



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE LETRAS – IL
DEPARTAMENTO DE LINGUÍSTICA, PORTUGUÊS E LÍNGUAS CLÁSSICAS – LIP
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA – PPGL

***MODI OPERANDI DA MÍDIA BRASILEIRA: CONSTRUÇÕES DISCURSIVAS DA
REPRESENTAÇÃO PARLAMENTAR***

Ana Paula Martins Guilhem

Brasília
2014

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE LETRAS – IL
DEPARTAMENTO DE LINGUÍSTICA, PORTUGUÊS E LÍNGUAS CLÁSSICAS – LIP
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA – PPGL

Ana Paula Martins Guilhem

***MODI OPERANDI* DA MÍDIA BRASILEIRA: CONSTRUÇÕES DISCURSIVAS DA
REPRESENTAÇÃO PARLAMENTAR**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística do Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas, do Instituto de Letras da Universidade de Brasília – UnB, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Linguística, na Área de Concentração *Linguagem e Sociedade* e na Linha de Pesquisa *Discurso, Representações Sociais e Textos*.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Adelina Lopo Ramos

Brasília

2014

Ana Paula Martins Guilhem

MODI OPERANDI DA MÍDIA BRASILEIRA: CONSTRUÇÕES DISCURSIVAS DA REPRESENTAÇÃO PARLAMENTAR

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística do Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas, do Instituto de Letras da Universidade de Brasília – UnB, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Linguística, na Área de Concentração *Linguagem e Sociedade* e na Linha de Pesquisa *Discurso, Representações Sociais e Textos*, defendida e aprovada em 18 de julho de 2014 pela Banca Examinadora constituída pelas professoras e professor:

ANA ADELINA LOPO RAMOS

Doutora, Universidade de Brasília – Orientadora

CIBELE BRANDÃO

Doutora, Universidade de Brasília – Membro Efetivo

JANAINA DE AQUINO FERRAZ

Doutora, Universidade de Brasília – Membro Efetivo

HARRISON DA ROCHA

Doutor, UniCEUB – Membro Suplente

AGRADECIMENTOS

Nesse momento, ao completar sete anos na Universidade de Brasília – disseminados entre a graduação e o mestrado – vem à tona um sentimento de nostalgia que me dá orgulho dos passos trilhados na Universidade. O caminho foi árduo, a distância da família foi dolorosa, mas a realização do sonho de estar sendo formada por uma das melhores Universidades Federais do país é inestimável.

Assim, agradeço primeiramente a Deus, pelo dom da vida, por ter me dado a força necessária para enfrentar os desafios que surgiram desde muito nova. As oportunidades foram fruto da Sua intervenção, e a minha gratidão será eterna e nunca o suficiente.

Aos meus pais Denilia Guilhem e Paulinho Guilhem (emociono-me só de lembrar tudo o que eles já fizeram por mim). Pela confiança, pelo empenho na minha educação, por tirarem de si para me proporcionar sempre o melhor. Meus eternos mestres, meus professores, serei sempre grata por não me deixarem desistir nunca, por me darem a base emocional – mesmo à distância – nos momentos mais gritantes.

Ao meu irmão José Vinícius Guilhem, por todo apoio emocional que sempre me dedicou e pelo enorme coração que me acolheu e me aconselhou nos momentos difíceis.

À minha querida e amiga orientadora, professora Ana Adelina, que me recebeu como sua orientanda e me guiou com maestria pelos caminhos acadêmicos.

Ao Deputado Federal Edinho Araújo, pela oportunidade profissional na Câmara dos Deputados que suscitou o interesse pelo objeto de investigação da presente dissertação de mestrado. À sua equipe, representada pelas companheiras do dia a dia, Patrícia Pimentel Mendes e Tatiana Nepomuceno, pela paciência e apoio nos momentos de ausência. Ao jornalista Luis Fernando dos Santos, pelos ensinamentos diários e sempre pertinentes.

Ao amor da minha vida, Paulo Henrique Soares Marra, por transmitir-me a paz e a serenidade indispensáveis para a conclusão desse processo.

