve os conhecimentos, crenças e ações explícitos e implícitos no material verbal e a interpretação que o receptor faz deles a partir de seus modelos prévios de mundo, de texto e de comunicação. Se se considerar que esses modelos prévios foram interiorizados pelo receptor a partir de outros textos com os quais interagiu, então se compreenderá que o processamento de um texto é basicamente o trabalho de relacioná-lo com outros textos, ou seja, é uma questão de *intertextualidade*. (os grifos são da autora)

E também entende que “*produzir e interpretar textos seriam processos de resolução de problemas em que os princípios reguladores teriam a função de contribuir para o inter-relacionamento dos sete princípios da textualidade*” (VAL, 2000, p. 41).

Daí podermos considerar os textos como formas específicas de manifestação da linguagem. Desse modo, a sustentação da ideia de uma linguística do texto se dá por sua capacidade de explicar fenômenos por vezes sem explicação por outros modelos de estudos linguísticos. Logo, afastando-se do que propunha a Linguística Estrutural, a linguística do texto está voltada para um estudo muito além da categorização de simples partículas de palavras ou de pequenas estruturas. E, mesmo que a palavra esteja aparentemente sozinha em alguma situação de uso, a

descoberta de seu contexto ampliará seu sentido, graças ao que propõe esse modelo de análise, de modo que o termo RÉU, conforme capa de *Veja*, edição 2280, de 01.08.2012, mais atraia o público para uma leitura do que o enunciado que o segue.



É evidente que o enunciado que acompanha a palavra em destaque é capaz de influenciar o público para a leitura da matéria. Todavia, entendo que o que mais atrai a atenção do leitor seja mesmo a inserção da palavra RÉU. Em letras garrafais, assim como em tom escarlata, buscando enfatizar ainda mais o termo, os enunciadore de *Veja* parecem ter a intenção de não deixar qualquer dúvida de que o petista José Dirceu seja réu, embora qualquer julgamento até o momento da edição tivesse sido realizado pelo Supremo Tribunal Federal.

Aliás, como podemos observar, o enunciado que segue, em letras pequenas, com predominância da cor branca, com destaque tão somente para o nome de José Dirceu na cor amarela, pode desfazer boa parte desse prévio julgamento. Todavia,

há de se considerar que uma primeira leitura da capa partirá do termo em destaque vermelho, cor inclusive da estrela constante da bandeira do Partido dos Trabalhadores. Por essa leitura inicial, *Veja* parece pretender antecipar a construção de um posicionamento crítico na consciência de seus leitores, segundo o que defende a revista.

Mais uma vez, recorro a Koch (1997) no sentido de pensar que, desde sua proposta, nas primeiras décadas da segunda metade do século XX, até hoje, a Linguística Textual tem cada vez mais servido de aporte para o estudo dos textos. Como afirma a autora,

de uma simples análise transfrástica, logo acompanhada das tentativas de elaboração de gramáticas textuais, passou a ter como centro de preocupação não apenas o texto em si, mas também todo o contexto - no sentido mais amplo do termo (situacional, sociocognitivo e cultural) - e a interferência deste na constituição, no funcionamento e, de modo especial, no processamento estratégico-interacional dos textos, vistos como a forma básica de interação por meio da linguagem (1997, p. 78).

Podemos perceber que as propostas da Linguística Textual elevam o texto a objeto de reflexão. É preciso pensar o texto com uma maior complexidade do que o que propunha principalmente a linha estruturalista da linguística. Para isso, ultrapassar as fronteiras da própria disciplina se apresenta como um fato inevitável, tendo em vista que tanto a produção quanto a compreensão de um texto ocorrem também a partir da contribuição de outras linhas teóricas, como destaca Koch (op. cit., p. 78):

... a Teoria ou Linguística do Texto vai intensificando o diálogo que já há muito vinha travando com as demais Ciências do Homem, por exemplo, com a Filosofia da Linguagem, a Psicologia Cognitiva e Social, a Sociologia Interpretativa, a Etnometodologia, a Etnografia da Fala e, mais recentemente, interação social por meio desse objeto multifacetado que é o texto - fruto de um processo extremamente complexo de produção de linguagem, que traz em seu bojo as marcas desse processo e, portanto, as pistas ou chaves para a sua decifração, no jogo de produção de sentidos.

Daí, portanto, a escolha pela Linguística Textual. Por entender que, na pesquisa proposta, é preciso um modelo de análise que tome o texto como objeto de estudo, é que ao lado de outras teorias, como a Análise de Discurso e a Semiótica, a Linguística Textual se apresenta como uma teoria com aspectos bem relevantes. Para isso, a recorrência ao que propõe um grupo de pesquisadores, como aqui mencionados, entre outros, deverá ser uma prática a fim de refletir como os sentidos

nos textos – escolhidos para a formação do corpus desta pesquisa – são construídos.

6.3 Por que a Análise de Discurso?

A compreensão de um conjunto de capas de revistas, como as escolhidas para esta tese, nos coloca diante de uma grande necessidade: observar como a linguagem ali utilizada permite a produção dos mais variados sentidos. Levando em conta que o valor simbólico sempre estará presente no uso da linguagem, também sempre estaremos comprometidos com os sentidos e o teor político. Portanto, por que não interpretar se isso é uma impossibilidade nas manifestações do sujeito com a linguagem?

Se não há sentido sem interpretação, é preciso pensar em um modelo de análise que nos leve a um nível de compreensão do texto que nos possibilite ir além do da informação. Para além dessa perspectiva, torna-se necessário um suporte teórico capaz de nos possibilitar compreender como os signos foram postos na arena discursiva de montagem do texto, considerando o propósito deste.

Guiraud (1999, p. 27) explica que “um signo é um estímulo – isto é, uma substância sensível – cuja imagem mental está associada no nosso espírito à de um outro estímulo que ele tem por função evocar”. É daí a necessidade de apresentar um modelo analítico que permita ao analista refletir sobre o que pode ser entendido em um primeiro nível de leitura, bem como sobre aquilo que está para além do que é imediatamente acessado pelo leitor.

Como produtores textuais,

não nos contentamos em ter ideias meramente por as ter, mas visamos delas dispor a fim de satisfazer nossas necessidades. Dentre estas destaquemos duas: a de conhecer e a de deliberar. Ambicionamos realizar ações no mundo, alcançar várias coisas que nos colocamos como objetivos. **E, para que possamos pretender obter tais coisas como resultado das nossas atividades, é preciso que saibamos identificar os meios eficazes para sua produção, e que conheçamos a maneira de produzi-los** (MOREIRA, 2005, p. 39). (o grifo é meu)

E, na função de pesquisadores, diante da necessidade de compreendermos os textos midiáticos com os quais temos contato cotidianamente e, levando em conta o

aspecto ideológico que cada um desses textos apresenta, vale estar atento ao que propõe Charadeau (2013). Para o francês,

nas mídias, os jogos de aparências se apresentam como informação objetiva, democrática, deliberação social, denúncia do mal e da mentira, explicação dos fatos e descoberta da verdade. Entretanto, e por isso mesmo, os discursos de explicação não podem pretender à verdade absoluta e menos ainda à profecia. (...) **O papel do analista é o de observar a distância, para tentar compreender e explicar como funciona a máquina de fabricar sentido social, engajando-se em interpretações cuja relatividade deverá aceitar e evidenciar.** Apresentar como verdade absoluta uma explicação relativa e acreditar nela seria arrogância. Fazê-lo sem acreditar seria cinismo. Entretanto, entre arrogância e cinismo, há lugar para uma atitude que, sem ignorar as convicções fortes, procure compreender os fenômenos, tente descrevê-los e proponha interpretações para colocá-los em foco no debate social (2013, p. 29). (o grifo é meu)

Nesse sentido, se diante de textos de outras esferas a análise deve ser realizada com grande atenção, quando nos colocamos diante do que a mídia oferece essa empreitada parece requerer de nós maior acuidade. É preciso pensar como a mídia constrói seu produto, como atua e qual é dimensão dessa atuação. Se compreendermos tudo isso, é capaz de compreendermos como por meio do dialogismo e da polifonia esses textos formam opinião, valendo-se do que é apresentado como informação.

No jornalismo, a relação entre autor e leitor, ouvinte, telespectador ou internauta não é de mera transmissão de informações. Comunicar não é apenas um meio inocente de transmissão de saberes [...]. Para analisar os jornais e o jornalismo como forma de comunicação utilizada por certos grupos sociais para exercer essa manipulação de maneira mais efetiva, é preciso apresentar o que se entende por fato, notícia, ideologia, realidade, verdade, questões sempre cercadas de grande controvérsia (HERNANDES, 2006, p. 17).

O analista deve desvendar como a revista constrói o que afirma ser a verdade sobre um fato ou acontecimento. Não cabe nessa tarefa discutir se o enunciador usou ou não de verdade, mas compreender os mecanismos de construção do discurso que cada um desses textos transporta. Se diferente for o procedimento, é provável que o analista construa suas observações ancorado em falta de cientificismo, ou seja, ofereça como sua visão sobre os textos, desconstruindo quaisquer marcas de neutralidade com as quais deve se apresentar na análise de textos originários da imprensa.

Segundo Hernandez (2006, p. 20), a verdade deve ser investigada como um “efeito” do discurso jornalístico. Assim, não interessa apontar ou discutir se uma revista fala a verdade ou mente. Portanto, o trabalho a ser feito é estudar o que faz o discurso de uma revista ser compreendido como “verdadeiro” por seu grande público.

Ao analista, cabe buscar um modelo de análise que lhe permita refletir sobre os arranjos linguageiros do texto, sem cair na ilusão de que é consciente de tudo. Essa decisão lhe permitirá o afastamento de uma relação ingênua com a linguagem. A compreensão de um texto não cabe somente a quem escreve/fala; quem analisa faz parte desse processo, e isso permite que o texto não ofereça apenas um sentido, mas um número plural de significados.

Uma observação tão somente dos aspectos globais de um texto não será capaz de nos oferecer as possíveis intenções de seus enunciadores. Assim como priorizar nossa atenção para suas partes estruturais não nos fará compreender o que o texto carrega discursivamente. Todavia, o estudo das funções de cada um desses elementos ao longo da tessitura textual muito contribuirá para a compreensão daquilo que o objeto de análise pode estar oferecendo para leitura.

Ocorre que, diante de tantas transformações ocorridas ao longo da história, novos olhares requerem novos modelos. Diante disso, recorro a Mazière (2007, p. 13), lembrando que o analista de um discurso não deve separar o enunciado nem de sua estrutura linguística, nem de suas condições de produção, de suas condições históricas e políticas, tampouco das interações subjetivas. Assim, pensar na Análise do Discurso como aporte é se valer de um modelo que não visa ao individual, mas ao coletivo, razão pela qual o sintagma “análise do discurso” rapidamente se transformou em “análise de discurso” que, com suas próprias regras, busca realizar uma interpretação, identificar a construção do sentido.

Poderíamos, então, pensar que o sentido não está no texto, mas constrói-se a partir dele (KOCH, 2013). O sentido é definido a partir da combinação de elementos textuais e outros de aspecto extratextuais, ou seja, é definido como “relação a” um contexto. Logo, seu sentido estará associado a uma gama variada de outros textos, inclusive distintos discursivamente.

Entendo, portanto, que a compreensão dos textos selecionados para o *corpus* desta tese carece de um modelo analítico que contemple a descrição linguística, as contribuições da Linguística Textual, da Análise do Discurso, bem como da

Semântica e da Retórica. Daí, nesta tese, a escolha pelo aporte da Teoria Semioliológica do discurso oferecida por Patrick Charaudeau.

O francês não despreza as outras teorias de estudos do discurso (CHARAUDEAU, 1996). Todavia, considera-as incompletas para uma melhor compreensão das especificidades de um texto. Para a Semioliologia, o ato de linguagem se realiza nos espaços externo e interno do texto, isto é, nos planos situacional e linguístico.

Nesse sentido, não devemos restringir nossas análises aos mecanismos internos do discurso ao modo como esse é organizado, ou seja, à análise das palavras e dos recursos linguísticos utilizados no discurso. Isso porque, se decidirmos por tal restrição, os aspectos psicossociais dos sujeitos produtores do discurso, bem como a natureza do contexto social em que se produz o discurso, poderão ser por nós negligenciados.

Para o semiolinguista francês, a mera consideração dos componentes situacionais e linguísticos não é suficiente. Em outras palavras, uma melhor compreensão do discurso requer “uma teoria do situacional em relação ao linguístico”, assim como “uma teoria do linguístico em relação ao situacional” (1996, p. 21). É preciso, acima de tudo, compreender a relação que existe entre os dois planos.

Considerando as múltiplas linguagens presentes na constituição do material a ser analisado nesta pesquisa, não há como negar a importância de compreendermos o conjunto de imagens, de palavras, a relação que existe entre os dois recursos, os aspectos pertinentes ao gênero textual capa de revista, bem como o caráter ideológico na representação organizada entre a linguagem e a realidade em foco. Daí, a necessidade de uma reflexão sobre os planos internos e externos constituintes da materialidade textual, condição para a construção dos sentidos pretendidos.

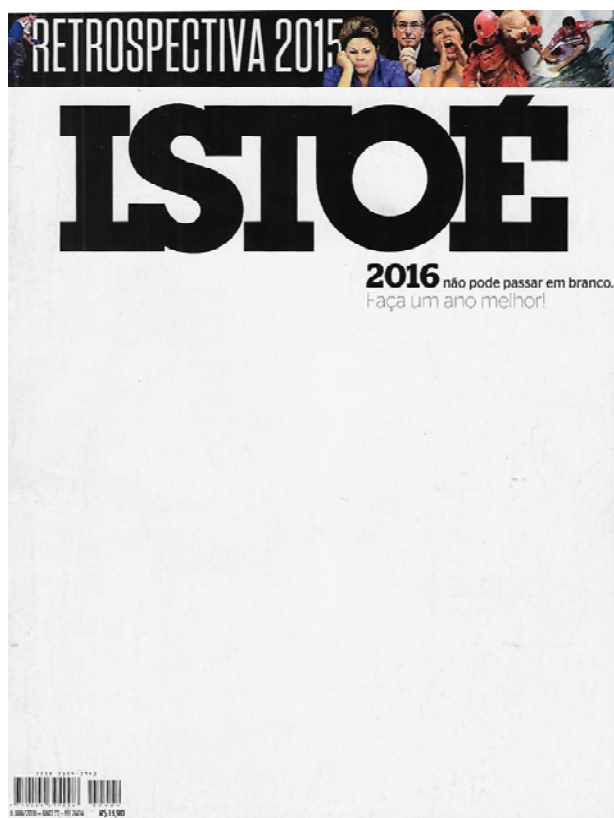
Barros (1997, p. 7-8) explica que

os que se dedicam ao exame “interno” do texto e aqueles que se devotam à sua análise “externa” se recriminam e criticam uns aos outros: os primeiros são acusados de reducionismo, de empobrecimento e de desconhecimento da história; os últimos, de subjetividade e de confundirem a análise do texto com outras análises. No entanto, o texto só existe quando concebido na dualidade que o define – objeto de significação e de comunicação – e, dessa forma, o estudo do texto com vistas à construção de seu ou de seus sentidos só pode ser entrevisto como o exame tanto dos mecanismos

internos quanto dos fatores contextuais ou sócio-históricos de fabricação do sentido.

Logo, podemos dizer que na Análise de Discurso o sentido está aberto à construção. Nesse modelo, há de se considerar que, na combinação entre a tríade pensamento-linguagem-mundo, ocorre constantemente um espaço a ser preenchido. Vale dizer que essa ideia de inacabado, ou seja, de sentido incompleto é uma qualidade do processo de significação, não um defeito. Daí, a necessidade de realizarmos a interpretação de textos.

A fim de melhor compreender esse processo, recorro à capa de *IstoÉ*, de 30 de dezembro 2015. Na publicação, os enunciadores parecem deixar em aberto possibilidades de leituras sobre a capa escolhida para essa edição (2404). Cumpre ressaltar que, em um conjunto de capas de revistas, não é comum a apresentação de texto desse gênero oferecendo um número tão reduzido de imagens, de palavras, de informações. E, lembrando que a Análise de Discurso age na construção dos sentidos possíveis, que expectativa seus enunciadores pretendem construir em seu público com a capa a seguir?



A escolha pela predominância da cor branca, com ausência de outros constituintes, parece remeter para uma possibilidade mínima de interpretação, mas compreender tal capa requer de nós, analistas, a relação entre os poucos elementos ali oferecidos, bem como em relação àquilo que grafado não está, mas possível de ser relacionado; afinal, o que inicialmente vemos do texto é muito pouco, lembrando a metáfora do iceberg, apresentada por Koch (2003).

É provável que o enunciado *“2016 não pode passar em branco. Faça um ano melhor!”* faça referência aos muitos votos de consideração que os sujeitos fazem entre si na passagem de um ano para outro. Todavia, ao observarmos na parte superior da capa as imagens ali presentes, principalmente de duas personagens pertencentes a duas das maiores esferas políticas brasileiras, a presidente da República Dilma Rousseff e o presidente da Câmara dos Deputados Eduardo Cunha, um sentido mais objetivo parece merecer nossa atenção. Em letras garrafais, ao lado dessas imagens, o enunciado *“RETROSPECTIVA 2015”* parece introduzir uma crítica a algumas ações do governo federal durante aquele ano; logo, ao leitor outra opção parece não haver: *“Faça um ano melhor”*.

Para os leitores da revista, fazer um ano melhor poderia se traduzir em decisões de caráter mais pessoal, familiar, escolhas por um novo emprego, atitudes e/ou promessas costumeiras na vida de cada deles. Quanto à outra informação, o vazio apresentado pelo branco da capa, é uma informação que não se explica pela falta de imagens que ali poderiam estar inseridas. Entretanto, tudo isso poderia ser um resultado de uma leitura simplória, sem preocupações com possíveis relações que os elementos constituintes do texto são capazes de estabelecer.

Nesse sentido, o grande vazio provocado pela lacuna branca parece agir como um convite a uma meditação sobre o ano que se finda, uma retrospectiva de 2015. Em outras palavras, a capa convoca os leitores a refletirem sobre os fatos políticos que, negativamente, afetaram a economia brasileira durante aquele ano e, conseqüentemente, a vida dos brasileiros. Como na linguagem popular, parece que o ano de 2015 *“passou em branco”* na vida dos brasileiros, considerando que o momento político tão conturbado resultou na ausência de fatos merecedores de qualquer comemoração.

Entendo que, ancorados em uma teoria, como a oferecida por Charaudeau, podemos melhor compreender os sentidos provocados pelos signos constituintes do *corpus* desta pesquisa. Cada um dos textos selecionados exige sentido, cabendo a

nós, analistas, buscamos o melhor suporte analítico, considerando a proposta do gênero em tela, capas de revistas. Assim, ancorada na proposta do semiolinguista francês, a análise do material coletado deve ser realizada a partir de três níveis de leitura que, em embora distintos, são complementares: o situacional, o discursivo e o semiolinguístico.

O primeiro deles, o **nível situacional**, também conhecido como comunicacional, é aquele que se refere ao espaço externo do texto, ou seja, considera os elementos que, por serem externos à materialidade do texto, estabelecem de que modo ocorrerão tanto as trocas como as regras do jogo linguístico. Esse nível determina a finalidade do texto, a identidade dos parceiros, o domínio do saber veiculado pelo objeto da troca languageira e o dispositivo. Em outras palavras, o nível situacional se volta para questões que como “para que se fala?” “quem fala a quem?”, “sobre o que se fala” e “por meio do que se fala?”.

Nas palavras de Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 451), o nível situacional se refere às coerções que provêm ao mesmo tempo “da identidade, dos parceiros e do lugar que eles ocupam na troca (em termos físico-sociais), da finalidade que os liga (em termos objetivos), da proposição que pode ser convocada”. Daí, portanto, a necessidade de se pensar sobre como a comunicação deverá/poderá se ser realizada, isto é, aos modos de dizer e aos papéis languageiros das vozes envolvidas nos processo.

Quanto ao segundo, o **nível discursivo**, trata-se do “lugar em que se instauram as diferentes maneiras de dizer” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 453). Esse nível faz referência ao lugar de intervenção do enunciador, devendo satisfazer as condições de legitimidade, de credibilidade e de captação, princípios para realização de “atos do discurso”, ou seja, um texto (CHARAUDEAU, 1996, p. 35-36). Logo, esse é o nível em que serão observados os artifícios escolhidos pelos enunciadorees, levando em conta a função social de seus atos discursivos.