RESUMO

A presente dissertação de mestrado busca investigar como a mídia impressa brasileira, particularmente, capas de revistas de ampla circulação nacional (*Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital*), está construindo, por meio do discurso, a representação do ator social **político brasileiro**. Trata-se de uma pesquisa qualitativa de cunho interpretativo, que pretende desvelar elementos linguístico-discursivos e imagéticos que concorrem para a construção da imagem do parlamentar brasileiro na mídia. Assim, analisar-se-á, a partir de textos multimodais construídos nas quatro capas de revistas selecionadas para o *corpus* de pesquisa, como a mídia vem operando para construir a representação da imagem do político brasileiro. Para tanto, esse estudo recorreu à Análise de Discurso Crítica como teoria e método (FAIRCLOUGH, 1989, 1995, 2001, 2003; VAN DIJK, 2008, 2012), perpassando os conceitos de mídia e ideologia argumentados por Thompson (2011, 2012), bem como conceitos sobre discurso e poder. A Gramática Visual, de Kress & Van Leeuwen (1996, 2001), ofereceu uma abordagem teórico-metodológica para a análise crítica dos textos multimodais do *corpus*, configurando-se a Teoria da Multimodalidade (KRESS & VAN LEEUWEN, 2001, 2006) como guia para os caminhos a serem articulados na pesquisa. Além disso, a Teoria da Representação de Atores Sociais (VAN LEEUWEN, 1997, 2005, 2008) embasou as análises por meio das suas categorias analíticas sobre a agência verbal. A teoria a respeito dos gêneros textuais obteve em Bakhtin (2002, 2011) e Marcuschi (2007, 2010) a fundamentação teórica necessária para o desenvolvimento desse aspecto textual. O presente estudo identificou dois *modi operandi*¹ da mídia brasileira ao construir a imagem do político brasileiro por meio de elementos linguísticos e imagéticos que, conjugados expressivamente, representam esse ator social.

Palavras-chave: Representação parlamentar brasileira. Mídia impressa. Multimodalidade.

¹ *Modus operandi* (plural: *modi operandi*) é uma expressão em latim que significa “modo de operação”. É utilizada para designar uma maneira de agir, operar ou executar uma atividade. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Modus_operandi>. Acesso em 15/06/2014.

ABSTRACT

This master's dissertation investigates how the Brazilian media, particularly, magazines covers of wide national circulation (*Veja*, *IstoÉ* and *CartaCapital*), is building, through discourse, the representation of the Brazilian politician social actor. This is a qualitative research interpretive slant, which aims to reveal linguistic-discursive and imagistic elements that contribute to the construction of the image of the Brazilian parliamentarian in the media. Thus, it will be analyzed, from multimodal texts constructed in the four magazines covers selected for the research corpus, as the media has been operating to build the representation of the images of Brazilians politicians. To this end, this study resorted to Critical Discourse Analysis as theory and method (FAIRCLOUGH, 1989, 1995, 2001, 2003; VAN DIJK, 2008, 2012), traversing the concepts of media and ideology argued by Thompson (2011, 2012), well as concepts of discourse and power. The Visual Grammar of Kress & Van Leeuwen (1996, 2001) offered a theoretical-methodological approach to critical analysis of multimodal texts in the corpus, accepting the Theory of Multimodality (KRESS & VAN LEEUWEN, 2001, 2006) as a guide for the paths to be articulated in the research. Moreover, the Representation Theory of Social Actors (VAN LEEUWEN 1997, 2005, 2008) based the analysis through its analytical categories of verbal agency. The theory about the textual genres obtained in Bakhtin (2002, 2011) and Marcuschi (2007, 2010) a necessary theoretical basis for the development of this textual aspect. The present study identified two *modi operandi*² of the Brazilian media to build the image of Brazilian politician through linguistic and pictorial elements which, combined expressively, represent this social actor.

Keywords: Brazilian parliamentary representation. Print media. Multimodality.