O terceiro deles, o **semiolinguístico**, é o nível em que se constrói o texto. Levando em conta que o texto, como explica Charaudeau (2001, p. 17), é “o resultado de um ato de linguagem produzido por um sujeito dado dentro de uma situação de intercâmbio social dada e possuindo uma forma peculiar”, o êxito de tal troca comunicativa será possível graças à seleção dos elementos constituintes que melhor atendam ao produtor na construção de seu material. Pensando o texto como uma materialidade discursiva, será no semiolinguístico que ocorrerá o processo de

análise de observação de traços discursivos que nos permitirão compreender determinantes situacionais e discursivos ao longo da malha textual.

Sendo, portanto, o nível em que o foco é a construção do texto, pode-se dizer que a competência semiolinguística demanda que, ao se comunicar e interpretar, todo sujeito construa sua manipulação, valendo-se da escolha dos elementos constituintes, bem como da combinação dos signos postos em uso. É esse o espaço, portanto, que nos permite estudar os meios pelos quais os signos são capazes de agir como carreadores de interesses e manifestações discursivas de seus enunciadores.

Em suma, é a combinação dos três níveis de leitura que nos permite realizar a análise de um texto. Sobre isso, Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 453) alertam que “todo enunciador deve constituir o objeto, para análise, como uma tripla interrogação: quais são as condições situacionais do ato de linguagem? Qual(is) procedimento(s) discursivo(s) ele aciona? Em que consiste sua configuração textual?” (op. cit, p. 453).

Desse modo, penso que, ao se valer do que propõem os autores, o analista poderá compreender os sentidos construídos ao longo da malha textual. Se para uma análise eficaz o analista não deve ser ater a verificar simplesmente elementos internos do texto, necessário é estar atento a elementos de natureza externa que, combinados aos primeiros, permitam ao enunciador valer-se de sua ideologia, construir seu discurso e atingir seus interesses, interagir com o seu público.

Entendo, por fim, que o modelo de análise do discurso proposto por Charaudeau atende ao que pretendo com a apresentação do *corpus* desta pesquisa. Afinal, a análise de procedimentos dialógicos e polifônicos em um gênero tão híbrido, como a capa de revista, requer de um analista a escolha de um modelo que lhe permita compreender os discursos construídos na combinação de signos de naturezas distintas. Assim, considerando o simbólico ao longo da tessitura textual, penso necessária a ancoragem em um aporte que reúna instruções analíticas propostas tanto pela Semiótica quanto pela Linguística Textual, já discutidas neste capítulo. Daí, a escolha pelo modelo proposto por Charaudeau, a Semiolinguística.

7 ANÁLISE DO CORPUS

Ao iniciar esta parte da pesquisa, recorro a Bakhtin (2003), a fim de pensar as capas de revistas como um gênero que, discursivamente, elabora o pensamento e a fala de seus leitores. Segundo o autor, os gêneros discursivos desempenham a função de organizar o nosso discurso quase da mesma forma que organizam as formas gramaticais (op. cit., p. 283). Desse modo, se aprendemos a moldar o nosso discurso em forma de gênero, devemos considerar que nossa fala somente pode ser construída a partir de signos socialmente construídos.

O estudo da construção dos sentidos nos gêneros requer do analista considerar que todo discurso é perpassado por diferentes vozes que, ora se apresentam concordantes, ora dissonantes (BAKHTIN, 2006). Esse aspecto caracteriza a linguagem humana como essencialmente dialógica. Daí, ao observar o que as capas selecionadas para esta pesquisa apresentam, proponho uma leitura com vistas ao caráter dialógico e polifônico, ampliado com o semiótico, dos elementos que as constituem.

A leitura do material selecionado nos permite pensar que, ao construírem seus discursos, seus enunciadores se valem de formas valorativas, ou seja, os signos escolhidos fazem parte de um conjunto de elementos portadores de sentidos construídos culturalmente. Esse procedimento, além de aproximar o leitor das capas, corrobora o processo de leitura e compreensão do que as capas orientam, buscando direcioná-lo para a proposta discursiva e ideológica de cada uma das revistas.

Comentando sobre a proposta bakhtiniana, Faraco (2009, p. 66) explica que “para haver relações dialógicas, é preciso que qualquer material linguístico (ou qualquer outra materialidade semiótica) tenha entrado na esfera do discurso, tenha sido transformado num enunciado, *tenha fixado a posição de um sujeito social*” (grifo do autor). Nesse sentido, devemos levar em conta os muitos elementos postos em jogo para a construção dos sentidos pretendidos por seus enunciadores. Daí, para a análise, a escolha pelo que propõem tanto estudos semióticos quanto os que tratam da tessitura textual e de valores discursivos possíveis em um texto.

Nesse caso, reitero a necessidade de analisar tanto elementos verbais ou não. Serão alvos de atenção, portanto, enunciados, imagens e cores, isto é,

elementos que têm seus sentidos construídos a partir da lembrança de outros enunciados, de outros textos. Assim, reitero que, no estudo do *corpus*, importa, numa recorrência a Mari (2008), os sentidos do ponto de vista das práticas de linguagens ali presentes.

Esse *corpus*, como mencionado na introdução desta tese, é formado por capas de revistas bem conhecidas do público-leitor desse gênero. Na seleção dos 20 (vinte) exemplares, buscou-se priorizar entre as capas de *Veja*, *Época*, *IstoÉ* e *Carta Capital*, aquelas de melhor expressão para o estudo temático proposto, o dialogismo e a polifonia. Cumpre ainda notar que a análise das capas não obedecerá a uma ordem cronológica de suas publicações, uma vez que a preferência é por apresentá-las segundo uma progressão natural do texto.

As capas escolhidas trazem como destaque conteúdos pertencentes ao eixo temático da Política. A escolha por essa linha se ancora na enorme quantidade de capas que tratam do tema durante o período de 2010 a 2016, momento em que ganharam destaques na imprensa brasileira importantes desfechos, além de novidades na esfera política. Entre esses fatos, vale destacar as investigações da Polícia Federal sobre processos popularmente conhecidos como Mensalão, Lava Jato, além do *impeachment* de Dilma Roussef e do afastamento de Eduardo Cunha, Presidente da República e da Câmara dos Deputados, respectivamente.

Vale dizer que a escolha por capas que ressaltam a política brasileira não se deve por qualquer identificação por uma ou outra referência partidária. Tampouco a escolha das revistas ocorreu a partir de uma identificação ideológica. Como já mencionei, o interesse pelas capas selecionadas se deve por entender que cada uma delas traz em sua malha textual elementos e arranjos linguageiros que, dialógica e polifonicamente, corroboram a produção dos sentidos necessários aos interesses discursivos de seus enunciadores.

Contudo, entendo que, independentemente de quaisquer interesses, em uma ou outra observação sobre os textos a neutralidade exigida de um analista poderá ser entendida como camuflada. Considerando, pois, as marcas ideológicas das revistas selecionadas para o *corpus* e o eixo temático marcante nessas capas, afastar-se de um olhar minimamente subjetivo se apresenta como um grande desafio para o analista.

nesse sentido, recorro a Eco (1991, p. 22-23), uma vez que

Nas ciências humanas, incorre-se frequentemente numa falácia ideológica que consiste em considerar todo discurso imune à ideologia, atribuindo-lhe 'objetividade' e 'neutralidade'. Infelizmente, toda pesquisa é de alguma maneira 'motivada'. A pesquisa teórica é tão somente uma das formas de prática social. Quem quer conhecer algo o faz para fazer alguma coisa. Se afirma desejar conhecer algo o faz para fazer alguma coisa. Se afirma desejar conhecer pelo puro prazer de conhecer (e não para fazer), isto significa que ele quer conhecer para fazer nada, o que representa uma forma um tanto sub-reptícia de fazer algo, isto é, de deixar as coisas como estão ou como se gostaria que estivessem.

Cumprir dizer que, durante a construção do suporte teórico para esta tese, muitos foram os autores apresentados. Todavia, na análise do *corpus*, considerando o que as capas oferecem, nem todos serão seletivamente retomados, uma vez que alguns apresentam uma maior identificação teórica com os arranjos dos textos ali observados. Além disso, no desenvolvimento deste estágio, outras referências se mostraram também pertinentes para o nosso entendimento sobre a produção de sentidos por meio de procedimentos dialógicos e polifônicos.

A fim de iniciar uma reflexão sobre o *corpus*, a escolha pela *Veja* ocorre por se tratar da revista de maior circulação no Brasil, atingindo uma tiragem de de 871 mil cópias, segundo dados do Instituto Verificador de Comunicação - IVC, nov/2016. Para sua edição de número 2.207, de 09.03.2011, seus enunciadores construíram a seguinte capa:



Veja apresenta uma capa, destacando o elevado número de partidos políticos no Brasil. Em cada um dos pares de platinelas do pandeiro, a inscrição da sigla de um partido, totalizando 22 (vinte e duas). Nesse sentido, o enunciado principal, “EI, VOCÊ AÍ, ME DÁ UM PARTIDO AÍ...”, se destaca semanticamente, servindo como suporte para a grande crítica a ser apresentada.

Por vezes, na construção de um texto os produtores textuais têm como auxílio diferentes tipos de intertextualidade. Entre eles, a intertextualidade implícita que, de acordo com Koch, Bentes & Cavalcante (2012, p. 31),

ocorre quando se introduz, no próprio texto, intertexto alheio, sem qualquer menção explícita da fonte, com o objetivo quer de seguir-lhe a orientação argumentativa, quer de contraditá-lo, colocá-lo em questão, de ridicularizá-lo ou argumentar em sentido contrário.

O título escolhido por *Veja* para compor a capa dialoga com a letra da famosa marchinha de carnaval “Me dá um dinheiro aí”, dos irmãos Glauco, Ivan e Homero Ferreira. A marchinha, que fez sucesso no Carnaval carioca de 1960, traz como

destaque o conhecido verso “Ei, você aí, me dá um dinheiro aí”, reiteradamente lembrado em eventos de carnaval nas últimas décadas. Por não fazer uma explícita menção à música, o produtor do texto “espera que o leitor seja capaz de reconhecer a presença do intertexto, pela ativação do texto-fonte em sua memória discursiva” (KOCH, BENTES; CAVALCANTE, op. cit., p. 31).

Uma parte pequena, porém discursivamente de grande importância no trecho da música não se manteve original. Como podemos notar, em vez de solicitarem “um dinheiro”, os enunciadores subverteram o texto original, inserindo a expressão “um partido aí”. Ocorre, nesse caso, uma quebra de expectativa por parte do leitor, considerando que no primeiro contato com o enunciado da capa, naturalmente tem seu conhecimento de mundo ativado, situação que o leva a concluir o texto, mas percebe que a presença de uma novidade, exigindo que busque outras referências ao longo da capa.

Somado ao diálogo que ocorre entre o enunciado em destaque e o texto musical, outros elementos possibilitam ao leitor fazer uma associação ao sucesso dos irmãos Ferreira. Isso porque a escolha de um texto verbal com características próximas à referida música não significa a garantia de que o leitor compreenda satisfatoriamente os sentidos do texto, levando em conta ser possível que o leitor desconheça a música. Logo, buscando auxiliá-lo em sua leitura, a revista traz a imagem de um pandeiro, picote e serpentinas coloridas, elementos icônicos das festividades carnavalescas. O objeto do ícone, explica Santaella (2012, p. 99), “é sempre uma simples possibilidade, isto é, é possibilidade do efeito de impressão que ele está apto a produzir ao excitar nosso sentido”.

Acompanhando o título e os elementos não verbais, a grande crítica da revista: “Está passando da hora de acabar com a folia da política brasileira, um desfile de fantasias com enredo surrealista”. Como é possível notar, a revista segue a linha de suas publicações, ou seja, mesmo não sendo uma revista de caráter político, tem como conteúdo temático para a maior parte de suas edições de capa assuntos relacionados à política brasileira e, por vezes, do cenário internacional. E, em caso de contestação de que política e carnaval são temas que não se completam, os elementos carnavalescos selecionados para o texto servem para persuadir o público para a leitura da capa, considerando o ambiente carnavalesco vivido no Brasil na semana da publicação da edição em tela.

Em resumo, para dialogar com a crítica “Está passando da hora de acabar com a folia da política brasileira, um desfile de fantasias com enredo surrealista”, podemos citar alguns elementos: a) o diálogo com a data da publicação da capa, 09.11.2011, por sinal a “Quarta-feira de cinzas”, data que marcar o fim dos festejos de carnaval; b) os elementos carnavalescos, como o pandeiro e as serpentinas; c) as múltiplas cores utilizadas para a apresentação dos elementos; d) e, por fim, o maior motivo da crítica, a inscrição de vinte e dois nomes de partidos políticos nas platinelas do pandeiro, tendo como destaque na parte superior da imagem do instrumento nomes dos principais partidos do cenário político brasileiro naquele momento, o PSDB e o PT.

A respeito dos partidos políticos, Sartori (1982) explica que devem agir a serviço da representação e expressão do interesse da sociedade, bem como da participação e organização dos candidatos pela escolha dos eleitores e o do exercício do governo do Estado. Em síntese, devem ser mecanismos de comunicação entre a sociedade e o Estado.

Sobre essas funções, podemos notar que a revista não oferece quaisquer discordâncias. O alvo de sua crítica é a quantidade de partidos políticos no Brasil e, como consequência disso, provoca no leitor um questionamento: a enorme pluralidade de partidos está desempenhando as funções básicas no interior do sistema político ou esses partidos existem tão somente para atenderem aos interesses de alguns nomes e grupos políticos?

Como uma voz discordante, *Veja* traz à discussão um grave problema que, segundo seus enunciadores, afeta a nossa política. Os discursos pregados por tantos partidos podem estar distante dos reais interesses e necessidades dos eleitores. Nesse caso, portanto, mais de duas dezenas dessas organizações podem não significar uma política de qualidade, mas sim “um desfile de fantasias com enredo surrealista”.

Ao observarmos a tradição das festividades carnavalescas, seremos levados a pensar que, no sentido de polifonia proposto por Bakhtin, ocorre nesses festejos um movimento polêmico de vozes. Historicamente, a celebração de rituais e práticas da cultura popular já se caracterizava no Século XIX como uma oposição às normas das festas oficiais. Desvios de conduta permitidos e inversão de valores eram marcas de vozes populares em busca de um estado de liberdade reprimida.

Ao longo da história, o Carnaval sempre se apresentou como um ato político. Durante a Primeira República, a população negra se valeu dessa festividade objetivando a afirmação de sua autonomia. Atualmente, a celebração mostra-se como um grande espaço de crítica e política social em que os recursos do humor e do sarcasmo agem como arma de transgressão política (BRASIL, 2016).

Esse expediente também foi a escolha de *Veja* para construir a capa da edição 2363, publicada em 05.03.2014, como podemos observar a seguir:



Como se observa, muitos elementos pertencentes ao universo carnavalesco compõem a escolha da revista para a construção do texto. Aos produtores, esses componentes verbais e imagéticos servem de suporte para que a revista se apresente como um veículo transgressor, portando-se contrariamente a entendimento oriundo do Supremo Tribunal Federal.

Na parte inferior da capa, está a inscrição do enunciado que age como motivador para a construção da capa. Ao se posicionar sobre decisão do Supremo, *Veja* afirma que “O STF decidiu que eles não formaram quadrilha e estarão soltos logo. Para os brasileiros, isso é melancólico”. O pronome “eles” não encontra

qualquer referência anafórica ou catafórica na parte verbal do texto, mas foi a escolha dos enunciadores para mencionar a imagem de alguns integrantes do esquema de propinas conhecido como “Mensalão”.

A decisão do STF poderia servir para a apresentação de mais uma matéria jornalística. Se assim fosse, diferentes veículos de comunicação reservar-se-iam ao exercício de apenas publicar algumas poucas informações sobre o fato. Nesse sentido, a tentativa de atrair eficientemente os leitores requer um trabalho jornalístico que possibilite aos leitores não apenas buscar e adquirir saberes ou informações, mas também, nessa atividade, viver experiências, afetos (HERNANDES, 2006, p. 49). A partir das sensações do público, os veículos de informação pretendem não somente auxiliar seu público em suas práticas de consumo, como ainda na construção de seus posicionamentos diante do que é noticiado.

Pensar em quem assume o discurso em um noticiário não é uma questão tão simples como parece. É importante perceber que o consumidor se relaciona com marcas de veículos jornalísticos e se refere a elas quase como pessoas, com um corpo, um jeito de se posicionar no mundo, um tom de voz, uma personalidade, enfim um *ethos*. (HERNANDES, op. cit., p. 44-45)

O autor complementa que “a crescente oferta de informação e todos os contínuos avanços tecnológicos na área da comunicação têm tornado os consumidores mais e mais infiéis” (op. cit., p. 47). Daí, portanto, a necessidade de um constante trabalho de persuasão, levando em conta as múltiplas publicações e o grande número de veículos de comunicação, fatores que podem contribuir para o desinteresse do público por uma publicação, assumindo o que oferece a que melhor o alcance.

Ao escolher apresentar um cenário carnavalesco, a revista não somente se vale do contexto temporal da publicação como também utiliza alguns versos de conhecida música para se posicionar contra a decisão do STF. No segundo caso, *Veja* faz também uso da intertextualidade implícita, já mencionado neste estudo. Também sem apresentar o título da música ou mesmo seus autores, a compreensão do texto dependerá da combinação dos vários ícones relacionados aos dois campos em tela, a Política e o Carnaval.

Buscando colocar-se no lugar de seu leitor, *Veja* busca extinguir suas dificuldades para a construção de um posicionamento diante dos fatos. Assim, o

modo como constrói sua capa deve contribuir para que os “os fatos relatados devem afetar a vida do público de algum modo, criar empatia, ter atualidade” (op. cit., 47).

A revista não somente pretende ser uma voz que denuncia um grave problema político no Brasil, mas também se apresenta interessada em apontar que postura seu leitor deve assumir, provocando-o a também agir como um transgressor de uma decisão oficial com traços polêmicos. Diante de um fato contundente, busca aproximar-se do público, declarando que, “para os brasileiros”, a decisão do STF de não considerar uma suposta formação de quadrilha por um trio de mensaleiros é um entendimento “melancólico”.

Inseridos em um cenário típico de festejos carnavalescos, as figuras indicam José Genoíno, José Dirceu e Delúbio Soares em estado comemorativo, considerando que liberdade do grupo é somente uma questão de tempo, “estarão soltos logo”. No centro da imagem, a figura de José Dirceu, nome mais expoente dos três, segura o estandarte vermelho do “BLOCO DOS MENSALEIROS”.

Inicialmente, podemos associar a cor vermelha da flâmula ao Partido dos Trabalhadores, do qual tais políticos são membros. Contudo, há que se considerar outro possível fator que provoca a escolha. O vermelho, diz Campos (1978, p. 96-97), pode apresentar dois tipos de simbolismo. O primeiro, associado a cólera, paixão, sangue e temor sexual; o segundo, de sentido mais negativo, a roubo, guerra e destruição. Analisando, pois, o segundo tipo, parece que a revista pretende sugerir que a escolha da cor se deve ao fato de o trio petista também estar sendo acusado de corrupção.

Nesse processo dialógico em que as cores também são utilizadas para a produção de sentidos, há que se considerar ainda a escolha do verde. Para compor as figuras que representam o dinheiro, essa cor dialoga com outros elementos já apresentados, indicando uma possível associação entre as cédulas e a acusação de corrupção aos petistas.

Guimarães (2000, p. 115), em seu estudo sobre a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores, ressalta que o verde apresenta uma oposição ao vermelho. Enquanto o vermelho sugere uma grande carga emocional,

o verde ocupa posição central no espectro eletromagnético, ou seja, está equidistante dos seus dois extremos. **É na percepção dos matizes predominantemente verdes que a retina encontra seu ponto de maior sensibilidade, [...], e, também por esse motivo, o verde será a cor**

recebida de forma menos agressiva, com maior passividade. (grifos meus)

Essa cor ainda preenche outros elementos na composição da capa. Tanto para a inscrição do nome da revista como para o fundo da imagem, o verde foi a escolha da revista. No fundo, a imagem verde de personagens, contribui para realçar o nível pacífico da população, como se estivesse assistindo espantada a um espetáculo de subversão aos bons princípios políticos, enquanto de punhos cerrados petistas fantasiados comemoram a absolvição apresentada pelo Supremo Tribunal Federal.

Recorrendo mais uma vez ao vermelho, outros dois elementos também merecem nossa atenção. Nas roupas utilizadas pelas personagens absolvidas pelo STF, mesmo que preenchidas também pelo branco, o que mais se destaca é o vermelho. É o que se percebe principalmente na fantasia da figura que representa José Dirceu, apresentado com vestimentas de nobre. Somado a isso, há ainda que considerar que o adereço aplicado em cada um dos populares também é vermelho.

Desse modo, diante de uma incrédula população de foliões, o trio petista festeja. Somado a isso, o enunciado “QUANTO RISO, OH! QUANTA ALEGRIA...”, versos da famosa marchinha carnavalesca “Máscara Negra”, de Zé Kéti e Pereira Bastos, dialoga de modo subversivo para deixar mais evidente o contraste de valores entre as vozes presentes na capa.

Esse recurso, a subversão, é um tipo de intertextualidade que, segundo Grésillon & Maingueneau (1984), consiste na desqualificação do texto, ironia, contradição, adaptações de novas situações ou orientação para outro sentido distinto. Para a compreensão dos sentidos da capa em tela, levarei em conta o último aspecto, entendendo que na transcrição os versos não trouxeram o mesmo sentido, de comemoração, mas sim de ironia.

No tocante à ironia, Brait (1996, p. 57) explica que antes esse recurso ficava mais restrito a textos da esfera literária, mas tem sido uma recorrência em outros recursos. Segundo a autora,

é provável que a ideia de ironia, como princípio estruturador de um dado discurso ou de um dado texto, possa auxiliar a compreensão não apenas dos discursos literários, mas também dos não-literários e de suas especificidades. Se os discursos literários irônicos demonstram uma força de ruptura com estilos anteriores, utilizando justamente a estratégia da ironia em seus diversos mecanismos a fim de representar e revelar formas esgotadas, **outros discursos também podem utilizar os mesmos**

mecanismos como forma de argumentação indireta contra algum alvo. A intertextualidade, que pode ser uma das denominações para algumas formas de discurso reportado, assume nesses discursos uma função crítica, quer para estabelecer um perfil da vítima, do alvo a ser atingido, quer para assinalar polos de abertura (op. cit., p. 57). (o grifo é meu)

Como já mencionado, na capa 2363 de *Veja*, em vez de celebração, o uso da ironia. Não são mais quaisquer foliões no enorme salão popular a comemorar, mas sim personagens que deveriam zelar pelos interesses populares e, não fazendo assim, foram acusados de corrupção e formação de quadrilha. Todavia, absolvidos pelo STF em um dos crimes, festejam uma possível liberdade.

Retomando a imagem do “nariz de palhaço”, é possível a lembrança do verso “mais de mil palhaços no salão”, trecho não inserido na capa, mas podendo ser facilmente trazido à memória dos leitores. Assistindo ao “espetáculo” e aparentando enorme passividade, a população poderá ainda ver a situação se agravar, se levados em conta os versos finais da estrofe, “arlequim está chorando/pelo amor da Colombina/no meio da multidão”, numa referência a possíveis desfechos que o processo do Mensalão poderá oferecer.

A compreensão de um enunciado não se faz tão somente na referência a uma gramática e a um dicionário (CHARAUDEAU, 2011, p. 20). O autor complementa, ressaltando que nesse processo são necessários a mobilização de diferentes saberes, a construção de hipóteses, raciocinar, além de construir um contexto que não é um dado preestabelecido e não oferece qualquer estabilidade.

Nessa atividade, vale, inclusive, estar atento ao processo de interdiscursividade que contribui para construção dos sentidos do texto. Para Charaudeau & Maingueneau (2004, p. 286),

todo discurso é atravessado pela interdiscursividade, tem a propriedade de estar em relação multiforme com outros discursos, de entrar no interdiscurso. Esse último está para o discurso como o intertexto* está para o texto*. Em sentido restritivo, o “interdiscurso” é também um espaço* discursivo, um conjunto de discursos (de um mesmo campo discursivo ou de campos distintos) que mantêm relações de delimitação recíproca uns com os outros. [...] Mais amplamente, chama-se também de “interdiscurso” o conjunto das unidades discursivas (que pertencem a discursos anteriores do mesmo gênero*, de discursos contemporâneos de outros gêneros etc.) com os quais um discurso particular entra em relação implícita ou explícita.

Cumpramos ressaltar que não podemos confundir a interdiscursividade com a intertextualidade,

uma vez que entendemos o texto e o discurso como espaços distintos [...], sendo o discurso o espaço abstrato e ideológico situado no mundo dos sentidos e o texto a sua manifestação concreta, dotada de uma materialidade. É possível, portanto, entender qualquer manifestação dialógica como interdiscursiva, mas não como intertextual, já que o interdiscurso se situa no nível do dialogismo constitutivo e o intertexto no nível do dialogismo mostrado, composicional.

A ironia apresentada pela revista, bem como seu *constructo* são o que nos permite o entendimento do texto. Nesse caso, a compreensão dos sentidos da referida capa de *Veja* exige de seus leitores a recorrência a diferentes textos e contextos. Ao público, cabe recorrer, portanto, a conhecimentos pertencentes a campos discursivos distintos, uma vez que na construção do texto seus enunciadores se valem também do interdiscurso, “uma articulação contraditória de formações discursivas que se referem a formações ideológicas antagônicas” (COURTINE, 1981, p. 54) que, no caso da capa em estudo, Política, Carnaval, Justiça e a esfera jornalística com seu posicionamento sobre sua informação.

Para Brait (1996, p. 107),

considerando-se que as relações de um discurso com outros discursos pode se dar por meio de estratégias de repetição, citação explícita, alusão indireta, possibilidade de diferentes traduções de um mesmo texto, citação sem tradução, citação entre aspas sem referência precisa, paráfrase e pseudoparáfrase, paródia, trocadilho, estereótipo, clichê, provérbio, pastiche e mesmo plágio se oferecem como formas de exposição do já-dito, que podem ser consideradas maneiras especiais de produzir sentido, como artefatos que permitem descrever a produção do efeito irônico como atividade de linguagem.

É comum em capas de revistas seus enunciadores buscarem levar seus leitores a uma reflexão sobre o cenário político no Brasil. A capa número 895, de *Época*, publicada em 03.08.2015, se mostra como um exemplo desse expediente. Vejamos:



Escrito em um fundo azul, representando o céu de Brasília, o enunciado principal. Em letras garrafais, o enunciado é composto de duas partes. A primeira na cor branca, e a segunda na cor preta. De modo objetivo, a revista publica “VOCÊ VOTOU NELES”, e na sequência a grande indagação: “E AGORA?”. Ao lado, o enunciado que provocou a apresentação de frases tão curtas, mas carregadas de enorme carga semântica, capazes de provocar uma grande reflexão: “O congresso pode aprovar a ‘pauta-bomba’, que provocará aumento de impostos, de aluguéis e até de preço da comida na feira. Ou pode honrar seu voto”.

A indagação “E AGORA” que faz parte do enunciado principal da capa admite mais de uma leitura. A primeira remete a situações do cotidiano vividas por cidadãos em casos em que se exige – ou se espera – uma atitude de superação. Também permite uma associação com o célebre poema “José”, de Carlos Drummond de Andrade.

Merece destaque que, tanto no texto do poeta mineiro quanto na capa da revista seus enunciadores tentam agir como uma voz que confronta a passividade

do coenunciador, buscando-o tirar de uma situação de apatia diante dos problemas que o afetam. No poema de Drummond, uma sequência de motivos para a reiteração da pergunta; na capa da revista, apenas um motivo.

Em José, o poeta apresenta um coenunciador com uma alta carga de passividade. Na maior parte do poema, nos fatos ocorridos José não é o sujeito, como nos versos “a festa acabou / a luz apagou / o povo sumiu / a noite esfriou / o dia não veio / o riso não veio / não veio a utopia / e tudo acabou / e tudo fugiu / e tudo mofou. Em outros, a ausência também se mostra uma marca de José: “está sem mulher / está sem discurso / está sem carinho / já não pode beber / já não pode fumar / cuspir já não pode”. Por fim, a solidão encerra seu estado passivo, sem poder de ação, uma vez que “sozinho no escuro / qual bicho-do-mato / sem teogonia / sem parede nua / para se encostar / sem cavalo preto / que fuja a galope / você marcha, José!”. No início e no fim de cada sequência de versos, a reiteração da grande pergunta: “e agora, José?”.

Na capa de *Época*, não é apresentado somente um José, mas uma sequência de eleitores que, diferentemente de José, um sujeito passivo, realizou uma única ação que motivou a pergunta em destaque. Em letras garrafais: “E AGORA?”. Pela confirmação de sua escolha nas urnas, cada um desses brasileiros deverá responder não a revista, mas a si mesmo. Nesse sentido, a indagação apresentada pela revista tem como objetivo provocar uma reflexão, assim como ocorre no texto literário apresentado por Drummond.

A fim de compreender a função da literatura nesse processo, recorro a Lukács (1968, p. 15). Segundo o autor,

a gênese e o desenvolvimento da literatura são parte do processo histórico geral da sociedade. A essência e o valor estético das obras literárias, bem como a influência exercida por elas, constituem parte daquele processo geral e unitário através do qual o homem faz seu mundo pela sua própria consciência.

Por essa perspectiva, podemos dizer que o social se apresenta como relevante na constituição da literatura. Devemos considerar, portanto, um conjunto de aspectos que parte de uma obra literária, como seu conteúdo social, sua influência na sociedade, a identidade do seu público, bem como posicionamentos ideológicos do escritor, qualidades que marcam a obra.

A escolha de Drummond foi pela apresentação de diferentes aspectos sociológicos que marcaram a população brasileira no contexto da publicação da obra, o ano de 1942, momento de grande repressão política, precariedade das condições de trabalho, modernização industrial, urbanização dispersiva, entre outros agravantes que contribuíram para um cenário social de grandes desigualdades sociais, ficando mais evidente a existência de classes opressoras e classes oprimidas. Por sua vez, o contexto da capa de *Época* é o ano de 2015, momento em que o Congresso apresenta proposta de votação de medidas que poderão provocar graves consequências no cenário social brasileiro, segundo a revista.

Quanto à relação do texto jornalístico com o social, valho-me do que orienta Charaudeau (2013, p. 21). Segundo o autor francês, “ao lado da lógica econômica que faz com que todo organismo de informação aja como empresa”, há uma lógica simbólica “que faz com que todo organismo de informação tenha por vocação participar da construção da opinião pública”. Daí podermos pensar sua importância na construção das tomadas de decisão de seu público.

Na obra do poeta de Itabira, o cenário social conturbado possibilita a construção de um texto em que “José” constantemente é provocado a tomar alguma atitude, mesmo que os aspectos de sua situação não se mostrem nada favoráveis. Já em relação à capa de *Época*, é possível pensar, a partir do modo como o enunciado é apresentado, que os eleitores tiveram a oportunidade de evitar situações sociais portadoras de sérias dificuldades, mas assim não fizeram na escolha de seus representantes no Congresso Nacional. Como consequência de ambos os casos, tanto “José” como cada um dos brasileiros que votou nos atuais congressistas traz uma terrível marca, estão “sem discurso”, carecendo de um que seja capaz de revertê-los da situação em que vivem.

No poema de Drummond, tal ausência é marcada no 14^o verso, “está sem discurso”. Na capa de *Época*, isso é compreendido a partir da relação entre o enunciado central e a parte final do enunciado que o explica. Como salientam os enunciadores da revista, caso o Congresso aprove a “pauta-bomba”, o brasileiro poderá ainda “honrar seu voto”, ou seja, fazer jus à escolha feita nas urnas, uma grande ironia que o deixa, ainda que momentaneamente sem reação.

Na obra do poeta de Itabira, “José” representa grande parcela de oprimidos. Por sua vez, *Época* escolheu representar essa grande fatia da sociedade brasileira por meio de 16 (dezesesseis) faces de homens e mulheres.

A compreensão dos sentidos da capa apresentada por *Época* requer dos seus leitores uma recorrência à sua memória discursiva. Como gênero discursivo, a capa possui relações intertextuais com outros gêneros, sejam no que diz respeito à sua composição, ao conteúdo temático ou ao seu estilo. Esse expediente permite aos produtores textuais construir na memória um modelo cognitivo de contexto (Van Dijk, 2005), expediente que possibilita reconhecer cada um dos gêneros envolvidos no processo de produção, além de saber quando recorrer a cada um deles, usando-os de maneira adequada, o que significa possuir uma competência metagenérica (KOCH; BENTES; CAVALCANTE, 2012).

As autoras explicam que

É bastante comum [...] que, no lugar próprio de determinada prática social [...] se represente(m) gênero(s) pertencentes a outras molduras comunicativas, evidentemente com o objetivo de produzir determinados efeitos de sentido (op. cit., p. 64).

Ao escolher esse expediente, a “intergenericidade” ou “intertextualidade (inter)genérica” (KOCH; BENTES; CAVALCANTE, 2012, p. 64), o produtor textual leva em consideração o conhecimento já adquirido do seu público sobre os gêneros discursivos envolvidos. Nesse caso, ao apresentar a capa para sua edição 895, os enunciadore de *Época* contam com o conhecimento de seu público sobre outros textos e gêneros discursivos diferentes da capa de revista, embora possam ser aludidos ao longo do novo texto. Assim, como é apresentada, a capa dessa edição dialoga com a famosa tela da pintora modernista Tarsila do Amaral, “Operários”, obra de 1932, em que a artista brasileira buscar retratar um grupo de trabalhadores.



Operários, de Tarsila do Amaral – 1933

Na tela, o fundo da imagem é composto por um céu azul, cortado por fumaça originária de uma das chaminés de uma fábrica. A obra de Tarsila do Amaral representa a grande crítica da artista às consequências que o capitalismo desenfreado do século XX provocou no cenário político e social brasileiro na década de 1930. No contexto histórico, início da industrialização brasileira, migração de trabalhadores de diferentes locais do país, consolidação do capitalismo industrial e de uma classe trabalhadora marginalizada.

Se voltarmos nossa atenção para a capa de *Época*, poderemos perceber que em vez de fábrica e chaminés, a origem das disjunções sociais recai sobre o prédio do Congresso Nacional, tendo como destaque suas duas torres e duas conchas, usado como uma metonímia dos seus novos ocupantes após o processo eleitoral de 2014. Se na tela de Tarsila do Amaral, a imagem da desilusão de um povo que construiu expectativas de um novo momento econômico, político e social brasileiro a partir de 1930, na capa da revista seus enunciadores se valem de expediente parecido, oferecendo ainda os motivos dessa frustração, caso seja aprovada pelos congressistas a “pauta-bomba” que poderá alterar consideravelmente a vida dos brasileiros.

Em outra capa de revista, agora da Revista *Época*, edição 955, publicada em 03.10.2016, a intertextualidade (inter)genérica” também é um dos recursos para a produção dos sentidos do texto e melhor alcance de seus leitores. Vejamos a seguir:

ÉPOCA
www.epoca.com.br

PROCURAM-SE POLÍTICOS
Cuidadosos com as contas públicas
Que passem longe de escândalos de corrupção
Não precisam ser tocadores de obras
Não é necessário experiência anterior
Tratar com o eleitor brasileiro

Pesquisa exclusiva retrata o perfil do candidato desejado pelo eleitor das grandes capitais - e a responsabilidade fiscal se torna um valor importante

Não há dúvida de que a imprensa tem grande influência sobre a sociedade. Contribuindo para a produção de sentidos do imaginário social, o trabalho jornalístico, além de apresentar os relevantes fatos do cotidiano, também possibilita a construção de pontos de vista a partir do debate social. Nesse processo, a persuasão contribui de modo eficaz para a aceitação do texto por parte do leitor.

Penso que, ao lado dos diversos elementos argumentativos postos em prol da aceitação do leitor diante dos textos oferecidos a cada edição, a escolha por dialogar a capa de revista com outro gênero discursivo seja realmente eficaz. Na capa em foco, os produtores textuais de *Época* optaram por apresentar um texto com características genéricas do conhecido “classificados”, “anúncio, geralmente de pequeno formato e sem ilustração, com mensagem de compra, venda ou aluguel, oferta ou procura de empregos ou serviços profissionais, etc” (COSTA, 2009, p. 70).

Assim como nas situações comunicativas em que, normalmente, os anúncios são apresentados, a mensagem do texto é expressa em linguagem curta e objetiva, indicando o que se procura, ou seja, as características do “objeto” e informações

para contato, “o leitor brasileiro”. Em uma capa de fundo branco, corroborando o destaque de seu anúncio principal, seus enunciadores apresentam um recorte de folha de jornal com o seguinte título em letras garrafais e em negrito: PROCURAM-SE POLÍTICOS.

Na sequência, a revista, como uma voz reprodutora de um discurso popular, informa que a procura não é por quaisquer políticos, mas por aqueles que sejam, antes de tudo, “cuidadosos com as contas públicas” e “que passem longe de escândalos de corrupção”. Esses são alguns dos predicados que compõem “o perfil do candidato desejado pelos eleitores das grandes capitais”, o que ressalta a preocupação dos eleitores com a responsabilidade fiscal, segundo pesquisa exclusiva divulgada pela revista.

Como de praxe, o eleitor brasileiro espera que os políticos se envolvam em construção de novos empreendimentos para o melhor atendimento do povo, bem como apresentem conhecimentos para o exercício da função. Contudo, duas informações produzem um contraste na imagem comum do político construída pelo imaginário popular: que tais homens públicos “não precisam ser tocadores de obras”, assim como “não é necessário ter experiência anterior”.

No que tange a essas últimas qualidades que devem ser atribuídas à imagem do político, destaca-se a escolha pela expressão negativa “não” na formação de alguns trechos. Desse modo, os enunciados construídos a partir dessa negação polemizam com as ideias mais convenientes sobre a identidade e a prática de um político.

A negação, ensinam Koch, Bentes & Cavalcante (op. cit., p. 80), pressupõe sempre um enunciado afirmativo de um outro enunciador. No caso do anúncio em tela, penso que esse outro enunciador representa a voz do eleitor que, antes da pesquisa revelada pela revista, “esperava”, ironicamente pensando, que seus políticos “fossem cuidadosos com as contas públicas”, independentemente de experiência anterior para a função e de realizarem as obras necessárias para o bem servir social.

Não é comum em anúncios classificados conteúdo como o que foi apresentado por *Época*. Nos mais comuns suportes textuais de seu uso, esse modelo genérico não apresenta uma função social como a trazida na capa pela

revista. Essa observação nos remete à ocorrência de um processo dialógico entre dois gêneros textuais, o anúncio classificado e a capa da revista.

Valendo-se de características de ambos os gêneros, *Época* constrói uma capa em que o amálgama de estilos contribui para a produção dos sentidos requeridos pela matéria em foco. Esse recurso, a intertextualidade estilística, ocorre, por exemplo,

quando o produtor do texto, com objetivos variados, repete, imita, parodia certos estilos ou variedades linguísticas: são comuns os textos que reproduzem a linguagem bíblica, um jargão profissional, um dialeto, **o estilo de um determinado gênero**, autor ou segmento da sociedade (KOCH; BENTES; CAVALCANTE, op. cit., p. 19).
(o grifo é meu)

Na sequência, assim como em outras capas, seus enunciadores se valeram da ironia para conquistarem a atenção dos leitores e provocar uma reflexão sobre o conteúdo enunciativo apresentado. A ironia, nesta tese tratada como recurso dialógico e polifônico, deve ser vista “como onda de rádio, se não encontrar um receptor adequado, se perde. Não adianta você escrever com ironia se não é lido como ironia, e o desencontro pode ser perigoso” (Luís Fernando Veríssimo, O GLOBO, 16.11.2001).

É possível pensarmos que a opção pela ironia, por meio de enunciados de efeitos contrários ao que comumente lemos e ouvimos sobre os anseios populares, tenha possibilitado aos enunciadores de *Época* o êxito esperado. Logo abaixo do anúncio, a revista traz a âncora de seu anúncio, uma pesquisa popular, mas penso que, independentemente desse informe, seus leitores tenham compreendido que a mensagem principal contém na tessitura do texto marcas de ironia.

Portanto, a compreensão dos reais sentidos apresentados é uma decorrência do conhecimento que seus leitores possuem sobre o tema em destaque. Nesse caso, recorro a Maingueneau (2011) para pensar o leitor de *Época* como um leitor-modelo desse periódico, capaz de identificar um conjunto de artifícios de que se valem seus produtores para a produção dos sentidos necessários ao texto, entre eles a ironia. Portanto, o entendimento da mensagem é resultado do conhecimento que seus leitores adquiriram a partir da leitura de outros textos, anteriores a essa edição, que tratam do mesmo tema, a política brasileira, principalmente no que diz respeito às notícias sobre corrupção.

Ainda no que se refere ao cenário político brasileiro, vale observar o que a Revista *Veja* apresenta em sua edição 2439, publicada em 19.08.2015. Para construir a capa, a revista escolheu exibir a imagem parcialmente esverdeada do ex-tesoureiro do PT, João Vaccari Neto, ressaltando várias notas de dólares que cobrem uma grande parte do lado direito de sua cabeça, face e ombro.