² *Modus operandi* (plural *modi operandi*) is a Latin expression meaning “mode of operation”. It is used to denote a way of acting, operate or perform an activity. Available in: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Modus_operandi>. Access 15/06/2014.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|-----|
| Figura 1 <i>Site</i> da revista <i>Veja</i> | 81 |
| Figura 2 <i>Site</i> da revista <i>IstoÉ</i> | 81 |
| Quadro 1 – Corpo linguístico – Revista <i>Veja</i> (processos e participantes)..... | 90 |
| Quadro 2 Com base em Van Leeuwen (1997) | 90 |
| Quadro 3 – Corpo linguístico – Revista <i>IstoÉ</i> (processos e participantes) | 98 |
| Quadro 4 Com base em Van Leeuwen (1997) | 98 |
| Quadro 5 – Corpo linguístico – Revista <i>CartaCapital</i> (processos e participantes)..... | 106 |
| Quadro 6 Com base em Van Leeuwen (1997) | 106 |
| Quadro 7 – Corpo linguístico – Revista <i>CartaCapital</i> (processos e participantes)..... | 114 |
| Quadro 8 Com base em Van Leeuwen (1997) | 115 |

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 10 |
| 1 OS TRAÇOS DA POLÍTICA NO BRASIL | 14 |
| 1.1 A visibilidade mediada e o novo cenário político..... | 15 |
| 2 TECENDO A TEORIA – REPRESENTAÇÕES NA MÍDIA | 20 |
| 2.1 Mídia..... | 21 |
| 2.2 A Análise de Discurso Crítica (ADC) – Reflexões Iniciais..... | 26 |
| 2.2.1 A Análise de Discurso Crítica – A Teoria..... | 27 |
| 2.2.2 A Análise de Discurso Crítica – O Discurso..... | 29 |
| 2.2.3 A Análise de Discurso Crítica – O texto como material de pesquisa | 32 |
| 2.3 Intertextualidade | 35 |
| 2.3.1 Os caminhos articulados para a Coerência Textual | 36 |
| 2.4 Discurso e Mídia..... | 39 |
| 2.5 Discurso e Poder | 39 |
| 2.6 Discurso, Mídia e Ideologia..... | 42 |
| 2.6.1 As interfaces do conceito – “Ideologia” através dos séculos | 44 |
| 2.7 Discurso e <i>modernidade tardia</i> | 46 |
| 2.8 A Representação de Atores Sociais | 48 |
| 2.8.1 A categoria <i>exclusão</i> | 49 |
| 2.8.2 A categoria <i>inclusão</i> | 49 |
| 2.9 A Teoria da Multimodalidade..... | 52 |
| 2.9.1 O que são recursos semióticos | 54 |
| 2.10 O Gênero Textual..... | 55 |
| 2.10.1 O gênero capa de revista | 58 |
| 3 DIRETRIZES METODOLÓGICAS | 62 |
| 3.1 Da pesquisa | 62 |
| 3.2 Dos dados..... | 63 |

| | |
|--|-----|
| 3.3 Da pesquisadora | 65 |
| 3.6 Dos métodos e técnicas utilizados na pesquisa..... | 67 |
| 3.6 Do <i>corpus</i> de pesquisa selecionado | 67 |
| 3.7 Dos critérios de análise | 68 |
| 4 ANÁLISE DOS DADOS | 72 |
| 4.1 Análises das capas de revistas selecionadas | 86 |
| 4.1.1 Revista <i>Veja</i> - Edição nº 1993 – (31/01/2007)..... | 86 |
| 4.1.2 Revista <i>IstoÉ</i> – Edição nº 2059 – (29/04/2009)..... | 94 |
| 4.1.3 Revista <i>CartaCapital</i> – Edição nº 545 (13/05/2009) | 102 |
| 4.1.4 Revista <i>CartaCapital</i> – Edição nº 744 (15/04/2013) | 110 |
| 4.2 Os dados comparados | 118 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 121 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 125 |

INTRODUÇÃO

No dia 6 de maio de 2011, o jornal *O Estado de S.Paulo* publicou matéria intitulada “Sarney acusa mídia de fragilizar o Senado³”, em que consta a opinião do presidente do Senado Federal, José Sarney, segundo a qual a imprensa quer “disputar” com o Parlamento brasileiro o papel de representar a opinião pública. Além disso, a manchete apresenta que o político classificou de “campanha para fragilizar o Senado” as diversas denúncias de irregularidades na Casa Legislativa.