Na parte inferior da capa, o título “A REPÚBLICA DO PIXULECO”. Destaca-se no trecho a inscrição do termo “pixuleco”. Trata-se de um neologismo criado a partir do vocábulo “pixulé”, mantendo-se o seu radical e acrescentando o sufixo –eco que, segundo Cunha & Cintra (1995), é utilizado como sufixo diminutivo no grau nominal das palavras.

Ademais, há um grupo de substantivos terminados com o sufixo –eco que apresentam valor irônico ou humorístico. Casos assim podem ser vistos em

enunciados como “O padreco já sabia de cor e salteado o discurso de todas as beatas do vilarejo”. Somam-se, ainda, os casos em que tal sufixo pode produzir um sentido de afetividade, como em “Paulinho, meu amoreco, venha aqui com a mamãe!”. Sobre esse último aspecto do diminutivo, Alonso (1967, p. 161) explica que

a velha ideia de que a velha significação diminutiva se derivou da afetiva – já que os objetos pequenos despertam em nós, às vezes, sentimentos de proteção e ternura ou desconsideração e menosprezo – vai sendo negada cada vez mais com mais segurança. O diminutivo na verdade, era o sinal de afeto.¹

Como podemos notar, muitos podem ser os usos para o sufixo *-eco*. Porém, para melhor compreendermos seu uso na capa de *Veja*, um deles, ainda não citado, merece nossa atenção. É o que orientam Basílio (2004) e Rocha Lima (1994), ao afirmarem que os diminutivos podem produzir uma ideia pejorativa sobre o ser que está sendo apresentado. É o que podemos perceber em enunciados como “Que livrecos esses adolescentes leem, não é mesmo?!”.

Uma vez observados os possíveis sentidos que podem ser atribuídos ao prefixo *-eco*, penso pertinente observar a origem do termo “pixuleco” utilizado na composição do título da capa da revista. Sobre o vocábulo, cumpre lembrar que não consta dos principais dicionários, uma vez que não faz parte do registro oficial da Língua Portuguesa no Brasil. Ao ser utilizado pelo ex-tesoureiro do Partido dos Trabalhadores durante interrogatório da Lava Jato gerou polêmica se o termo era dicionarizado ou não. Antes disso, somente na literatura uma referência ao termo que, mesmo não sendo “pixuleco”, deu origem à palavra usada por Vaccari Neto.

O escritor e jornalista João Antônio (1837-1996), notabilizado por retratar o cotidiano da malandragem de grandes centros como São Paulo e Rio de Janeiro, fez uso do termo “pixulé” para fazer referência a “pouco dinheiro”. Em um dos trechos de “Paulinho Perna Torta”, o autor escreve: “Humilde, eu recolhia a groja magra. Tudo pixulé, só caraminguás, uma nota de dois ou cinco cruzeiros. Mas eu levantava os olhos e agradecia”.

¹La vieja idea de que la significación empequeñecedora se ha derivado de la afectiva — ya que los objetos chicos despiertan en nosotros, por veces, sentimientos de protección y ternura o de desconsideración y menosprecio — va siendo rechazada cada vez con más seguridad. El diminutivo, más bien, era el signo de un afecto (ALONSO, 1967, p. 161).

Já no cenário político brasileiro, em parte de sua delação premiada na Lava-Jato, o proprietário de uma das empresas envolvidas no escândalo de pagamento de propinas afirma que o ex-tesoureiro do PT sempre ligava para cobrar o “pixuleco”, termo que este usava para se referir à propina de 1% dos contratos firmados com a Petrobras. Podemos pensar que João Vaccari Neto pretendeu informar que sua participação nos negócios se resumia a um pequeno numerário, valendo-se do percentual para ironizar uma possível reprovação pelo desvio.

Como podemos notar, a literatura mais uma vez serviu de fonte para a construção de uma capa de revista. Dialogando com a obra “Paulinho Perna Torta” (1993), *Veja* não somente se vale do termo “pixuleco” para dar título à sua principal matéria, como ainda constrói sua crítica, ao se referir à “República do Pixuleco”, numa alusão à Explanada dos Ministérios, em Brasília.

Se considerarmos que a vida social serve de material para a construção do literário, penso que aquilo que a literatura oferece também tem servido para a compreensão da realidade dos fatos em diferentes esferas, inclusive da política. Para uma melhor compreensão, recorro a Cândido (2006, p. 14), que ao explicar a relação entre literatura e sociedade, afirma que “o externo (no caso, o social) importa, não como causa, nem como significado, mas como elemento que desempenha um certo papel na constituição da estrutura, tornando-se, portanto, interno” da obra.

É verdade que, ao escrever sua obra, João Antônio não tinha conhecimento da Lava Jato, uma vez que o contexto temporal de sua produção literária é anterior a essa operação da Polícia Federal. Entretanto, podemos notar algum diálogo com a temática trabalhada pelo escritor em suas obras, o cotidiano das malandragens no Brasil, usando o termo “pixulé” quando se referia a pequenos valores alcançados por suas personagens.

Cândido (2006, p. 82-83) explica que

o escritor, numa determinada sociedade, é não apenas o indivíduo capaz de exprimir a sua originalidade (que o delimita e especifica entre todos), mas alguém desempenhando um papel social, ocupando uma posição relativa ao seu grupo profissional e correspondendo a certas expectativas dos leitores ou auditores.

O universo social e suas mazelas são o foco da obra do escritor paulistano. Não levando em conta as enormes diferenças de classes entre as personagens da

obra de João Antônio e os acusados de envolvimento na Lava Jato, penso que a obra literária oferece suporte para nossa compreensão sobre o que a capa de revista em foco apresenta. Valendo-se da ironia, *Veja* não somente faz menção à “República do Pixuleco”, como também apresenta sua base política, o partido político mais popular do Brasil, o PT, conforme a inscrição na faixa que cobre a imagem do criador do neologismo, João Vaccari Neto.

Antes de apresentar a nova capa a ser analisada, penso como pertinente oferecer algumas informações contextuais sobre o fato que possibilitou sua construção. Em entrevista à *Folha de S. Paulo* no dia 06.07.2016, a Presidente da República, Dilma Rousseff, após seus adversários defenderem seu afastamento do cargo, fez a seguinte afirmação: “Eu não vou cair. Eu não vou, eu não vou. Isso aí é moleza, é luta política”. Em outro trecho, continua: “Não tem base para eu cair, e venha tentar. Se tem uma coisa que não tenho medo é disso”. Poucos dias após a publicação da entrevista pelo jornal paulistano, em 15.07.2016, Revista *Veja* apresentou a seguinte capa para sua edição 2334:



Não parece haver dúvidas de que a imagem da presidente sentada sobre uma cadeira azul solta no ar, acima das nuvens, tendo como pano de fundo o azul predominante do céu cobrindo quase toda a capa, merece nossa reflexão. Para isso, entendo ser preciso realizar a leitura de alguns elementos e, por conseguinte, buscar construir possíveis diálogos que, de algum modo, contribuíssem para a produção dos sentidos do texto.

Poderia inicialmente buscar uma compreensão para o conteúdo imagético, tentando entender algum(ns) sentido(s) que pudesse(m) justificar sua escolha. Tal decisão poderia estar apoiada no princípio de que, na maioria dos textos, as imagens atraem mais do que as palavras a atenção do leitor. Todavia, ao observar a capa, buscarei apresentar uma compreensão para a escolha do título “A INSUSTENTÁVEL LEVEZA”.

O título da capa escolhido por *Veja* nos permite pensar no romance “A Insustentável Leveza do Ser”, de Milan Kundera, escritor da antiga Tchecoslováquia. Na sequência, entendo que a apresentação de algumas informações sobre a obra (transposta para o cinema) nos leva a refletir sobre outros diálogos que, provavelmente, contribuíssem para *Veja* produzir os sentidos de sua publicação, uma crítica à figura da presidente Dilma Rousseff.

Na obra de Kundera, o desenvolvimento do enredo erótico-amoroso se conjuga com enorme sensação de felicidade a um momento histórico politicamente opressivo e à reflexão sobre a existência humana como um enigma que resiste à decifração. Como consequências de suas escolhas ou por interferências alheias, cada uma de suas personagens experimenta, ao seu modo, o peso insustentável que calcula a vida. Em outras palavras, podemos dizer que elas buscam meios para reconhecer a opressão política dos anos de 1960 e 1970 em Praga e, de algum modo, tentar amenizá-la.

Vale observar o que o autor apresenta na primeira parte da obra. Ao tentar construir uma distinção entre o “peso” e a “leveza”, autor afirma que

o fardo mais pesado é também, ao mesmo tempo, a imagem do momento mais intenso de realização de uma vida. Quanto mais pesado for o fardo, mais próxima da terra se encontra a nossa vida e mais real e verdadeira é. Em contrapartida, a ausência total de fardo faz com que o ser humano se torne mais leve do que o ar, fá-lo voar, afastar-se da terra, do ser terrestre, torna-o semirreal e os seus movimentos tão livres quanto insignificantes. Que escolher, então? O peso ou a leveza? (p. 2).

Considerando o aspecto existencialista das palavras de Kundera, penso que a leveza apresentada na obra seja resultado de uma vida regrada por uma liberdade desprovida de compromisso. Nesse sentido, é possível que essa tranquilidade tenha sua origem em um estado de não engajamento com as situações em que os indivíduos estão inseridos no cotidiano.

Não há dúvidas de que um primeiro plano de leitura é insuficiente para tecermos um número de relações entre a capa de *Veja* em tela e o texto de Kundera. Contudo, valho-me do princípio bakhtiniano de que é “o diálogo entre muitos textos da cultura, que se instala no interior de cada texto e o define” (BARROS, 2011, p. 4). Assim, a partir de alguns trechos de “A Insustentável Leveza do Ser” pretendo apresentar uma compreensão sobre a construção dos sentidos na capa em estudo.

Já na primeira parte do romance, o escritor afirma que “o fardo mais pesado é também, ao mesmo tempo, a imagem do momento mais intenso de realização de uma vida”. Num diálogo com a capa da revista, penso que o cargo assumido por Dilma Rousseff pode significar para um político o grau máximo de sua realização pessoal, exigindo dele uma postura responsável na mesma medida.

Não devemos descartar que, em tomadas de grandes decisões ou diante de grandes adversidades, essa responsabilidade possa se traduzir em um grande “peso” para o político. Em outras palavras, podemos dizer que quanto maior sua representatividade política, maior será sua responsabilidade.

Na sequência do texto de Kundera, o autor afirma que “quanto mais pesado for o fardo, mais próxima da terra se encontra a nossa vida e mais real e verdadeira é”. De modo contrário, *Veja* apresenta a imagem de uma presidente sentada sobre uma cadeira totalmente solta acima das nuvens, como se provida de uma sensação de liberdade, distante das responsabilidades típicas de sua função. A face sisuda, o olhar fixo, as vestes e calçados em concordância com o cargo assumido, as mãos fechadas e cruzadas, os punhos cerrados e os pés cruzados e apoiados na base de sua cadeira servem para construir uma sensação de firmeza da presidente.

Tal “firmeza” entra em contraste com o restante da imagem. A cadeira solta no ar, tendo como base as nuvens, é capaz de transmitir ao leitor uma sensação de “leveza”. Somado a isso, o azul de um céu limpo, claro, sem imagens de qualquer ameaça, busca transmitir a imagem de uma presidente aparentemente segura em

seu posto. Portanto, considerando o tom de suas declarações à *Folha de S. Paulo*, tal cor parece oferecer à contestada presidente uma sensação de serenidade, consequência da confiança em si mesma ao longo da entrevista.

Farina (1990) explica que a cor não é uma matéria, mas sim uma sensação. Podemos dizer que, ao escolher o tom azul para transmitir uma aparente serenidade atribuída à Dilma Rousseff, a revista pretende que os leitores compartilhem de seu discurso, isto é, uma ironia à autoconfiança da presidente. Desse modo, se para *Veja* Dilma mostra-se aparentemente relaxada, alheia às críticas sofridas naquele momento, da mesma visão seus leitores deverão compartilhar, contribuindo para a queda de seu índice de popularidade.

Finalizando a transcrição dos fragmentos da obra de Kundera, dividirei o trecho restante em três partes. No primeiro deles, o escritor ressalta que “a ausência total de fardo faz com que o ser humano se torne mais leve do que o ar”. Nesse ponto, a justificativa do título apresentado por *Veja* parece ganhar ênfase, considerando que “sem apoio popular e do Congresso, o governo Dilma flutua em um ambiente de incerteza”, conforme enunciado da capa.

Pode-se inferir a partir da capa de *Veja* sua grande crítica à figura de Dilma Rousseff: “enquanto as suspeitas de corrupção chegam perigosamente perto do Planalto”, a presidente parece não oferecer a devida importância à sua situação política. Desse modo, seu descompromisso com a opinião pública, não reconhecendo a baixa popularidade provocada pelas últimas notícias, torna suas declarações à mencionada entrevista “tão livres quanto insignificantes”, uma alusão ao texto de Kundera.

Na parte final da transcrição de “A Insustentável Leveza do Ser”, a grande indagação: “Que escolher, então? O peso ou a leveza?”. Como uma voz que, de praxe, se posiciona contrariamente ao que propõe a gestão petista, *Veja* parece construir uma resposta que permite aos seus leitores pensarem que Rousseff diante das acusações preferiu estar, como na linguagem popular, “livre, leve e solta”, não oferecendo a devida importância às últimas publicações sobre seu governo. Por sua vez, com o título “A INSUSTENTÁVEL LEVEZA”, *Veja* parece dizer ao seu público que as respostas da presidente, buscando transmitir segurança, livre de qualquer preocupação sobre as acusações recebidas, não são suficientes para esconder a insustentabilidade de sua situação política.

Observando o histórico de outras publicações de *Veja* ao longo do período em que a Presidência da República esteve ocupada por algum membro do PT, podemos notar que, como nesta última capa, a revista agiu constantemente como uma voz que não se afastou do embate com o partido. Assim como nas edições até aqui apresentadas, a revista busca fazer um recorte da realidade, não deixando de fazer valer o posicionamento que pretende imprimir em seu discurso, uma vez que não “não é possível o acesso ao real sem atribuir um recorte ideológico” (HERNANDES, 2006, p. 23). Portanto, é necessário ao profissional da imprensa atribuir valores àquilo que publica.

Diferentemente de *Veja*, nas capas da revista *Carta Capital* não são comuns posicionamentos desfavoráveis à imagem do Partido dos Trabalhadores. Na capa a seguir, construída para a edição 919, é possível observar que a revista sai em defesa do PT, ainda que não cite diretamente o nome do partido ou o nome de algum de seus partidários.



Sem deixar totalmente explícito, *Carta Capital* busca associar as atividades do promotor representante da Operação Lava Jato, Deltan Dallagnol, às cruzadas católicas ocorridas na Idade Média. O que torna possível essa leitura são as relações capazes de seres construídas a partir do texto imagético, do título e do subtítulo escolhido para a capa.

A imagem construída para o coordenador da força-tarefa da operação da Polícia Federal dialoga com a imagem de um pregador medieval, numa referência às grandes cruzadas católicas promovidas pela Igreja naquele momento da história. No plano superior, a imagem de Dallagnol parece orientar uma multidão atenta ao seu discurso, assim como Pedro de Amiens (1050-1115), célebre monge pregador e guia espiritual da Primeira Cruzada, agiu, exaltando os ânimos do povo, a partir de seu lema, para a necessidade de lutar contra as injustiças na Jerusalém de sua época, dominada pelos muçumanos.

Vale ainda notar que na Idade Média, outro grave problema enfrentado pelos homens estava relacionado à imagem de justiça. A esse respeito, FRANCO JÚNIOR (1992, p. 54) explica que “os elementos socialmente mais humildes (..) ficavam inevitavelmente à mercê de nobres, clérigos e funcionários reais ou feudais, muitas vezes donos de grande autonomia e de grande cupidez”. Na capa, *Carta* parece denunciar uma dependência do povo brasileiro diante dos sentidos de justiça promovidos por discursos como o pregado por Dallagnol nas investigações da Lava Jato..

A fim de melhor compreender esse processo dialógico na referida capa, penso ser interessante recorrer ao que em 16.09.2016, outro veículo de comunicação, o Jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre, apresenta sobre o coordenador da Lava Jato. Para o periódico, o cristão Deltan Dallagnol “é movido por suas crenças”. Ele “acredita que pode mudar a forma de combater a corrupção no país”. Para isso, “também se associou às 10 medidas de combate à corrupção, projeto que chegou ao Congresso com a assinatura de mais de 2 milhões de pessoas”. Nessa missão, “em busca de apoio, o procurador peregrinou por igrejas”, enquanto “advogados e procuradores mais experientes não aprovam o estilo”. É em razão disso que “adversários dizem que Dallagnol quer ‘santificar’ a Lava-Jato”.

Dáí, a imagem do chefe da Lava-Jato com os braços levantados em direção ao céu. Firme em uma das mãos, a figura de um crucifixo. Em um plano inferior, uma multidão de seguidores, ouvintes de sua “pregação”, a luta contra a corrupção,

segundo seus depoimentos. “Um seguidor de Jesus”, como se descreve, “a partir dos cultos, levou sua palavra contra a corrupção, que ecoou por escolas, associações, clubes e o plenário do Congresso” (Jornal *Zero Hora*, 16.09.2016).

Observando o contexto da edição de *Carta Capital*, podemos ainda pensar que a investida da Lava-Jato contra os acusados, sendo os maiores alvos políticos e empresários ligados ao Partido dos Trabalhadores, a alusão ao “golpe” se refere ao afastamento do PT do mais alto escalão do governo, a Presidência da República, o que para os enunciadores, caso se concretize, significaria um ato inapropriado. Desse modo, Deltan Dallagnol representa esse ameaça, tendo como fundamento um discurso movido por uma “farsa”, ou seja, o levantamento de acusações sem quaisquer provas contundentes, o que para a revista traduz a “demência” dos membros da operação.

Em poucas palavras, “o golpe, da farsa à demência”, *Carta Capital* apresenta marcas de um posicionamento político favorável à gestão do Partido dos Trabalhadores, agindo inclusive como uma voz que polemiza com outras revistas que também apresentam em suas capas o desenvolvimento da Operação Lava Jato. É o que pode ser notado em outras capas da revista, como estas construídas para as edições 909, 899 e 892, respectivamente.



As três capas foram publicadas no primeiro semestre de 2016, período anterior ao *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff. A leitura de cada uma delas nos permite observar o posicionamento assumido por *Carta Capital*. A revista ora se manifesta usando imagem de petista como alvo de algum processo que, na visão do periódico, é uma acusação injusta, ora apresenta a imagem de algum agente causador dessa injustiça.

A primeira das três capas, a construída para a edição 909, traz a imagem que indica uma presidente aparentemente decepcionada. Para justificar esse estado de Dilma, a revista apresenta abaixo da imagem dois enunciados. O primeiro deles é a transcrição da fala da própria presidente que, em depoimento à Comissão do Impeachment, afirma: “Já sofri a dor indizível da tortura, já passei pela dor aflitiva da doença e hoje sofro a dor igualmente inominável da injustiça”. Quanto ao segundo, coube à *Carta* construir, dando destaque ao que denomina “O CHEIRO DO GOLPE”.

Em sua declaração, Dilma busca construir um *ethos* de si mesma, uma vez que pretende fazer com que o público acredite em sua inocência, que as acusações apresentadas contra ela não passam de uma injustiça. Todavia, tem contra si a imagem que uma parte do público tem sobre dela. Isso porque

o *ethos*, enquanto imagem que se liga àquele que fala, não é uma propriedade exclusiva dele; ele é antes de tudo a imagem de que se transveste o interlocutor a partir daquilo que diz. O *ethos* relaciona-se ao cruzamento de olhares: olhar do outro sobre aquele que fala, olhar daquele que fala sobre a maneira como ele pensa que o outro o vê. Ora para construir a imagem do sujeito que fala, esse outro se apoia ao mesmo tempo nos dados preexistentes ao discurso – o que ele sabe *a priori* do locutor – e nos dados trazidos pelo próprio ato de linguagem (CHARAUDEAU, 2006, p. 115).

Por mais que seja tão somente um só sujeito, o *ethos* pretendido por Dilma é resultado de uma dupla identidade, fundida em uma única. Para Charaudeau (op. cit., p. 115), “o sujeito aparece, portanto, ao olhar do outro, com uma identidade psicológica e social que lhe é atribuída, e, ao mesmo tempo, mostra-se mediante a identidade discursiva que ele constrói para si”. Resumidamente, podemos pensar que “o sentido veiculado por nossas palavras depende ao mesmo tempo daquilo que somos e daquilo que dizemos” (CHARAUDEAU, op. cit., 115).

Construir um *ethos* significa estar diante de um conjunto de vozes que, constantemente, se mostram polêmicas. Se pensarmos no próprio sujeito que busca apresentar uma imagem de si mesmo, estaremos diante de um jogo de imagens sobre esse mesmo indivíduo. Chararadeau (op. cit., p. 116) ressalta que “todo sujeito que fala pode jogar com máscaras, ocultando o que ele é pelo que diz, e, ao mesmo tempo, o interpretamos como se o que ele dissesse devesse necessariamente coincidir com o que ele é”. Enquanto os sujeitos imaginam ser a

imagem construída por eles mesmos, o que constroem sobre si pode aos olhos dos outros não refletir o mesmo resultado.

Assim, podemos dizer que o sujeito, ao construir um *ethos* sobre si, depara-se com diferentes vozes que se cruzam nesse processo. No caso da capa apresentada, considero razoável afirmar que a declaração trazida por Dilma Rousseff não partiu de um vazio, mas sim de numa necessidade de apresentar uma réplica, de contestar alguma afirmação de seus interlocutores, aqueles que o acusam. A estes últimos somam-se os indivíduos ou grupos sociais que, mesmo não acusando, também não se posicionam favoravelmente à imagem oferecida pela presidente. Por fim, devemos ainda considerar o comportamento dos variados veículos de comunicação diante da declaração da petista, como podemos perceber nas capas de *Carta Capital* e de *Veja*, revistas que, em relação ao Partido dos Trabalhadores, mostram-se como vozes dissonantes entre si.

Para a capa seguinte, da edição 899, *Carta Capital* escolheu exibir a imagem do Vice-Presidente, Michel Temer, contra quem, assim como contra seu novo plano a revista busca polemizar. Cabisbaixo, demonstrando preocupação, o peemedebista recebe uma tarja preta com a inscrição “SURFISTA DO GOLPE”. Na sequência, para explicar tal alcunha, a revista afirma que “Temer prepara-se para comandar um governo ilegítimo e o país oferece ao mundo um espetáculo ao mesmo tempo trágico e ridículo”. Por fim, o fechamento da capa apresenta o título de duas matérias sobre aquilo que traz como denúncia, o “golpe” é “a chance da esquerda”, o que para um de seus colunistas, Celso Amorim, pode significar “o Brasil humilhado” por uma disputa de contornos políticos.

Além de se valer dos enunciados, a revista apresenta uma seleção cromática capaz de contribuir para a produção dos sentidos de sua crítica. Aqui, abordarei a escolha de três delas, a amarela, a vermelha e a preta, considerando os diálogos possíveis entre a simbologia dessas cores e os elementos verbais apresentados.

O primeiro realce pode ser visto na escolha do amarelo para compor a base da escrita do núcleo do título atribuído a Temer, “surfista”, e os enunciados que o seguem. Para compor a primeira parte do nome da revista, *Carta*, e os nomes dos colunistas que no interior da revista apresentarão matérias a respeito do “golpe”, a cor escolhida foi o vermelho.

Ao apresentar seu estudo sobre as cores, Guimarães (2000, p. 59) explica o sentido do amarelo e do vermelho, exemplificando com sinalizações que tradicionalmente usamos em nossa vida. O amarelo, por exemplo, “pode ser considerado, muitas vezes, um signo fraco”. Esse signo tem a função de advertir sobre algum perigo iminente, significando um alerta de perigo, como ocorre em sinais de trânsito e em áreas de risco de vida. No caso da capa em tela, tal cor pode ser um índice de alerta, uma advertência para os perigos de Michel Temer assumir a Presidência da República.

Enquanto o amarelo, como advertência, “antecipa o perigo”, o vermelho pode apresentar o perigo. Na capa, tanto para compor parte do nome da revista quanto para os nomes dos colunistas que tratarão do assunto no interior da revista o vermelho foi a escolha cromática dos enunciadores. Isso não significa dizer que *Carta* e seus colunistas representem o risco, mas sim aqueles que apresentam o iminente perigo, caso Temer assuma o poder. Por essa escolha, a revista assume uma postura de reprovação do nome do Vice-Presidente, qualificando como um perigo, um “surfista do golpe”.

Cumprir lembrar que, na capa, o amarelo também contribui para a construção de uma imagem negativa à identidade do Vice-Presidente. Ainda sobre os sentidos associados a tal cor, Guimarães (op. cit., p. 89) comenta que

para a tradição heráldica – a ciência dos brasões –, **o amarelo é a cor da inveja, da inconstância, do adultério e da traição**. É interessante destacarmos a forma conclusiva como Pastoureau define a atuação política do amarelo: **“Está demais desvalorizada no plano ideológico e simbólico para que o movimento político ou sindical o adote como emblema”**. (os grifos são meus)

Como podemos notar, a escolha para compor o núcleo adjetivo atribuído a Michel Temer foi o amarelo. Como “surfista” de um provável golpe, pode representar, no entendimento da revista, a marca da inveja e da traição à figura da Presidente Dilma Rousseff. Por ser considerado um “surfista” do golpe, tem contra si uma imagem desvalorizada politicamente, o que pode lhe custar a falta de credibilidade junto à classe política, imprensa e sociedade brasileira.

Outra cor que merece uma observação é o preto. Ao comentar sobre a força dessa cor, Guimarães (op. cit., p. 91) ressalta que ela, “além de ser a cor da morte e das trevas, é a cor do desconhecido e do que provoca medo”. Na capa em questão,

o que pode provocar temor é a possibilidade de Temer assumir o poder, em caso de *impeachment* de Dilma Rousseff. Dai, então, a escolha de tal cor para compor o terno vestido pelo Vice-Presidente, a tarja preta que corta a foto de Temer, bem como os perigos que o seu governo poderá representar, como consta nos enunciados abaixo de sua imagem.

Em outra edição, agora a 892, a revista optou por apresentar a imagem do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Para a composição do título, a escolha por letras garrafais na cor amarela, em contraste com o fundo acinzentado, LULA E O COMPLÔ. Acompanhando o título, o seguinte enunciado: AMEAÇADO DE PRISÃO SEM PROVAS, O EX-PRESIDENTE REAGE AO CERCO.

Com uma voz em defesa do petista, a revista explica que a reação do político ocorre a partir de ameaça de prisão sem provas sofrida por ele. A afirmação da “falta de provas” tem como apoio o engajamento político assumido pelo periódico. Como já mencionado, Carta Capital tem ao longo das edições se apresentado favoravelmente ao Partido dos Trabalhadores, na figura de seus principais representantes. Em defesa de Lula, os enunciadores da revista significam uma voz a polemizar com os interesses dos investigadores da Lava Jato, de partidos e políticos de oposição, assim como de outros periódicos como a Revista *Veja*.

No tocante às cores, o amarelo, como já mencionado, pode simbolizar um alerta. No caso do título da revista, esse signo pode indicar a ameaça a Lula, ou como afirma a revista, um complô. Outro destaque, o tom acinzentado para apresentar a face do ex-presidente, também contribui para persuadir o público para uma sensibilização sobre o estado político em que vive Lula. Segundo Campos (1978, p. 96), o cinza pode oferecer disforia, sensação de mal-estar vivida pelo petista, situação bem diferente de quando esteve no poder.

Combinando com a cor cinza, está o preto, escolha para cobrir o fundo esquerdo da capa, uma vez que a maior parte é preenchida com o rosto de Lula. Essa cor também oferece grande força de representação, possibilitando ao leitor de *Carta* compreender a gravidade da situação em que vive o ex-presidente. Somada ao cinza, a cor preta, além de possibilitar a ênfase do amarelo usado para o título, também coopera na construção dos juízos de valor dos enunciadores da revista, considerando a necessidade de dramatizar a situação de Lula para os leitores.

No trecho final do subtítulo, a revista informa que “o ex-presidente reage ao cerco”, uma reação tomada por Lula como resposta aos seus acusadores. Nesse caso, há um jogo de vozes que polemizam sobre um mesmo fato, o suposto crime cometido por Lula. De um lado, quem o acusa; de outro, o próprio ex-presidente, buscando desconstruir a força da voz que o denuncia.

Cumprido ressaltar que a postura assumida por *Carta Capital* nessas três últimas capas analisadas polemiza ainda com outras revistas, como podemos notar no que trazem as capas de *IstoÉ*, *Veja* e *Época*, edições 2419, 2477 e 890, publicadas em 20.04.2016, 11.05.2016 e 27.06.2015, respectivamente.

Comparando esse trio de capas com as apresentadas por *Carta Capital*, é notória a diferença quanto ao posicionamento de seus enunciadores diante da figura de Dilma Rousseff, Luiz Inácio Lula da Silva e do Partido dos Trabalhadores. Cada uma delas pode ser vista como uma consequência de outras publicações, tendo a produção dos sentidos ali presentes graças ao diálogo necessário com outros textos, materiais que motivaram as publicações. Vejamos, inicialmente, a capa de *IstoÉ*, publicada em 20.04.2016:



Para a construção dessa capa, os enunciadores de *IstoÉ* apresentam um longo texto verbal, recurso incomum em capas de revistas. Apresentando uma sequência argumentativa, o texto verbal busca levar o leitor a uma aceitação de que o processo movido contra Dilma Rousseff não significa um golpe para retirá-la da Presidência da República.

Perelman & Olbrechts-Tyteca (2002, p. 50) explicam que “o objetivo de toda argumentação [...] é provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se apresentam a seu assentimento”. Considerando que o auditório possa representar uma voz que ainda não compartilha da tese trazida pelo orador, a recorrência a elementos argumentativos se mostra como uma tentativa de desconstruir tal polêmica. Assim, a argumentação é também um tipo de polifonia nos textos jornalísticos, em especial nas capas de revistas.

Ao longo do texto que compõe a capa da revista, seus enunciadores trazem alguns elementos a fim de fazer que o público aceite a tese apresentada, ou seja, de que “não vai ser golpe” o *impeachment* de Dilma Rousseff. Para isso, buscam justificar a tese, afirmando, entre outros argumentos, que “as pedaladas fiscais, muito mais do que crimes de responsabilidade, serviram como arma para o governo praticar o estelionato eleitoral derradeiro, nas eleições de 2014”.

Como já mencionado, um enunciado negativo será sempre originário de outro enunciado, uma tentativa de negar uma afirmação, ainda que implícita. Assim, se *IstoÉ* afirma e, inclusive, ressalta no final do texto, que “não “vai ser golpe”, a negação age como uma resposta a outra(s) voz(es) que defendem a ideia de que o processo de afastamento da então presidente significa um ato injusto, ilegal. Havendo entendimentos distintos sobre o mesmo fato, coube à revista apresentar elementos que pudessem justificar sua tese e provocar a adesão de novos simpatizantes de sua ideia.

Aceitar um argumento, explica BRETON (2003, P. 176), significa partilhar a opinião da qual esse argumento é a apresentação e, por trás dele, os valores, os pontos de vista, a autoridade e até a novidade que fundamentam essa opinião. Para o orador, é necessário, portanto, que as vozes que ainda não se manifestam em prol de seu discurso passem a aderir a sua proposta enunciativa. Nesse caso,

considerando o público, o orador deve estar atento ao modo como construirá sua argumentação, valendo-se do convencimento ou da persuasão.

No tocante à capa em tela, vale dizer que fazer que o público assuma o discurso de que o processo contra a Presidente não significa um golpe exige do enunciador jogar com diferentes estratégias languageiras. Nesse processo, a seleção linguística é de extrema importância para os propósitos da argumentação, uma vez que a intenção é levar ao auditório uma visão sobre os fatos que poderia não ser percebida até a publicação da revista.

Já na antiguidade, algumas expressões da linguagem verbal eram alvo de discussões entre aqueles que se dedicaram ao estudo da argumentação. Por entenderem que tais expressões não faziam parte do uso padrão da linguagem, os estudiosos da época optaram por inseri-las entre as figuras de retórica. Em estudos recentes, ao apresentar a “Nova Retórica”, Perelman & Olbrechts-Tyteca (op. cit., p. 190) ressalta que “o emprego de algumas figuras determinadas se explica pelas necessidades de argumentação”.

Entre essas figuras retóricas, está a metáfora. Esse recurso, nas palavras de AZEREDO (2012, p. 484), “é um ‘princípio onipresente da linguagem’, pois é um meio de nomear um conceito de um dado domínio de conhecimento pelo emprego de uma palavra usual em outro domínio” Quando usada para a construção argumentativa, a metáfora se oferece como um ótimo expediente persuasivo.

Ao se valerem da metáfora, os enunciadores não apenas apresentam sua visão sobre o afastamento de Dilma, mas também buscam provocar em seus leitores a sensibilização para as causas da acusação contra a petista. Em vez de “o impeachment é **resultado** de corrupção (...)”, a escolha dos enunciadores de *IstoÉ* foi recorrer a “o impeachment é **fruto de uma árvore de horrores adubada** com muita corrupção (...)” (os grifos são meus). Ao escolher a metáfora, a revista espera melhor alcançar a atenção do público, valendo-se da persuasão, ou seja, da sensibilização para conquistar a adesão dos seus leitores.

Ao optar por um texto argumentativo na capa, *IstoÉ* traz para o embate diferentes vozes contrárias à revista. Dialogando com posicionamentos opostos ao seu ponto de vista sobre o processo de *impeachment*, a revista não apenas expõe um fato, como também apresenta suas provas de que o afastamento de Dilma Rousseff “não vai ser golpe”, numa alusão ao destaque da capa, além de

representar uma tentativa de desfazer a voz do outro, ou seja, desqualificar os reiterados pronunciamentos de “não vai ter golpe” proferidos pelos aliados da presidente. Desse modo, podemos dizer que a busca por provas significa uma tentativa de enfraquecimento de vozes que acreditam em golpe movido contra a Presidente. Entre essas vozes polêmicas, Dilma, o PT, revistas como a Carta Capital e parte de leitores até a edição em estudo ainda não haviam aderido ao discurso defendido por *IstoÉ*.

Polêmicas como essas são também comuns nas capas de *Veja* e de *Época*. A primeira, em sua edição 2477, despede-se de Dilma Rousseff e de Eduardo Cunha, presidente, afastado da Câmara dos Deputados, em tom de ironia. “TCHAU, QUERIDA, TCHAU, QUERIDO”, em letras garrafais vermelhas para destaque, foi a escolha da revista para produzir ironicamente os enunciados principais da capa, com os quais sintetiza seu posicionamento quanto aos afastamentos tanto de Dilma quanto de Cunha.



Fazendo referência ao processo da Lava Jato, movido pela Polícia Federal, muitos são os textos que contribuem para o novo que se informa a cada nova etapa das investigações. Em um deles, a 24ª fase da Lava Jato, a conversa telefônica entre Lula e Rousseff, o telefonema foi alvo de interceptação da Polícia Federal. Após nomeação do ex-presidente para o cargo de ministro chefe da Casa Civil, os petistas discutem questões pertinentes a sua posse, fato que para a oposição serviria para livrar Lula de possível ato policial, isto é, a prisão, como a transcrição a seguir, publicada pelo portal do Jornal *Estado de S. Paulo* em 16.02.2016:

Dilma: "Alô."

Lula: "Alô."

Dilma: "Lula, deixa eu te falar uma coisa."

Lula: "Fala, querida. Ahn?"

Dilma: "Seguinte, eu tô mandando o 'Bessias' junto com o papel pra gente ter ele, e só usa em caso de necessidade, que é o termo de posse, tá?!"

Lula: "Uhum. Tá bom, tá bom."

Dilma: "Só isso, você espera aí que ele tá indo aí."

Lula: "Tá bom, eu tô aqui, fico aguardando."

Dilma: "Tá?!"

Lula: "Tá bom."

Dilma: "Tchau."

Lula: "Tchau, querida."

Aproveitando-se da fala final do ex-presidente, *Veja* reproduz o enunciado como parte do título para a capa. Na data da publicação da capa, somado ao nome de Dilma, estava o de Eduardo Cunha em diferentes processos de afastamento, o que contribuiu para os enunciadores da revista também “se despedirem” do ex-presidente da Câmara dos Deputados.

Como mencionado, *Veja* escolhe inserir na malha discursiva do texto a ironia ao se dirigir aos dois políticos em foco. Sobre esse recurso, há uma grande quantidade de posicionamentos teóricos. Assim, uma definição plena do termo esbarra em um número de conceitos que não completam uma ideia comum.

Ao tratarem da ironia no Dicionário de Análise do Discurso, Charaudeau & Maingueneau (2004, p. 292) afirmam que se trata de uma

fenda que o enunciador escava em sua própria enunciação, desconexão que se quer desconcertante entre discurso e realidade, a ironia, ao contrário da metáfora, permanece por natureza uma questão *aberta*, que cada teoria analisa em função de seus pressupostos. Decidir o que é a ironia implica, na realidade, uma certa concepção de sentido, da atividade de fala ou da subjetividade.

A falta de um alinhamento teórico entre os principais estudiosos do tema provoca, portanto, no pesquisador a necessidade de apontar um aporte teórico que melhor contribua para o exame do texto em tela. Assim, considerando um dos focos desta tese, a identificação e a reflexão sobre possíveis elementos polifônicos, recorro ao que oferecem Charaudeau & Maingueneau (op. cit.) e Kerbrat-Orecchioni (1986).

Para os primeiros, a ironia é “um tipo de enunciação essencialmente insolúvel, que carrega valores contraditórios”, podendo “deixar o destinatário perplexo quanto a seu objetivo” (p. 292). Por sua vez, Kerbrat-Orecchioni (1986, p. 102) entende que, ao decidir pela ironia, o enunciador escolhe um alvo que se pretende desqualificar.

Como podemos notar, a capa traz nítida a postura assumida por *Veja*. Para justificar a irônica despedida, seus enunciadores afirmam que “com o impeachment de Dilma e a queda de Cunha, o Brasil tem chance histórica de fazer uma limpeza inédita na vida pública”. Por essa declaração, podemos afirmar que a revista se apresenta como uma voz contrária aos projetos políticos dos representantes do Executivo e do Legislativo, respectivamente.

Cumprindo ainda ressaltar a seleção lexical realizada para a construção do referido enunciado. As expressões “chance histórica” e “limpeza inédita” numa referência ao Brasil põem de um lado o povo brasileiro, representado na capa pelos leitores da revista, e, de outro, Dilma e Cunha, como grandes ameaças aos interesses da população.

Para *Veja*, o afastamento da petista e do peemedebista não representa apenas uma informação. É preciso construir alguns valores sobre o fato. Logo, para seus enunciadores, havendo de uma só vez a possibilidade de *impeachment* da dupla de políticos, o fato ficará marcado positivamente na história. Somado a isso, devemos ainda considerar que o afastamento, segundo a revista, representa uma “limpeza” jamais vista na história política brasileira.

De certo modo, essas escolhas lexicais realçam ainda mais a postura da revista que, apresentando-se como uma voz em oposição aos dois políticos, busca que seus leitores também compartilhem de mesma postura. Se um lado, tanto Dilma quanto Cunha sempre negaram envolvimento em qualquer ato que comprometesse seus respectivos mandatos, de outro a revista busca confirmar-se como uma voz a

desqualificá-los politicamente. Por fim, notando a possibilidade de *impeachment*, a recorrência pela ironia, recurso em que a alteridade das vozes é determinante para conhecermos a postura discursiva dos enunciadores.

Assim como na referida edição de *Veja*, a edição a seguir, da Revista *Época*, publicada em 27.06.2015, também destaca o posicionamento antipetista de seus enunciadores. Desta vez, o foco é a imagem do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva construída pela revista.



Diferentemente da capa de *Carta Capital*, edição 892, em que seus enunciadores afirmam haver um "complô contra Lula", *Época* busca polemizar, destacando um líder político cabisbaixo, em tom de preocupação diante de possíveis acusações. A imagem em ruínas do grande líder petista revela o fim de uma era não somente de Lula no plano político, mas principalmente do Partido dos

Trabalhadores, levando em conta sua representatividade no grupo. Daí, o título em letras garrafais: A RUÍNA DA ERA LULA.

O título se ancora em declarações ao lado da imagem de Lula. A primeira delas demonstra, por parte de *Época*, a intenção de apresentar um ex-presidente desorientado, considerando que “ataca seu partido, Dilma e próprio partido”. Por sua vez, “o PT defende o tesoureiro preso e os empreiteiros do Petrolão”, uma reprovação da revista que continua buscando mais argumentos para a “ruína da era Lula”, como pode ser observado no trecho “e a polícia investiga as novas provas contra o governador petista Fernando Pimentel” e na tarja branca em que apresenta informação exclusiva, ou seja, “as viagens internacionais do ex-presidente com o lobista preso da Odebrecht”.