Na mesma linha, no dia 10 de junho de 2014, o presidente da Câmara dos Deputados, Henrique Eduardo Alves, defendeu o Congresso Nacional de reportagem veiculada pelo programa *Fantástico* (Rede Globo), em que se apresentou o livro *O Nobre Deputado*. Na obra, o juiz Marlon Reis criou um personagem fictício para representar parlamentares que, segundo o autor, cometem ilícitos. A reportagem, nesse sentido, representou, de forma genérica e depreciativa, os parlamentares brasileiros. O presidente da Câmara, em pronunciamento proferido do plenário⁴, afirmou:

Não se pode deixar de repudiar as denúncias genéricas, sem individualização ou indicação de nomes, que minam as instituições fundamentais da democracia brasileira, reforçam nos eleitores a falsa ideia de que a política de nada lhes serve e, ao contrário do suposto pelos autores da reportagem, desestimulam o exercício da cidadania. Nós pedimos respeito à Casa mais legítima, mais verdadeira, mais democrática do povo brasileiro.

Com isso, é possível observar o importante papel que a mídia vem exercendo no âmbito da política brasileira, compartilhando formas simbólicas que são responsáveis por construir e desconstruir estereótipos de parlamentares. Partindo dessas palavras iniciais, objetivo na presente dissertação investigar a representação dos atores sociais políticos brasileiros por meio do discurso da mídia. Trata-se de uma dissertação de caráter multidisciplinar, cujas linhas gerais dar-se-ão à luz de fundamentos da Análise de Discurso Crítica e da Teoria da Multimodalidade. Buscarei mapear e sistematizar as construções

³ Disponível em <<http://oglobo.globo.com/pais/noblat/posts/2011/05/06/sarney-acusa-midia-de-fragilizar-senado-377924.asp>>. Acesso em 10/06/2014

⁴ Disponível em <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/06/presidente-da-camara-defende-congresso-de-acusacoes.html#>>. Acesso em 10/06/2014

multimodais das imagens dos parlamentares brasileiros em veículos de comunicação de massa, especificamente, em capas de revistas brasileiras de grande circulação. “Hoje, as instituições e relações comunicativas definem e constroem o social; elas ajudam a constituir o político” (HALL, 1989, p. 43). É exatamente por essa responsabilidade pública do discurso veiculado na mídia brasileira e o seu impacto social que se lança o presente estudo, reiterando que se trata de uma análise crítico-interpretativa, com base na metodologia de cunho qualitativista.

Dessa forma, o objetivo geral desta dissertação é investigar de que modo/s a mídia impressa, particularmente, revistas de ampla circulação nacional, estão construindo, por meio do discurso, a representação do ator social político brasileiro. Assim, analisarei, a partir de textos multimodais construídos em capas de revistas, como a mídia vem operando para construir a representação da imagem desse político.

Já os objetivos específicos desta dissertação são: (i) revelar na mídia impressa (capas de revistas selecionadas) elementos linguístico-discursivos e imagéticos que concorrem para a construção da imagem do parlamentar brasileiro (representação genérica do parlamentar); (ii) revelar elementos linguístico-discursivos e imagéticos de que a mesma mídia vem se valendo para a construção da imagem do parlamentar-celebridade (representação do parlamentar-celebridade); (iii) confrontar as duas análises das representações sociais para detectar até que ponto o discurso midiático é coerente.

Para atingir os objetivos que acabo de delinear, tentarei responder às seguintes questões de pesquisa: 1) Como se dá a representação social do parlamentar brasileiro na mídia impressa? 2) Como se dá a representação social do parlamentar-celebridade nessa mesma mídia? 3) As construções discursivas das duas representações são positivas ou negativas? Há distinções? 4) Qual gênero textual foi observado para construir a imagem política do parlamentar? Essa escolha interferiu nas combinações linguísticas e imagéticas?