Vale também destacar a escolha das formas verbais “ataca”, “defende” e “investiga”. Para cada uma delas, é possível pensar na presença de vozes anteriores aos enunciados em que os referidos verbos foram inseridos. Considero importante refletir sobre os sentidos desses verbos nos enunciados em que foram inseridos.

No primeiro caso, “Lula ataca seu partido, Dilma e o próprio legado”, o verbo “atacar” demonstra que o ex-presidente decide pela ofensiva, atacando o PT, sua companheira petista e sua herança política construída desde o lançamento do partido há mais de três décadas. Em outras palavras, podemos pensar em Lula como uma voz que contesta alguma postura apresentada por partidários do mesmo grupo político. Assim, as vozes do acusador e dos acusados se cruzam, e, no ponto comum, cada uma ao seu modo busca desqualificar a voz do outro.

Em “o PT defende o empreiteiro preso e os empreiteiros do Petrolão” a escolha do verbo “defender” nos remete para três vozes diretamente representadas. A primeira, a do Partido dos Trabalhadores; a segunda, do empreiteiro preso; e, por fim, a dos empreiteiros do Petrolão, que pode não representar a voz do empreiteiro preso. No enunciado, aquele defende alguém assim procede porque há quem tenha feito alguma acusação. Nesse caso, a voz que representa o PT polemiza com os acusadores do empreiteiro preso e dos empreiteiros do Petrolão.

Como não há no enunciado qualquer referência explícita à participação do empreiteiro detido ao grupo do Petrolão, vale dizer que o(s) acusador(es) poderá(ão)

não ser o(s) mesmo(s). Portanto, o empresário preso pode estar sendo acusado por motivos e vozes distintas dos outros empreiteiros.

No terceiro enunciado, “e a polícia investiga as novas provas contra o governador petista Fernando Pimentel”, o verbo “investigar” ocorre devido a suspeita(s) sobre o político petista. Como foi produzido o enunciado, é possível pensar em um conjunto de vozes ali presentes, conforme a seguir:

- a) a voz do denunciante do governador Fernando Pimentel;
- b) da polícia que busca ratificar a voz do denunciante;
- c) daquele que oferece as provas iniciais contra o governador;
- d) daquele que oferece novas provas, que poderá não ser a mesma do início do processo de investigação;
- e) de Fernando Pimentel, como governador acusado;
- f) de Fernando Pimentel, como petista acusado.

Cada um desses enunciados se ancora em possíveis declarações realizadas anteriormente a eles. Por exemplo, se existe um enunciador que afirma haver, por parte do PT, defesa de seu tesoureiro, bem como dos empreiteiros do Petrolão, essa afirmação pressupõe a existência de uma voz que contesta a lisura dos atos praticados pelos acusados. De mesmo modo, se a polícia investiga “novas provas” contra governador petista, essa decisão ocorre a partir da desconfiança sobre a postura do político.

Na mesma capa, podemos notar a presença de marcadores de pressuposição, que, segundo Koch, Bentes & Cavalcante (2012, p. 80), são também fatores de polifonia. Vale lembrar que a pressuposição não deve ser vista como de responsabilidade tão somente de quem apresenta o enunciado, mas deve ser compartilhado por ele e por quem o recebe. Nesse caso, a revista apresenta os enunciados, cabendo também aos seus leitores a construção dos sentidos requeridos pelas declarações. Se, por exemplo, em tom de exclusividade, *Época* informa a existência de viagens de Lula com o lobista preso da Odebrecht, essa declaração pode marcar duas pressuposições: a) a crença de que o ex-presidente também esteja envolvido em esquema de propinas, levando em conta a condição de sua companhia nas viagens; b) considerando o caráter antipetista da revista, o enunciado ser resultado de contestação de seus enunciadores, construindo uma

imagem negativa de Lula por acompanhar o lobista detido em viagens internacionais.

Em outra capa, agora de *IstoÉ*, edição 2415, publicada em 14.10.2015, os enunciadores se valeram de dois índices de polifonia: marcador de pressuposição e operador concessivo.



Como seria natural, a análise poderia ser introduzida a partir do título. Todavia, penso que, para compreender seu sentido, seja interessante inicialmente observar o enfoque do enunciado que o acompanha: “Investigação do Ministério Público revela que os crimes de Responsabilidade Fiscal ainda são praticados no segundo mandato apesar da rejeição das contas pelo TCU”.

No período, dois índices de polifonia contribuem para a produção dos sentidos do texto, segundo o que apresenta Koch (2012). O primeiro deles, o vocábulo “ainda” faz parte de uma lista de “marcadores de pressuposição”, conforme

Koch, Bentes & Cavalcante (op. cit., p. 80). Esses marcadores, segundo as autoras, “incorporam a perspectiva de outro(s) enunciador(es), por vezes, da *vox populi*, da crença comum” (op. cit., p. 80). Quanto ao segundo índice, o “operador concessivo”, a escolha dos enunciadores é a expressão “apesar de”.

Se a partir de investigação do Ministério Público, a revista informa que “ainda” ocorrem crimes de responsabilidade fiscal no segundo mandato de Dilma Rousseff, podemos pressupor duas situações motivadoras para a crítica apresentada pela revista: a) no primeiro mandato houve esse tipo de crime, a rejeição do Tribunal de Contas da União, todavia o problema voltou a ocorrer, agora no mandato seguinte; b) no primeiro mandato não houve o referido crime, ou seja, passou a ocorrer a partir do segundo mandato. E, ocorrendo a partir do segundo mandato, o problema persiste mesmo após o posicionamento contrário do TCU.

Completando o trecho, os enunciadores afirmam ainda haver tais crimes no segundo mandato, “apesar da rejeição das contas do TCU”. No trecho, identifica-se a escolha pela expressão “apesar de”. De valor concessivo, também faz parte do grupo de marcadores de pressuposição apresentados por Koch, Bentes & Cavalcante (op. cit., p. 80).

O trecho iniciado pelo conectivo de valor concessivo se apresenta com ideia adversa à oração principal. Nota-se que a estrutura “apesar de” possibilita a apresentação de uma voz contrária à ideia central do enunciado. Para justificar essa oposição, portanto, é apresentado algum argumento (rejeição das contas pelo TCU) que busca retirar a força da ideia principal (Dilma continua pedalando em 2015). Em suma, a partir da escolha de tal marcador, pode-se pensar que, após o posicionamento do Tribunal de Contas da União, os crimes de responsabilidade fiscal não mais ocorreriam no mandato da presidente petista, mas, contrariando essa ideia, ocorreram.

No título da capa, mais um índice de polifonia. Para informar a ininterrupção dos crimes de responsabilidade fiscal praticados pela presidente, os enunciadores optaram pela forma “continua” que, conforme Koch, Bentes & Cavalcante (op. cit., p. 80), é um verbo de permanência de um estado anterior, ou seja, também um marcador de pressuposição. Sendo assim, ao publicar a continuidade de tais crimes, seus enunciadores agem como uma voz provocadora de um embate polêmico com quem acreditou que, após a ação do TCU, Rousseff não mais pedalasse em 2015.

A compreensão de cada um desses enunciados requer que se observe(m) o(s) diferente(s) diálogo(s) com outro(s) texto(s) que pode(m) ser construído(s) a partir da enunciação. Nos processos dialógicos, as vozes podem ratificar, modificar, contestar, desqualificar ou escamotear uma voz anterior. Daí podermos dizer que na produção dos sentidos de um texto, este seja perpassado por diferentes vozes de distintos enunciadore, concordantes ou não, uma característica do fenômeno da linguagem humana, essencialmente dialógico e polifônico (KOCH, 2013).

Recorrendo mais uma vez a Koch, Bentes & Cavalcante, apresento a capa seguinte, de *Veja*, edição 2433, publicada em 08.07.2015. A partir de sua composição, pretendo refletir inicialmente sobre o emprego do vocábulo “agora”, parte do título da capa: “AGORA, AS PROVAS DO DELATOR”.



A partir da inscrição do vocábulo “agora”, ao leitor é possível pensar que a informação oferecida pertence a uma voz que contesta outra voz, isto é, esta última

desconhecia ou não pretendia informar a existência das provas em foco. Podemos dizer, portanto, que a publicação da novidade oferecida pelo empreiteiro Ricardo Pessoa contraria o que até então era conhecido pela Lava Jato e pelos leitores de *Veja*.

Na sequência, dois outros vocábulos merecem nossa atenção: provas e delator. A escolha de ambos para a composição do texto nos traz a ideia da existência de outros textos, além de outras vozes implícitas no título. Para uma compreensão dos sentidos provocados por esses termos, penso pertinente uma recorrência ao significado de cada um deles.

Entre todas as acepções oferecidas pelo Dicionário Aurélio, algumas chamam nossa atenção, considerando o conteúdo trazido pela capa da revista. “Testemunha, demonstração dos fatos alegados em juízo e demonstração certa e incontestável” são três sentidos para o termo “provas”. Por sua vez, podemos entender por “delator” aquele que realiza alguma denúncia.

Portanto, se apresentadas provas, isso ocorre devido à existência de quem requereu, uma vez que em algum momento do processo alguém pôs em dúvida a declaração apresentado pelo acusado. No caso da capa, o delator entrega “os documentos [...] ao Ministério Público para sustentar suas afirmações sobre dinheiro de propina em campanhas eleitorais”. Portanto, em alguma etapa do processo, houve contestação sobre as declarações iniciais do delator, ocorrendo, pois, uma polêmica das vozes envolvidas na Lava Jato.

De mesmo modo, se alguém realiza alguma denúncia, o fato ocorre a partir de uma acusação. Em outras palavras, sobre a delação efetuada por Ricardo Pessoa é possível pensar que o empreiteiro agiu como uma voz que busca desqualificar outra voz até então entendida como inocente no esquema de propinas em campanhas eleitorais.

Como recortes feitos a mão, as informações do processo são oferecidas, levando-nos a pensar que o mais relevante nesta fase da operação é conhecimento das provas oferecidas pelo delator. Para a expressão em destaque, a escolha foi pelo vermelho, cor que contribui para a percepção dos leitores sobre aquilo que se afirma como um informe impactante. Em vez da foto de Ricardo Pessoa, tão somente uma sombra para compor parte do fundo da capa, deixando-nos pensar

que, para o Ministério Público, não há como acreditar em denunciante sem provas. Daí, “as provas do delator”.

Ainda no cenário político brasileiro, vale observar o que a Revista *Época* apresenta na composição de sua capa 928, publicada em 28.03.2016.



Observando a relação da imagem com o contexto, tem-se a ideia de que Dilma Rousseff encontra-se em possível situação de impedimento de cumprir as atribuições de seu cargo político. Na parte não verbal, a imagem da presidente – semblante fechado, marcas de expressões faciais bem nítidas além da testa franzida – enfatiza como real a ameaça de *impeachment*. Sobre o potencial argumentativo que essa imagem pode representar, recorro a Santaella e Nöth (2005, p. 110), que afirmam que a fotografia “é como um predicado que faz uma afirmação sobre o objeto representado, o qual atua, por conseguinte, quase como seu argumento”.

Como um guerreiro indígena, dois traços em cada um dos lados de seu rosto, Dilma Rousseff é apresentada pela revista. O vermelho, cor da guerra

(GUIMARÃES, 2000, p. 120), dialoga com o título, destacando-se no restante da imagem da presidente, predominantemente cinza, uma cor que, segundo Farina (1982), pode apresentar uma associação afetiva com tédio, tristeza, passado e aborrecimento. Portanto, com aspectos de envelhecimento, a revista procura apresentar a imagem de uma presidente desgastada, com sinais de aborrecimento, uma tentativa de desqualificar qualquer poder de reação da petista.

No que se refere ao título, “Dilma vai à guerra”, podemos perceber uma referência à conhecida frase escolhida como *slogan* na convocação de jovens norte-americanos para o alistamento nas forças armadas em fins do século XIX e início do XX, “*Johnny Got His Gun*”, ou seja, Johnny vai à guerra. Essa frase ficou mais conhecida a partir da gravação da música *Over There*, de George M. Cohan, no início da participação dos Estados Unidos na Primeira Guerra Mundial. No Brasil, a banda brasileira Plebe Rude, de punk rock, homenageia o título original com a música “Johnny vai à Guerra (Outra Vez)”.

Quanto ao *slogan*, virou livro em 1939 e filme em 1971. “Johnny vai à guerra”, um filme do roteirista e romancista estadunidense *Dalton Trumbo*, retrata a situação de *Joe Boanham*, um recruta que, servindo na Primeira Guerra, acorda em uma cama de hospital e percebe que perdeu a mobilidade e diversos sentidos em seu corpo, porém manteve-se lúcido para perceber sua grave situação, mas nada pôde fazer para evitar seu fim, apesar de várias tentativas.

Assim como a protagonista dessa obra cinematográfica, a imagem de Dilma escolhida por *Época* é de uma presidente sem qualquer força para uma reação. Em outro trecho da capa, a revista também se posiciona de modo contrário à imagem da petista, como podemos perceber no seguinte enunciado: “A presidente acusa um golpe que não existe e parte para cima da Lava Jato – mas continua sem força política para resistir ao impeachment”.

No enunciado, o posicionamento político da revista como uma voz contrária à Dilma Rousseff pode ser notado em três ocorrências. Na primeira delas, a escolha pela oração adjetiva restritiva “que não existe” demonstra que para *Época* as acusações contra Dilma procedem, não sendo, pois, o *impeachment* um golpe. No segundo caso, a inscrição da conjunção “mas” na parte final do enunciado expressa uma noção semântica de adversidade para os interesses da presidente,

considerando que a presidente demonstra reação, “mas continua sem força política para resistir ao impeachment”.

Por fim, se ao acusar um golpe que, na sua opinião, não existe, Dilma decide reagir contra operação da Polícia Federal, o leitor poderia esperar uma situação mais cômoda para Rousseff, com apoio de aliados políticos. Todavia, como uma voz contrária a isso, *Época* afirma que politicamente a petista “continua” enfraquecida para evitar seu afastamento. Ainda no trecho, nota-se mais um índice de polifonia já apresentado neste estudo, o uso da forma verbal “continua”, indicando a permanência do estado da presidente, sem apoio político para enfrentar seu processo de afastamento da presidência.

A capa seguinte, agora da Revista *Carta Capital*, traz a visão da revista sobre os Três Poderes do Brasil, uma vez que decisões tomadas sobre um mesmo fato tanto pelo Judiciário, quanto pelo Legislativo e pelo Executivo serviram, segundo a revista, parecem demonstrar uma desarticulação entre as três instituições.



Com o título “Brasil – OS TRÊS PODERES EM AÇÃO”, a revista apresenta na capa de sua edição 931 a imagem do famoso trio de protagonistas da série norte-americana de curta-metragens “Os três patetas”. Conhecido como um trio de comédia pastelão, o grupo provocou gargalhadas no público por longo período, gravando de 1922 a 1970. No Brasil dos anos 70 e início de 80, filmes do grupo ainda eram comuns nas telas de TV.

Com imagem ainda em preto e branco, *Carta Capital* apresenta os três patetas em ação. Ao centro, uma das personagens, com uma baixela na cabeça apoiada por outro, recebe a ação de uma terceira personagem, que simula um corte de cabelo, tendo como referencial a borda do objeto. Se não associada a algum contexto, a baixela teria tão somente como significado uma referência para o corte de cabelo da personagem central, mas penso que uma melhor compreensão somente será possível a partir de uma interpretação do título escolhido para capa.

O contexto temporal da publicação, 14 de dezembro de 2016, revela os últimos acontecimentos marcantes daquele ano no cenário político da capital brasileira. No centro das atenções, o Senado na figura de seu presidente. Como *Época* informa nesta edição (p. 19), “a instabilidade institucional teve sua apoteose com o episódio do afasta-não-afasta Renan Calheiros do comando do Senado”. Tal indecisão provocou uma série de desencontros nos discursos e atos do Judiciário, do Legislativo e do Executivo.

Tanto políticos quanto o Judiciário decidiram que o presidente do Senado deveria ser afastado de suas funções. “O ministro do STF Marco Aurélio mandou tirar Calheiros do cargo, a pedido do Partido Rede, pois o senador agora é réu por corrupção, e réu não poderia ficar na linha sucessória da Presidência”. Daí, retirando os poderes de Calheiros, o Senado deveria ter outro representante, de preferência uma oposição ao Executivo.

Sendo assim, lembrando a cúpula menor dos Três Poderes, ou seja, a que representa o Senado Federal, a baixela – como um ícone, apoia-se sobre a cabeça da personagem central, remetendo-nos para um senado que precisa ser tratado. Em outras palavras, os outros dois poderes buscam agir, “aparando” todo e qualquer excesso que o Senado possa estar apresentando, especialmente na figura de seu presidente.

A força-tarefa da Operação Lava Jato revolta-se com a votação de uma lei na Câmara e reage com ultimato ao presidente da República e velados incentivos para o povo ir às ruas contra o parlamentar corrupto. Uma liminar do Supremo Tribunal Federal afasta do cargo o presidente do Senado, que dá “dribles sucessivos”, em um oficial de Justiça, desacata a mais alta Corte e fica no posto até que o afastamento fosse julgado e anulado. No mesmo STF, um dos juizes sugere que um colega, o da liminar ignorada, é “doido” e merecia *impeachment*, enquanto o “doido” cobra da Câmara a instalação de uma comissão especial para examinar a cassação do chefe da nação (CARTA CAPITAL, edição 931, p. 18).

Observando o que oferece *Carta*, é o resumo dos três poderes em ação na capital brasileira, uma síntese da capa. Resultado de diferentes vozes que polemizam entre si sobre um mesmo tema, o afastamento de Renan Calheiros do Senado Federal, o cenário político de Brasília no final de 2016 é capaz trazer à memória dos brasileiros cenas do trio de comédia pastelão “Os três patetas”, apresentando surpresas e comicidade a cada episódio.

Esse é o Brasil e seus três poderes em ação traduzidos por *Carta Capital*. Revelando seu posicionamento ideológico, *Carta* se apresenta como uma revista de oposição ao governo peemedebista, representado nas mais altas esferas do governo federal, isto é, na presidência, na Câmara e no Senado. Somado à esfera política, o Judiciário que, poucos meses antes, afastara a petista Dilma Rousseff da presidência, governante por quem a revista em outras edições ofereceu demonstrações de apreço.

Encerro minhas observações sobre essa capa, refletindo sobre a marca ideológica apresentado por *Carta Capital*. Como uma voz a desqualificar em suas capas qualquer gestão oposicionista ao Partido dos Trabalhadores, a revista apresenta criteriosa escolha dos signos para a produção dos sentidos necessários ao seu posicionamento. Para isso, vale-se da construção de interessantes diálogos entre textos presentes em nossa memória discursiva, como a comparação dos “Três Poderes” ao trio de comédia “Os três patetas”.

Vale ainda destacar que *Carta Capital* representa, de modo mais nítido e menos esparso que suas concorrentes, a voz de seu editor-chefe. Insere, inclusive, o nome de Mino Carta, seu editor-chefe, no título da publicação.

Sobre a compreensão desse modelo textual, recorro a Brait & Souza e Silva (2012, p. 13), a fim de pensar que

uma análise bakhtiniana não pode ignorar o caráter *semiótico-ideológico* dos textos, entendidos como organizações coerentes, conjuntos em que a

associação *materialidade sgnica-ideológica* funciona como princípio organizador e revelador do *domínio dos signos*, da *esfera ideológica*, da produtividade na vida social, conforme postura filosófica e teórico-metodológica que toma signo *ideológico* como elemento seminal da linguagem, relacionado a sujeitos social e culturalmente constituídos. (os grifos são das autoras)

Ainda no ano de 2016, antes da edição de *Carta Capital*, em 22 de julho de 2016, a Revista *Veja*, em tom de resposta a críticas de que representa uma visão sensacionalista dos fatos, *Veja* traz para a edição n 2435 elementos semióticos comuns a uma capa de jornal desse tipo.



Na parte superior esquerda da capa, a imagem de Fernando Collor acompanhada do seguinte enunciado: "Federais apreendem frota de carros de luxo de Collor, ex-presidente da República abastecido por doleiro". Tomando grande espaço da parte inferior da capa, a continuação da informação sobre Collor, a imagem de bens, conforme mencionado no início da capa. Acompanhando a imagem de carros e notas de dinheiro, em letras garrafais os enunciados "DOCE

VIDA EM BRASÍLIA” e “Helicóptero, Ferrari, Lamborghini e, EXCLUSIVO, até um Rolls-Royce”.

Na parte inferior direita da capa, a escolha foi pela imagem de Luís Inácio Lula da Silva. Acompanhando a sua imagem, o enunciado: Outro que governou o Brasil, Lula está na mira do Ministério Público Federal. Como no enunciado que faz uma menção direta a Collor, a informação sobre Lula também traz seu nome marcado com a cor vermelha.