No primeiro capítulo, intitulado **OS TRAÇOS DA POLÍTICA NO BRASIL**, apresentarei algumas características da política brasileira, destacando as modificações ocasionadas por ocasião do surgimento da mídia. Resgatarei os conceitos de Thompson (2012) a respeito da visibilidade mediada dos políticos, ressaltando as novas formas de administração das suas autoimagens, possibilitadas com o novo cenário político midiático.

No segundo capítulo, intitulado **TECENDO A TEORIA – REPRESENTAÇÕES NA MÍDIA**, apresentarei a fundamentação teórica da presente dissertação. Será possível observar que, atualmente, mídia e política atuam em conjunto, apesar de serem dois campos que se erigiram separadamente. As características da comunicação de massa (mídia) delimitadas por Thompson (2012) serão descritas. Tecerei a respeito dos princípios da Análise de Discurso Crítica, adotando-a como teoria e método, bem como apresentando os conceitos de mídia, discurso, ideologia e poder. Além disso, serão expostos princípios da Gramática Visual de Kress & Van Leeuwen, bem como da Teoria da Multimodalidade. A Teoria da Representação de Atores Sociais também norteará as análises de como a imagem do político brasileiro está sendo construída pela mídia nacional. Buscarei relacionar as teorias ora listadas no diálogo possível para a análise dos dados.

No terceiro capítulo, intitulado **DIRETRIZES METODOLÓGICAS**, recorrerei à metodologia qualitativa como base para a análise do *corpus* deste estudo. A pesquisa qualitativa é um “processo de reflexão e análise da realidade através da utilização de métodos e técnicas para compreensão detalhada do objeto de estudo em seu contexto histórico e/ou segundo sua estruturação” (MARLY, 2010, p. 37). Adotarei o fundamento qualitativo para a presente dissertação porque esta diz respeito a uma leitura interpretativa e crítica das práticas sociais e discursivas da mídia brasileira.

No quarto capítulo, intitulado **ANÁLISE DOS DADOS**, retomarei a teoria e o caminho metodológico apresentados nos dois capítulos anteriores, de forma a aplicá-los na análise das quatro capas de revistas que compõem o *corpus* desta pesquisa. Será o momento de recuperar conceitos e afirmações teóricas que selecionei para fundamentar este trabalho, de modo a lançar o meu olhar de pesquisadora sobre os dados. Analisarei cada capa de revista individualmente, destacando os textos, os recursos semióticos, as práticas discursivas e as práticas sociais que as configuram. Ademais, os resultados das quatro análises serão confrontados, de forma a compará-los para tentar identificar se existem semelhanças e diferenças nas representações sociais.

O gênero capa de revista será analisado na sua totalidade, ressaltando-se as construções multimodais que estão sendo perpetuadas e vendidas pelas revistas de modo a informar e persuadir o público-alvo consumidor. Vale lembrar, portanto, que se trata de um gênero que tem como objetivo principal despertar a atenção do leitor: as formas simbólicas da revista passam por um processo de valorização econômica, o que remete à característica da

mercantilização das formas simbólicas estipulada por Thompson (2012). Nessa perspectiva, analisarei as diversas escolhas lexicais e construções multimodais que, conjugados, trabalham para representar o ator social político brasileiro.

Por fim, apresento as minhas conclusões a respeito das análises das quatro capas selecionadas. Cabe ressaltar que a presente pesquisa não busca esgotar a temática da representação parlamentar, nem busca uma verdade absoluta dos fatos. As minhas análises estarão sempre pautadas nos dados da pesquisa, de forma a expor como a mídia tem usado o seu papel de informar quando trata do político brasileiro. Atualmente, a revolta, a indignação e a falta de credibilidade dominam a sociedade quando o assunto é políticos. A corrupção é uma das maiores mazelas da democracia brasileira. E essa pesquisa não objetiva questionar a existência de políticos corruptos e desonestos no Brasil. É sabido que eles existem. Entretanto, é salutar estudar os modos como o parlamentar brasileiro vem sendo representado pela mídia, uma vez que os discursos veiculados por ela são cumulativamente duradouros e podem estar influenciando diretamente o que as pessoas estão pensando a respeito desse ator social e que, conseqüentemente, em um processo temporal, irá influenciar a escolha dos governantes no país. “O que quer que saibamos sobre nossa sociedade, ou de fato sobre o mundo em que vivemos, sabemos por meio da mídia de massa” (LUHMANN, 1996, p. 2).

1 OS TRAÇOS DA POLÍTICA NO BRASIL

Introdução

Neste capítulo de abertura da presente dissertação, discorrerei brevemente a respeito de algumas características da política brasileira, a fim de contextualizar o determinante papel da mídia no processo democrático do país. A seguir, explanarei o curso da visibilidade de políticos ao longo dos séculos, baseado em Thompson (2012), demonstrando as etapas pelas quais passou, bem como as consequências de cada uma delas, com o intuito de verificar como se chegou à atual visibilidade mediada dessas figuras públicas.

A ditadura militar separa as duas experiências democráticas brasileiras: a do período 1945-1964 e aquela iniciada em 1985. Trata-se, assim, de um Brasil de intensas transformações, o que culminou especialmente na emergência de um país midiaticizado. O novo cenário do país trouxe consequências para a cultura brasileira, para a instituição social e principalmente para a política – que passou a exigir candidatos e governantes que se adaptassem ao novo modelo democrático brasileiro, pautado principalmente na liberdade de imprensa.

Muito tempo após o surgimento da *internet*, a representação do Congresso Nacional passou a ser embasada na fiscalização do exercício dos parlamentares. Por meio dos *sites* tanto da *Câmara Federal* quanto do *Senado Federal*, podemos encontrar o *link Transparência*, que contém todos os gastos da cota parlamentar. Assim, qualquer cidadão brasileiro pode ter conhecimento sobre como o seu governante está gastando o dinheiro público, bem como sobre outras informações que norteiam as atividades parlamentares.

Com essa nova possibilidade de fiscalização que surgiu recentemente, a imprensa brasileira passou a acompanhar os gastos públicos, denunciando irregularidades, examinando as ações governamentais, entre outros.

1.1 A visibilidade mediada e o novo cenário político

A representação do político brasileiro está intimamente ligada a questões de **visibilidade mediada** – conceito apresentado por Thompson (2012) em *A mídia e a modernidade*. O surgimento da visibilidade mediada designa novas maneiras de agir e interagir trazidas com a mídia. Antes do desenvolvimento da imprensa e de outros meios de comunicação, a visibilidade dos políticos era vinculada à sua presença física diante dos cidadãos, em contextos de interação face a face. Os políticos, na maioria das vezes, apareciam apenas nos ambientes da assembleia ou da corte, e socializavam-se somente com os membros das elites governantes ou com pessoas que participavam desse meio social. Dessa forma, raramente as pessoas tinham qualquer tipo de contato com os seus representantes.

Com a perspectiva de uma teoria interacional da mídia, Thompson (2012) analisa os meios de comunicação em sua relação com as formas de interação que eles tornam possíveis e das quais fazem parte. Assim, o conceito elementar de interação inicia-se exatamente no exemplo supracitado: a interação face a face, que consiste numa relação dialógica de integrantes que estão num contexto de co-presença e que compartilham de uma estrutura espaço-temporal comum. Gestos, expressões faciais, variações de entonação estão presentes na interação face a face e corroboram para a interpretação das referências simbólicas. Aqui se dá, portanto, o primeiro contexto de visibilidade dos políticos governantes.

Com o surgimento dos meios de comunicação, diversas formas de interação mediada surgem, distinguindo-se da interação face a face em vários aspectos. Na interação mediada, os contextos dos interagentes (locutor e interlocutor) normalmente encontram-se separados espacialmente, podendo estar também separados no tempo ou serem simultâneos. Escrever cartas e falar ao telefone são formas de interação mediada em que não há o compartilhamento do mesmo referencial espaço-temporal como há na interação face a face.