Como signos, as cores são utilizadas a serviço da representação, fazendo dialogar o enunciado com os sentidos culturalmente construídos para elas. Sobre o vermelho, por exemplo, lembramos que Campos (1978, p. 96-97) explica que a cor oferece dois tipos de simbolismo. O primeiro deles, mais universal, associado à cólera, paixão, sangue e temor sexual; o segundo é definido pela autora como mais negativo, estando associado a roubo, guerra e destruição. Como podemos notar, em ambos os casos *Veja* apresenta os nomes dos ex-presidentes destacados por essa cor, sugerindo que tanto Collor quanto Lula são suspeitos de enriquecimento ilícito, ou para ser mais exato, roubo, uma marca negativa comumente presente na construção de suspeitas quando há alguma referência a políticos no Brasil.

Na parte central da capa, dois enunciados. No primeiro deles, a revista afirma que O PRESIDENTE DA CÂMARA, EDUARDO CUNHA, DESAFIA A PF E O GOVERNO. Nesse trecho, uma palavra chama a atenção, a forma verbal “desafia”. Dentre outros significados, o verbo “desafiar”, segundo o Dicionário Aurélio (2010, p. 229), pode ser relacionado a provocar, propor combate. Recorrendo a um ou a outro sentido, entendo que Cunha, por meio de sua voz, busca promover quatro embates, como:

- a) contestar o poder da Polícia Federal, ao agir como um denunciante do Planalto;
- b) contestar o poder da Polícia Federal junto à sociedade;
- c) contestar a representatividade política da voz do Planalto junto à sociedade;
- d) desqualificar a voz que representa o Planalto, denunciando-a à Polícia Federal.

Ainda na parte central da capa, a imagem do Presidente da Câmara dos Deputados, com uma das mãos cobrindo a boca, e o enunciado principal: “TEM UM BANDO DE ALOPRADOS NO PLANALTO”. Observa-se que a declaração tem,

segundo a revista, um autor, o presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha. Para fazer transcrever a frase de Cunha, *Veja* apresentou o enunciado entre aspas.

No que se refere a esse recurso linguístico, pesquisadores como Authier-Revuz (1981, 1982) e Dascal & Wrizmann (1987) afirmam que a escolha das aspas tem servido frequentemente como marca de distanciamento e de não concordância com a voz originária do enunciado. Sobre a polêmica declaração de Cunha, penso não haver evidências sobre uma discordância de *Veja*, mas entendo que a revista busca distanciar-se da voz do parlamentar, usando-a para provocar a atenção dos seus leitores, desafiando-os a não apenas proceder à leitura, como também tomar uma posição a partir da leitura de sua matéria principal.

A capa seguinte, construída para a edição 2452 da Revista *IstoÉ*, publicada em 07.12.2016, apresenta interessante jogo de imagens para abordar notícias sobre dois temas: política e futebol.



Acima do nome da revista, o primeiro enunciado: “O povo sofre por Chapecó”. Na parte inferior da capa, outro título: “O Congresso zomba do povo”. No lugar da letra “o” que faz parte do nome da revista, a sigla da Associação Chapecoense de Futebol. Sobre parte da última letra do nome da revista, uma fita cinza. De algum modo, todos esses elementos dialogam outro elemento ou texto.

Pensando inicialmente no primeiro enunciado que compõe a capa, destaco no primeiro a forma verbal “sofre”. O sofrimento apresentado pela revista é decorrência de outro(s) enunciado(s) anteriores ao que a capa apresenta. Logo, certo é que haja uma causa para esse sofrimento.

Como já mencionado, o nome da revista traz consigo a sigla do clube de Chapecó, em Santa Catarina. Essa escolha nos permite pensar que a revista também se apresenta como uma voz a compartilhar do mesmo sentimento popular. Todavia, se o leitor inicialmente não buscar em textos anteriores à capa indícios das causas desse sofrimento, é possível buscar referência para outro signo na capa, a fita cinza sobre a última letra do nome da revista.

“As cores influenciam os homens do ponto de vista físico, mental e emocional” (BARROS, 2012, p. 86). Em outras palavras, podemos dizer que elas estão associadas ao estado de espírito dos indivíduos em conformidade com uma cultura. Desse modo, a fim de buscar uma relação entre o enunciado e a fita apresentada, recorro a Farina (1982), ao apresentar o cinza como a cor que, entre outras relações, faz referência ao passado.

Por meio de uma rápida associação entre a data da edição da revista e a proximidade das últimas notícias sobre a Chapecoense, notamos que a capa retrata o posicionamento popular e da revista sobre o acidente aéreo sofrido pela equipe catarinense, além de profissionais da imprensa brasileira no dia 28.11.2016, na Colômbia. Daí, portanto, a razão de o povo “sofrer” por Chapecó, numa demonstração de solidariedade ao clube e à cidade representada.

O diálogo entre os signos escolhidos para a apresentação da matéria nos permite perceber interessante jogo entre as vozes na capa. No que se refere aos índices de polifonia, Koch, Bentes & Cavalcante (op. cit., p. 80) orientam que alguns verbos são indicadores de sentimento, incorporando “a perspectiva de outro(s) enunciator(es), por vezes, da *vox Populi*, recurso discursivo escolhido por *Veja* para não apenas fazer uma referência a uma reação pós-acidente, mas iniciar uma

contraposição com o enunciado escolhido para compor a parte inferior da capa, a ser discutido mais adiante.

Assim como o escudo do time de Chapecó-SC, a margem da capa e o título que faz menção ao sentimento do povo também são apresentados na cor verde, a principal cor do clube e dos gramados dos estádios de futebol. Sobre essa cor, Guimarães (2000, p. 115) afirma que será aquela que trará maior tranquilidade ao nosso ânimo, um efeito popularmente difundido. Assim, diante de uma tragédia como a sofrida pela Chape, nome como é popularmente conhecido o clube catarinense, a revista optou pela margem verde numa demonstração de apoio.

Para a composição cromática do nome da revista, os produtores textuais optaram pelo branco. Na produção dos sentidos de um texto, essa cor pode estar associada não somente ao desprendimento, mas também à presença de todas as cores (BRAIT; SOUZA-E-SILVA, 2012). Nesse caso, podemos pensar as três acepções para o desenvolvimento de um diálogo entre *IstoÉ* e o fato que envolve a Chapecoense.

Como já mencionado, a revista se põe como uma voz solidária ao clube de Santa Catarina. Diante da tragédia, ao escolher o branco, uma cor que abrange todas as outras, *IstoÉ* parece trazer para sua capa todas as torcidas e suas múltiplas cores. Assim, ao optar por esse expediente, propõe ao público que todos estejam voltados respeitosa e solidariamente para uma única cor, o verde que representa a Chape, bem como o palco do maior espetáculo esportivo brasileiro, o gramado de um estádio de futebol.

Aparentemente sem qualquer diálogo com a manchete sobre o acidente envolvendo a Chapecoense, *Veja* apresenta na parte inferior da capa um título de caráter político: “O Congresso zomba do povo”. Todavia, observando o contexto da publicação, é possível perceber uma denúncia oferecida pela revista. Aproveitando-se das atenções dos brasileiros direcionados para as notícias sobre o grave acidente aéreo, o Congresso se reúne e vota medidas antipopulares.

A escolha pelo verbo “zombar” poderia tão somente fazer menção à desfiguração do pacote anticorrupção, uma atitude passível de reprovação popular. Todavia, ao observarmos os dois títulos, um sobre o povo que sofre por Chapecó e outro sobre as medidas do Congresso, notaremos que tal verbo serve para estabelecer uma polêmica com o primeiro. Resumidamente, pode-se dizer que, “enquanto o povo sofre por Chapecó (voz 1), o Congresso zomba do povo (voz 2)”.

Dialogando com o verbo da oração principal da estrutura em destaque está a sequência a seguir: “na calada da noite, deputados e senadores viram as costas para os brasileiros, desfiguram o pacote anticorrupção para se livrarem da Justiça e desencadeiam uma crise entre Legislativo e Judiciário”. Tanto a escolha do verbo quanto na escolha lexical para a composição do trecho transcrito serviu relevantemente para que a construção de *IstoÉ* como uma voz denunciante do grave problema que atinge o povo brasileiro.

Na tentativa de uma proximidade às aspirações do povo, vale levar em conta também a recorrência de *IstoÉ* a expressões metaforizadas. É o que podemos observar em “na calada da noite”, como na madrugada e “viram as costas para os brasileiros”, como ignoram o desejo popular. Sendo assim, em tom de reprovação, a revista recorre a tal recurso languageiro a fim de mostrar-se como uma voz representante do povo contra as medidas antipopulares do Congresso.

Uma informação também bastante relevante é como *IstoÉ* apresenta a fotografia do Congresso Nacional. Com uma imagem invertida e valendo-se da combinação de um tom cinza quase preto com a cor branca, a revista provoca a atenção do leitor para o diálogo que a seleção cromática exerce com o conteúdo enunciativo.

O branco escolhido para a imagem do Congresso exerce certo contraste o com tom acinzentado aplicado na maior parte da capa. Para Campos (1978, p. 96), o cinza pode estar associado à tristeza. Desse modo, o diálogo dessa com outros signos da parte superior da capa contribui de modo eficaz para o sentido que a primeira matéria da capa requer, demonstrar a comoção do povo brasileiro diante da tragédia com a equipe de Chapecó.

Ao observar os recursos languageiros escolhidos pelos produtores textuais de *IstoÉ*, recorro a Bakhtin (2006, p. 162) a fim de pensar que

O texto só ganha vida em contato com outro texto (com contexto). Somente neste ponto de contato entre textos é que uma luz brilha, iluminando tanto o posterior como o anterior, juntando dado texto a um diálogo. Enfatizando que esse contato é um contato dialógico entre textos... Por trás desse contato está um contato de personalidades e não de coisas.

Essas considerações podem nos levar a algumas conclusões sobre a capa apresentada. Primeiro, foi possível observar que a construção apresentada pela revista demonstra não somente o interesse de dialogar com outros textos externos à

capa, mas considerar também a estreita relação entre os dois títulos, embora de diferentes campos discursivos. Em segundo lugar, podemos pensar que os elementos selecionados por *IstoÉ* corroboram eficientemente uma grande crítica de seus enunciadores que, valendo-se de metáfora bem popular, poderiam informar que o Congresso “está de cabeça para baixo”, bem diferente de uma “casa do povo”, como é por vezes denominada em discursos eleitoreiros, assim como em algumas sessões parlamentares.

Por fim, após observar dezenove capas que apresentam como temática central a política, penso que a vigésima possa se apresentar como um interessante fechamento para a análise do *corpus*. Para sua edição 2510, de 28 de dezembro de 2016, *Veja* oferece as seguintes capas, oportunizando aos leitores a escolha de uma delas que, combinadas, formam uma espécie de mosaico, trazendo não somente representações de personalidades da política brasileira, mas também de outras temáticas, esporte, música, saúde e religião:



Com a intenção de construir uma retrospectiva de 2016, momento em que o Brasil foi cenário de uma extensa lista de importantes fatos que o colocaram em evidência na imprensa internacional, *Veja* busca na arte o texto principal para a produção dos sentidos de sua capa. Para isso, seus produtores recorreram à obra-prima *Guernica*, de Pablo Picasso, considerando que o artista espanhol também se valeu da reunião de fragmentos para a construção da ideia central de sua tela.

Penso que um melhor entendimento do que propõe a Revista *Veja* no conjunto das capas oferecidas para a edição em estudo requer de seus leitores uma breve leitura da mencionada obra do cubista. Nesse sentido, vale apresentar a imagem apresentada por Picasso em 1937.



“Nas artes visuais, as cores estão intimamente relacionadas com as emoções” (SANTAELLA, 2012, p. 37). Assim, ao observarmos o que Picasso apresenta em sua obra, notamos que o predomínio do preto e do branco possibilitou ao pintor intensificar a sensação de drama provocada pelo bombardeio sofrido pela população de *Guernica*. Ademais, o tom preto que compõe o fundo da tela, “além de ser a cor da morte e das trevas, é a cor do desconhecido e do que provoca medo” (GUIMARÃES, 2000, p. 91), aspectos característicos de um drama, em contraste com o branco, “a cor da vida e da paz” (GUIMARÃES, op. cit., p. 92), características extraídas das vítimas.

Na tela, a imagem de cavalos, touros, cidadão morto e algumas mulheres desesperadas formam um conjunto de imagens desarmoniosas. Como resultado de um olhar extremamente subjetivo, Picasso parece construir um texto em que, somente a partir da produção de sentidos para cada significante, o público poderá compreender a narrativa da Guerra Civil Espanhola nos anos 30 do século passado.

Veja não pretende fazer nas capas em tela qualquer referência a situações dramáticas como a retratada em *Guernica*. Isso não se deve ao fato de os noticiários internacionais não apresentarem em 2016 situações como a traduzida por Picasso. Pelo contrário, muitos foram os massacres e atos de terrorismo no mundo durante aquele ano, como os bombardeios na Síria e os atos terroristas na França, fatos que poderiam oferecer imagens para a composição do mosaico formado pelas capas em estudo.

Sendo assim, se na tela de Picasso há um lancinante sofrimento, consequência do drama vivido por *Guernica*, cidade alvo de terríveis bombardeios, nas capas de *Veja*, seus enunciadores propõem uma retrospectiva de fatos que marcaram os noticiários em 2016. Desse modo, a reunião das quatro capas oferece um conjunto de significantes que, para entendimento dos sentidos ali propostos,

seus leitores deverão recorrer à memória. Reunidas, o conjunto das capas dialoga com os seguintes elementos:

1. A derrota de Dilma Rousseff no processo de *impeachment* apresentado pelo Congresso Nacional.
2. A vitória de Donald Trump na eleição presidencial dos Estados Unidos.
3. A ascensão de Michel Temer no cenário nacional e internacional.
4. A agonia de outros três conhecidos nomes da política nacional: Eduardo Campos, Luiz Inácio Lula da Silva e o ex-governador do Rio de Janeiro, Anthony Garotinho.
5. Uma lágrima no rosto de algumas personalidades que faleceram durante o ano: o cantor, compositor, produtor musical e ator David Robert Jones (Bowie); o ex-boxeador norte-americano Mohammad Ali; o cantor, compositor, multi-instrumentista, produtor e dançarino norte-americano Prince Rogers Nelson (Prince); o político e revolucionário cubano Fidel Castro; Dom Frei Paulo Evaristo Arns (Dom Arns).
6. Nomes do esporte e da música que foram manchetes: Michael Phelps (norte-americano, ganhador de várias medalhas nos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro), Thiago Braz (brasileiro, campeão olímpico), Ryan Lochte (atleta norte-americano, acusado pela polícia carioca de inventar ter sido vítima de um assalto durante as Olimpíadas do Rio) e Larissa de Macedo Machado, Anitta, cantora brasileira.
7. O acidente aéreo sofrido pela Associação Chapecoense de Futebol.
8. A *Zika*, vírus provocador de intensa mobilização das autoridades de saúde no país.

As lembranças de 2016 provocadas pelas capas podem não ser as mesmas da *Guernica* dos anos 30 do Século XX na Espanha. Destruída por bombas de soldados nazistas, a cidade foi cenário de um dos piores ataques sofridos pelo homem antes da II Guerra Mundial. Todavia, os sentidos provocados pelas imagens da “Guernica de 2016” oferecida por *Veja* remeterem seus leitores para uma releitura dos fatos e, em seguida, uma reflexão sobre o posicionamento assumido pela revista diante de cada um dos fatos.

Em vez de cavalos, touros e mulheres chorosas em meio a um sofrimento excruciante, a ilustração traz o fim fulminante de Dilma Rousseff, o triunfo assustador de Donald Trump, a ascensão de Michel Temer, o desespero incontido de Eduardo Cunha, Luiz Inácio Lula da Silva e Anthony Garotinho – e uma lágrima no rosto de todos os que morreram no ano (VEJA, edição 2510, p. 48-49).

Essas referências nos permitem dizer que a “Guernica de 2016”, construída por *Veja*, retrata o que significou aquele ano para a revista. Para (re)construir esse cenário, a revista age, como em outras edições, como uma voz na condução do público a um modelo de leitura, segundo o discurso trazido na tessitura das capas publicadas. Nesse expediente, não somente dialoga com os fatos em si, mas também com a realidade (re)construída para aquilo que traz aos leitores como informação.

Cada uma das personalidades apresentadas na capa foi alvo de, pelo menos, uma relevante notícia durante o ano de 2016. Como uma retomada dessas informações, a leitura da capa nos permite dizer que o discurso ali em foco

não se presta a uma análise que o perceba como instrumento de transmissão de informações; ele é a própria constituição dos sujeitos, haja vista que é por meio dos sentidos por ele produzidos que vamos dando conta de um mundo que, ao ser posto em discurso, vai-se fazendo real. É desse modo, pelo discurso, material e ideológico, que nos tornamos os sujeitos que somos e, se os sujeitos são os atores da história, é pelos discursos que a história se faz e se conta (CORADO, 2010, p. 36).

O sentido geral do texto apreendido pelos leitores é conquistado a partir da aplicação de um pastiche. Nesse processo, o texto é resultado da união de diversos conteúdos, o que metaforicamente podemos denominar uma “colcha de retalhos”. Em outras palavras, o discurso que a revista pretende imprimir é uma consequência da união de diferentes discursos, uma interdiscursividade.

Como um jogo de retomadas de textos configurados e ligeiramente transformados (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004), a capa é apresentada como uma síntese da postura discursiva assumida por *Veja* diante de cada um dos fatos trazidos à lembrança dos seus leitores. Portanto, nos diferentes diálogos assumidos pela revista, podemos dizer que a referida capa seja uma espécie de “colcha de retalhos discursivos” na construção de um só discurso.

Uma vez que não há discurso sem sujeito, também não é possível sujeito sem discurso (MARI, 2008). Desse modo, *Veja* se apresenta como uma voz que, em constante alteridade com alguma(s) voz(s) presentes nas matérias publicadas,

pretende imprimir sua marca na identidade discursiva de seus leitores, oferecendo-se como um manual de leitura sobre os fatos e acontecimentos do cotidiano.

Nossa consciência do real, explica Corado (2010, p. 13), é fruto de recortes subjetiva e ideologicamente determinados. Vale dizer, portanto, que também nossas escolhas serão consequências da forma como somos conduzidos nas (inter)relações discursivas de que (ingenuamente) participamos (op. cit., p. 13). Por fim, penso que a visão de *Veja* sobre cada um dos fatos de 2016, aludidos na capa de sua última edição de 2012, revela o modelo de leitor pretendido pela revista.

Considerando todos os aspectos analisados no *corpus* desta pesquisa, penso que a construção de uma capa de revista, como todas as suas peculiaridades, exige dos profissionais ali envolvidos um olhar especial, reunindo jornalismo e arte. Nesse sentido, fecho esta etapa da pesquisa, recorrendo ao que afirma Valente (2008, p. 88):

Quando aceitamos que um texto não é um sistema fechado, somos levados a reconhecer que o autor – o produtor do texto – vem carregado de influências várias, de múltiplas citações. Autores e leitores são resultado de diversas leituras. Se de alguma forma tudo já foi dito no mundo e cabe-nos apenas saber redizer, que saibamos então fazê-lo com engenho e arte.

CONCLUSÃO

Ao fim desta pesquisa, uma constatação: a análise das capas das revistas selecionadas confirmou a expectativa inicial, isto é, o dialogismo e a polifonia foram recursos relevantes para a produção dos sentidos necessários aos seus enunciadores nesse gênero textual. Para isso, foi preciso tratar discursivamente cada um dos textos selecionados. Essa decisão ocorreu principalmente porque, diferentemente dos textos políticos, em que o discurso está intimamente associado ao poder e à manipulação, no universo midiático busca-se constantemente mascarar essas funções nos textos trazidos ao público.

Como são oferecidas, pode-se dizer que as capas analisadas se apresentam como importantes referências para seus leitores. Aliás, é certo que, atendendo a sua ideologia, cada um desses veículos, por meio de uma criteriosa escolha dos signos, produz os sentidos que pretende imprimir na formação da identidade leitora de seu público, servindo, inclusive, como aporte em suas escolhas e decisões.

Recorrendo aos princípios bakhtinianos, foi possível perceber a necessidade de não ignorar o caráter semiótico-ideológico dos textos. Isso porque as escolhas dos signos postos na arena discursiva das capas não partiram de uma neutralidade. Como mencionado, por meio de interessantes arranjos com a linguagem, as revistas buscam deixar marcas de sua ideologia no público, embora por vezes algumas se apresentem bastante alinhadas sobre um mesmo fato. Essa proximidade discursiva pôde ser observada em algumas capas de *Veja*, *Época* e *IstoÉ*, diferentemente de *Carta Capital* que, na maior parte dos textos, manteve uma linha sempre oposta às três revistas.