Outro tipo de interação que Thompson conceitua e que é de relevante interesse na presente pesquisa é a “quase-interação mediada”. Trata-se da interação mediada gerada na produção e recepção de formas simbólicas como livros, jornais, rádios, programas de televisão, filmes, vídeos, revistas etc. Na quase-interação mediada, as formas simbólicas são produzidas visando a um número indefinido de leitores potenciais e caracteriza-se principalmente pelo seu caráter monológico: o fluxo comunicativo é em grande parte de

sentido único, diferindo, portanto, da interação face a face e da interação mediada, caracterizadas pelo caráter dialógico.

O desenvolvimento da imprensa (quase-interação mediada) mudou radicalmente o cenário da esfera política: o governante não dependia mais do seu aparecimento físico em reuniões públicas para adquirir considerável visibilidade com o seu público. Na Idade Moderna, especificamente na Europa, os políticos começaram a usar os meios de comunicação não apenas para promulgar decretos oficiais, mas também para promover a sua autoimagem. Não havia mais necessidade, portanto, apenas da presença física do governante para ele adquirir audiência com o seu potencial público eleitor.

Entretanto, é relevante registrar que no âmbito da política brasileira⁵ as possibilidades trazidas com a quase-interação mediada (meios de comunicação de massa) não excluem a interação face a face, ou seja, os políticos ganharam novos meios para se autopromoverem, mas isso não elimina a “necessidade” de eles porventura estarem em presença física em eventos públicos, por exemplo.

A partir dos séculos XIX e XX, com o surgimento/desenvolvimento da mídia eletrônica (rádio, televisão, *internet*), deu-se continuidade ao processo de visibilidade mediada promovida pela imprensa ao longo dos séculos passados. Só que a mídia eletrônica trouxe uma nova apropriação do conteúdo simbólico: a informação passou a ser compartilhada em longas distâncias em muito pouco tempo ou simultaneamente. As atividades dos líderes políticos tornaram-se cada vez mais visíveis para uma quantidade crescente de público que não tinha a oportunidade de encontrá-los no cotidiano. Assim, a visibilidade dos políticos, de suas ações, feitos e personalidades foram desvinculadas do contexto de compartilhamento espaço-temporal: tratava-se de um grande avanço para a atividade política.

O rádio, a televisão e a *internet* criaram novas formas de se fazer política. O rádio criou a audição mediada, possibilitando aos políticos a transmissão de mensagens para uma grande quantidade de pessoas distantes; a televisão forneceu, além da palavra falada, as imagens de pessoas, ações e acontecimentos, numa escala simultânea e desespecializada; a *internet* amplificou esses meios, e, ao mesmo tempo, tornou-os mais complexos, aumentando o fluxo de conteúdo audiovisual nas redes de comunicação, permitindo a sua criação e

⁵ Não se excluindo os cenários políticos de outros países.

disseminação. Tornou-se, assim, impossível para os políticos controlarem inteiramente o novo tipo de visibilidade criada pela mídia.

Enquanto a mídia possibilitou novas formas para que os políticos aparecessem diante de um número crescente de pessoas, de uma forma nunca antes vista, ela também gerou novos riscos. Como afirma Thompson (2012), “a visibilidade mediada é uma faca de dois gumes” (p. 14). Ao mesmo tempo em que os novos meios de comunicação transformaram a questão da visibilidade dos governantes políticos, possibilitando-lhes novas formas para a administração da sua autoimagem, numa proporção antes desconhecida, eles geraram também certa fragilidade. Thompson afirma:

Dada a natureza da mídia, as mensagens produzidas por líderes políticos podem ser recebidas e entendidas de maneiras que não se podem monitorar ou controlar diretamente. Daí que a visibilidade criada pela mídia pode se tornar uma fonte de um novo tipo de *fragilidade*. Mais os líderes políticos procuram administrar sua visibilidade, menos eles a podem controlar; o fenômeno da visibilidade pode escapar de suas rédeas e, ocasionalmente, pode funcionar contra eles. (THOMPSON, 2012, p. 184)

Como não é possível se ter o controle por completo do fenômeno da visibilidade, uma fonte permanente de problemas surge para os políticos. Thompson lista quatro tipos de ocorrências, que não se limitam em si e não são mutuamente excludentes:

- (i) A gafe e o acesso explosivo;
- (ii) O desempenho do efeito contrário;
- (iii) O vazamento;
- (iv) O escândalo.