Informar é parecer-se detentor de uma poder. Há no imaginário social que o indivíduo que informa, além de possuir um saber, também tem um poder sobre quem não tem o conhecimento sobre um fato. Aliás, os fatos podem ser os mesmos, mas a realidade construída para cada um deles exige das revistas uma motivação que vai além do informar. Verificou-se, pois, que diferentes recursos da ordem do linguístico, do semiótico e do discursivo foram criteriosamente selecionados e aplicados na construção das capas, a fim de possibilitar que o público interagisse com os textos.

Mesmo reconhecendo as diferenças que existem entre as esferas jornalística e publicitária, penso que em uma revista é a capa que vende. Cada uma delas pretende interagir com o seu público, buscando alcançar sua fidelidade. Vale ressaltar que, como organizações empresariais, as revistas, ao buscarem a fidelidade de um público, manipulam e também são manipuladas, uma vez que são constantemente avaliadas por seus leitores.

Respeitadas as diferenças entre o jornalismo e a publicidade, vale dizer que também ocorre nos textos da imprensa o jogo de sedução. Aliás, a notícia é um produto bruto, carecendo de arranjos por meio da linguagem. Penso, portanto, que nas capas analisadas, antes de convencer os leitores das verdades (re)produzidas sobre os fatos, mais nítidas ficaram as marcas de persuasão na apresentação do novo sobre os fatos. Afinal, “quem persuade leva o outro à aceitação de uma ideia” (MONNERAT, 2003, p. 36).

Enquanto os anúncios publicitários vendem sonhos, os textos jornalísticos vendem realidades construídas sobre o que ocorre no cotidiano. Ao seu modo, cada um dos profissionais dessas esferas é desafiado a moldar seu texto, em consonância não somente com seus interesses empresariais. Ressalte-se que os textos jornalísticos seguem uma ideologia que não é efêmera como os discursos publicitários. A estes, um novo anúncio significa um novo sonho; porém, quando falamos de uma capa de revista, um grande desafio: trazer a novidade, sem abrir mão da linha ideológica do veículo.

Daí, portanto, os arranjos languageiros. Neles, o expediente do dialogismo é uma marca relevante. Aliás, pela teoria bakhtiniana, não é possível um texto que não seja motivado por outro texto. Porém, em razão da natureza dos textos selecionados, o estudo desse expediente trouxe uma grande motivação, uma vez que o objetivo da pesquisa não se restringiu a identificação da presença de outro(s) texto(s), mas para além dessa motivação, mostrou-se ainda mais relevante na busca pela compreensão de como esse recurso pode contribuir para a produção de sentidos.

Sendo, pois, o texto a materialização do discurso, nos sentidos de cada uma das capas analisadas uma gama de textos pertencentes a diferentes campos foram trazidos ao diálogo. Destaque para a música, a literatura, a pintura, o cinema. Somado a isso, verificou-se que as capas também produziram diálogos entre si.

Por sinal, essa última característica pôde ser observada, por exemplo, em algumas das capas oferecidas por *Veja*, *Época* e *IstoÉ*. Esse recurso serviu às três revistas para, em tom de resposta, dialogar com o que trouxe *Carta Capital* a respeito do *impeachment* de Dilma Rousseff. Enquanto *Carta* afirmava ser um golpe o processo de afastamento da presidente, as outras três buscaram inicialmente dialogar com possíveis provas para, por fim, negar a ilegalidade do processo, por meio de elaborados títulos e enunciados.

Considerando que, na (re)criação da realidade, as revistas assumem a função de fazer significar para o público o que se apresenta como informação, a recorrência ao poder dos signos foi uma marca nos textos estudados. Cumpre dizer que não pretendi realizar um trabalho classificatório para cada um dos signos presentes nas capas, mas na análise foi possível notar que, a partir de alguns desses signos, como as cores, por exemplo, os sentidos sociais dos textos ganharam vida, contribuindo para uma melhor compreensão das verdades construídas na malha discursiva das capas.

Bakhtin (2003) ensina que “o acontecimento da vida do texto, isto é, a sua verdadeira essência, sempre se desenvolve na fronteira de duas consciências, de dois sujeitos”. Nesse cenário de interação, isto é, numa relação entre o texto e o mundo, as capas demonstraram que é no social e no ideológico que as vozes são chamadas ao embate.

Carreadoras de valores, as capas de revistas possuem relevante função social. Nelas, o leitor se apoia ideologicamente, toma como verdade o que ali se (re)produz sobre o cotidiano. Portanto, se bem aplicados os recursos languageiros, maior será oportunidade de bons êxitos para o alcance de um dos maiores de seus enunciadores, a confiança do leitor. Ressalta-se que, tratando o olhar da revista como uma fala livre de qualquer questionamento, o leitor ratifica a voz da revista como quem traz as verdades sobre o mundo.

Durante o estudo, a busca por possíveis vozes na tessitura dos textos permitiu perceber que seus enunciadores se valeram de diversos fatores de polifonia. Nessa fase, expressões negativas, marcadores de pressuposição, alguns fatores argumentativos, operadores concessivos, a subversão de um texto e o uso das aspas foram tratados como presenças de outras vozes no *corpus*. Somado a isso,

um outro mereceu destaque, a ironia, recurso bem presente na maior parte das capas, mesmo que sutilmente aplicado.

Encerro esta pesquisa valendo-me da ideia de que o sujeito se organiza na linguagem, assim como por ela também se constitui. Daí, portanto, dizer que a leitura de cada uma das capas aqui apresentadas trouxe a seguinte certeza: a construção dos mais variados arranjos linguageiros necessários à produção dos sentidos requeridos por seus enunciadores jamais será possível sem o auxílio do diálogo com o universo dos textos, ainda que pertencentes aos mais diferentes campos discursivos.

Nesse cenário, estão as capas de revistas, repletas de vozes, celeiros de sentidos, motivando novos olhares, novas pesquisas.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Antônio Suárez. **A arte de argumentar**: gerenciando razão e emoção. 6. ed. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2003.
- AGOSTINHO. **De magistro**. Trad. de Ângelo Ricci. São Paulo. Abril Cultural, 1979. (Os Pensadores).
- AGUIAR, Vera Teixeira de. **O verbal e o não verbal**. São Paulo: Unesp, 2004.
- ALONSO, Amado. **Estudios lingüísticos**. Madrid: Gredos, 1967.
- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de estado**. Rio de Janeiro:Edições Graal, 1992.
- ANDRADE, Carlos Drummond de. **José**. Rio de Janeiro: Record, 1993.
- ANTÔNIO, João. Paulino Perna Torta. Porto Alegre: Mercado Aberto. 1993.
- ARAÚJO, Inês Lacerda. **Do signo ao discurso**: introdução à filosofia da linguagem. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.
- AUTHIER-REVUZ, J. Hétéronegeité montrée et hétérogeneité discursive: elements pour une approche de l'autre dans le discours. **DRLAV**, Paris, n. 26, p. 91-151, 1982.
- _____. Paroles ténues à distance. In: _____. **Materialités Discursives**. Lille: Presses Univesitaires de Lille, 1981.
- AZEREDO, José Carlos de. **Gramática Houaiss da língua portuguesa**. São Paulo: Publifolha, 2012.
- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2006
- _____. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- _____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Trad. Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- BAKHTIN, M. Le discours dans la vie et dans la poésie. In: TODOROV, T. **Mikhail Bakhtine**: le principe dialogique. Paris: Éditions du Seuil, 1981.
- BAKHTIN, M. M.; VOLOSHINOV, V. N. Discourse in life and discourse in art – concerning sociological poetics. Trad. Carlos Alberto Faraco e Cristóvão Tezza. In: VOLOSHINOV, V. N. **Freudism**. New York: Academic Press, 1976.
- BARROS, D. L. P. Cor e sentido. In: BRAIT, Beth; SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília (Org.). **Texto ou discurso?**. São Paulo: Contexto, 2012.

BARROS, D. L. P. Dialogismo, Polifonia e enunciação. In: _____; FIORIN, José Luiz (Org.). **Dialogismo, polifonia, intertextualidade**: em torno de Bakhtin. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.

_____. **Teoria semiótica do texto**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1997.

BASÍLIO, M. **Teoria lexical**. São Paulo: Ática, 2004.

BAZERMAN, Charles; DIONISIO, Angela; HOFFNAGEL, Judith (Org.). **Gêneros textuais, tipificação e interação**. Tradução e adaptação de Judith Chambliss Hoffnagel. Revisão técnica de Ana Regina Vieira et. al. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

BEAUGRANDE, R. A.; DRESSLER, W. U. **Introduction to text linguistics**. Londres: Longman, 1981.

BENVENISTE, E. Da subjetividade na linguagem. In: **Problemas de Lingüística geral I**. 3. ed. São Paulo: Pontes, 1991

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

_____. **A economia das trocas linguísticas**: o que falar quer dizer. (trad. Sérgio Miceli). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

_____. The Forms of Capital. Trad. Richard Nice. In: RICHARDSON, J.G. (Ed.). **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**. Westport, Conn.: Greenwood Press, 1986. p. 241-258. [Distinction, p. 114s].

_____. Algumas propriedades do campo In: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Ed. Marco Zero, 1983.

BRAIT, B. As vozes bakhtinianas e o diálogo inconcluso. In: BARROS, Diana Luz Pessoa de; FIORIN José Luiz (Org.). **Dialogismo, polifonia e intertextualidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.

_____. Bakhtin e a natureza constitutivamente dialógica da linguagem. In: BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

_____. **Ironia em perspectiva polifônica**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1996.

BRAIT, B.; SOUZA E SILVA, M. C. P. (Org.). **Texto ou discurso?** São Paulo: Contexto, 2012.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2. ed. rev. Campinas: Editora Unicamp, 2004.

BRASIL, Eric. **A corte em festa**: experiências negras em carnavais do Rio de Janeiro (1879-1888). Rio de Janeiro: Editora Prismas, 2016.

BRETON, Philippe. **A argumentação na comunicação**. Trad. Viviane Ribeiro. 2. ed. Bauru, SP: Edusc, 2003.

BRONCKART, Jean-Paul. **Atividades de linguagem, textos e discursos**: por um interacionismo sócio-discursivo. Trad.: A. R. Machado e P. Cunha. São Paulo: EDUC, 1999.

CAMPOS, Dinah Martins de Sousa. **O teste do desenho como instrumento de diagnóstico da personalidade**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 1978.

CANDIDO, A. **Literatura e sociedade**. Rio de Janeiro, Ouro sobre Azul, 2006.

CARONTINI, Enrico; PERAYA, D. **O projeto semiótico**: elementos de semiótica geral. Tradução de Alceu Dias Lima. São Paulo: Cultrix, Editora da Universidade de São Paulo, 1979.

CASTRO, Maria Lília Dias de. A dialogia e os efeitos de sentido irônicos. In: BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin, dialogismo e construção de sentido**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Trad. Ângela S. M. Corrêa. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

_____. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, Hugo et al. **Análise do discurso**: fundamentos e práticas. Belo Horizonte: NAD-FALE; UFMG, 2001. p. 23-38.

_____. Para uma nova análise do discurso: In: Carneiro, Agostinho Dias (Org.). **O discurso da mídia**. Rio de Janeiro: Oficina do autor, 1996.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. Coord. e trad. Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2004.

CHARTIER, Roger. **A história cultural**: entre práticas e representações. Lisboa: Difel; Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2004.

CORADO, P. R. **Veja**: ideologia e argumentatividade em revista. 2010. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

COURTINE, J-J. Analyse du discours politique. **Langages**: Larousse, Paris, n. 62, 1981.

COSÉRIU, E. Determinación y entorno, de los problemas de la lingüística del hablar. **Romanisches Jahrbuch**, v.7, p.29-54, 1955.

COSTA, Sérgio Roberto. **Dicionário de gêneros textuais**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

CUNHA, C.; CINTRA, L. F. L. **Nova gramática do português contemporâneo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

DASCAL, M.; WRIZMANN, E. Contextual exploitation on interpretation clues in text understanding: an integrated model. In: VERSCHUEREN, J.; BERTU-CELLI-PAPPI, M. (Ed.). **The pragmatic perspective**: selected papers from the 1985 International Pragmatic Conference. Amsterdam: J. Benjamins, 1987. p. 31-46.

DESCARTES, René. **Discurso do método**. Brasília: UnB, 1985.

DONALDSON, M. The origins of inference. In: BRUNER, J.; HASTE, H. (Ed.), **Making sense**: the child's construction of the world. London: Routledge, 1987.

ECO, Humberto. **Tratado geral da semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1991.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & diálogo**: as ideias linguísticas do círculo de Bakhtin. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blucher, 1982.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 15. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

_____. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2008.

_____. Polifonia textual e discursiva. In: BARROS, Diana L. P.; FIORIN, José L. (Org.). **Dialogismo, polifonia, intertextualidade**. São Paulo, SP: Edusp, 1999.

FOUCAULT, M. **Arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7. ed. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 2008.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 22. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2006.

FRANCO Jr., Hilário. **As Utopias Medievais**. São Paulo: Brasiliense, 1992.

FREGE, Gottlob. **Lógica e filosofia da linguagem**. São Paulo: Cultrix, 1978.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GREGOLIN, M.R.V. (Org.). **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003.

GREIMAS, A. J. **Sobre o sentido**. Petrópolis: Vozes, 1975.

GRÉSILLON, A.; MAINGUENEAU, D. Poliphonie, proverbe et détournement. **Langages**, n. 73, p. 112-25, 1984.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação**: a construção biofísica, linguística e cultural da semiologia das cores. 3. ed. São Paulo: Annablume, 2000.

GUIRAUD, Pierre. **A semiologia**. 5. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

HALLIDAY, M. A. K.; HASAN, R. **Cohesion in English**. London: Longman, 1976.

HAROCHE, C., PÊCHEUX, M., HENRY, P. A semântica e o corte saussuriano: língua, linguagem, discurso. In: BARONAS, R. **Análise do discurso**: apontamentos para uma história da noção: conceito de formação discursiva. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007.

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques**: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.

HOBBS, Thomas. **Leviatã** (1651). Trad. Eunice Ostrenk. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

KANT, I. Crítica da Razão Pura. In: **Kant**. São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Os Pensadores).

KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. **Gêneros textuais**: reflexões e ensino. Rio de Janeiro: Lucerna, 2006.

KERBRAT-ORECCHIONI. **L'implicite**. Paris, Armand Colin, 1986.

KOCH, Ingedore G. Villaça. **O texto e a construção dos sentidos**. 10. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

_____. **Intertextualidade**: diálogos possíveis. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2012.

_____. **Desvendando os segredos do texto**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2003.

_____. **Argumentação e linguagem**. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

_____. **Linguística textual**: retrospecto e perspectivas. São Paulo: Alfa, 1997.

_____. Estratégias pragmáticas de processamento textual. **Caderno de Estudos Linguísticos**, Campinas, v.30, p. 35-42, jan./jun. 1996.

_____; BENTES, A. C.; CAVALCANTE, M. C. **Intertextualidade**: diálogos possíveis. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2012.

_____; TRAVAGLIA, L. C. **A coerência textual**. São Paulo: Contexto, 2001.

KUNDERA, Milan. **A insustentável leveza do ser**. Disponível em: <<https://lelivros.pro/book/baixar-livro-a-insustentavel-leveza-do-ser-milan-kundera-em-pdf-epub-e-mobi-ou-ler-online>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

LUKÁCS, Georg. **Ensaio sobre literatura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Tradução de Cecília P. de Souza e Silva, Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2011.

_____. **Novas tendências em análise do discurso**. Tradução: Freda Indursky. 3. ed. Campinas: Pontes; Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

MARI, Hugo. **Os lugares do sentido**. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2008.

MARCUSCHI, L. A. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo. Parábola Editorial, 2008.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, Angela Paiva; MACHADO, Anna Rachel; BEZERRA, Maria Auxiliadora (Org.). **Gêneros textuais e ensino**. 4. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

MAZIÈRE, Francine. **A análise do discurso**: história e práticas. Tradução: Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2007.

MEURER, José Luiz; MOTTA-ROTH, Désirée (Org.). **Gêneros textuais e práticas discursivas**. 1. ed. São Paulo: EDUSC, 2002.

MONNERAT, Rosane Mauro. **A publicidade pelo avesso**: propaganda e publicidade, ideologias e mitos e a expressão de ideias: o processo de críticas da palavra. Niterói: EdUFF, 2003.

MOREIRA, Viviane de Castilho. **Leibniz & a linguagem**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

MORRIS, Charles Willian. **Fundamentos da teoria dos signos**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1976.

OLIVEIRA, H. F. Gêneros textuais e conceitos afins: teoria. In: VALENTE, A. (Org.). **Língua portuguesa e identidade**: marcas culturais. Rio de Janeiro: Caetés, 2007.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso e texto**: formulação e circulação de sentidos. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 2012.

_____. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 9. ed. Campinas, SP: Pontes, 2010.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica e filosofia**. Introdução, seleção e tradução de Octanny Silveira da Mota e Leonidas Hegenberg. São Paulo: Cultrix; Editora da Universidade de São Paulo, 1975.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. Trad. Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

ROCHA LIMA, C. H. da. **Gramática normativa da Língua Portuguesa**. 32. ed. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1994.

ROCHA, Ruth. **Marcelo, marmelo, martelo e outras histórias**. Ilustrações Alberto Cornavaca. 2. ed. São Paulo: Salamandra, 1999.

RODRIGUES, R. H. Os gêneros do discurso na perspectiva dialógica da linguagem: a abordagem de Bakhtin. In: MEURER, J. L. et al. (Org.). **Gêneros: teorias, métodos, debates**. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

ROSA, A. M. Literatura & psicanálise nas decisões penais: enunciando impossibilidades. In: SÖHNGEN, Clarice Beatriz da Costa; PANDOLFO, Alexandre Costi (Org.). **Encontros entre direito e literatura: ética, estética e política**. Porto Alegre. EDIPUCRS, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2012.

_____; NÖTH. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. 4. ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SARTORI, Giovanni. **Partidos e sistemas partidários**. Brasília: UnB, 1982.

SAUSSURE, F. **Curso de Linguística Geral**. 6. ed. São Paulo: Cultrix, 1972.

SCHMIDT, Siegfried J. **Linguística e teoria do texto**. São Paulo, Pioneira, 1978.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. **Comunicação e ciência: estudo de representações e outros pensamentos sobre mídia**. Rio de Janeiro: Eduerj. 2008.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Trad. Wagner de Oliveira Brandão. Rev. trad. Leonardo Avritzer. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

_____. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

TODOROV, Tzvetan. **Teorias do símbolo**. Tradução de Roberto Leal Ferreira. São Paulo: Editora da Unesp, 2014.

TOMASELLO, Michael. **Origens culturais da aquisição do conhecimento humano**. Trad. Claudia Berliner. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

VAL, M. G. C. Repensando a textualidade. In: AZEREDO, J. C. (Org.). **Língua portuguesa em debate**: conhecimento e ensino. Petrópolis: Vozes, 2000.

VALENTE, A. Argumentação e textualidade em crônicas jornalísticas. In: VALENTE, A.; PEREIRA, Maria Teresa G. (Org.). **Língua portuguesa**: descrição e ensino. São Paulo: Parábola Editorial, 2011.

_____. Intertextualidade e interdiscursividade nas linguagens midiática e literária: um encontro luso-brasileiro. In: OLIVEIRA, Fátima; DUARTE Isabel Margarida. **O fascínio da linguagem**: actas do Colóquio de Homenagem a Fernanda Irene Fonseca. Porto: Centro de Linguística, Universidade do Porto, 2008.

VAN DIJK, Teun Adrianus. **Discurso, notícia e ideologia**: estudos na análise crítica do discurso. Porto: Campo das Letras, 2005.

VERÍSSIMO, Luis Fernando. Ironia fina. **O Globo**, 16 nov. 2001.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2004.

_____. **A produção do sentido**. São Paulo: Cultrix, 1980.

WEEDWOOD, Barbara. **História concisa da linguística**. São Paulo: Parábola Editorial, 2002.

WEINRICH, H. **Linguistik der Luge**. Heidelberg: Lambert Schneider, 1966.

WIDDOWSON, H. G. **Teaching language as communication**. Oxford: Oxford University Press. 1978.

WITTGENSTEIN, L. **Investigações filosóficas**. Trad. José Carlos Bruni. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1979.

ZOPPI-FONTANA, Mónica. **Cidadãos modernos**: discurso e representação política. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.