A gafe e o acesso explosivo são manifestações que, sem dúvida, estavam presentes nos círculos das elites de governo em tempos passados. A novidade dá-se, entretanto, na possibilidade de que gafes e acessos explosivos sejam gravados ao vivo, transmitidos para milhões de espectadores e repetidos diversas vezes para um número crescente de público. São manifestações que podem designar incompetência e falta de controle. Segundo Thompson, “gafes acontecem quando os líderes não estão em comando da situação em que se encontram ou da matéria que eles estão tratando; acessos explosivos acontecem quando eles perdem o controle de si mesmos” (2012, p. 186).

O desempenho de efeito contrário dá-se por meio de uma apressada avaliação de como suas ações poderiam ser recebidas e entendidas pelas pessoas que as veem/ouvem. Assim, a mensagem que tinha por objetivo produzir certo efeito acaba produzindo outro completamente contrário.

O fenômeno do vazamento dá-se por meio de “uma revelação intencional de informação por alguém de dentro que decide tornar público algo que sabe reservado para a região de fundo” (THOMPSON, 2012, p. 188). É, portanto, uma atitude intencional de uma pessoa que sabe que sua ação pode causar problemas a outros, mas que assume o risco por entender que a informação deva ser de domínio público.

O escândalo pressupõe a transgressão de normas ou expectativas que, uma vez reveladas, são denunciadas. Essas normas e expectativas dependem de um contexto sócio-histórico, ou seja, situações de suborno e desvio de verbas entre funcionários do governo não possuem o mesmo significado em todas as culturas.

Todas estas ocorrências listadas por Thompson demonstram a dificuldade que se estabeleceu quando do surgimento da visibilidade mediada no âmbito da esfera política. A proliferação dos meios de produção e de transmissão das mensagens mediadas atualmente caracteriza-se como uma das razões pelas quais é tão difícil ter-se o controle do fenômeno da visibilidade. Com essa crescente, é cada vez mais difícil para os políticos (e para suas equipes) controlarem a visibilidade de ações e de acontecimento que eles protagonizam.

Dessa forma, uma das ocorrências que julgo ser consequência da visibilidade mediada na esfera política é a do processo de vilanização dos políticos brasileiros na mídia. Governos golpeados por escândalos, líderes políticos lutando para reduzir os impactos causados por vazamentos e revelações de vários tipos, desvios de verbas públicas para fins pessoais, casos de corrupção na administração pública são informações compartilhadas e transmitidas pela mídia que amparam o conceito generalizado de que nenhum político no Brasil é honesto. São mensagens veiculadas por meio do discurso midiático que podem alimentar a suspeição e o cinismo que muitas pessoas sentem atualmente com relação aos políticos e às instituições estabelecidas.

Vilanizar políticos brasileiros é categorizá-los depreciativamente num mesmo grupo de “vilões”, sem distinção, ou seja, é generalizar a figura parlamentar desonesta, corrupta e não digna da confiança do eleitor. Nesta pesquisa, buscarei investigar o processo de

vilanização dos políticos brasileiros por meio das análises das capas selecionadas para o *corpus*. É imprescindível, entretanto, esclarecer que não se trata de um discurso em defesa da classe política brasileira, e sim uma pesquisa crítico-interpretativa, pautada sempre nos dados, de como o discurso midiático pode e consegue construir a imagem que deseja dos parlamentares brasileiros.

Conclusão

No presente capítulo, pude situar temporal e situacionalmente a presente pesquisa, de modo a estabelecer, no decorrer da história, como se deu a evolução da visibilidade mediada dos governantes. O surgimento da visibilidade mediada remete a novas maneiras de agir e interagir que foram possibilitadas com o advento da mídia. A visibilidade está ligada, portanto, a questões dessa nova forma de interação.

Thompson (2012) descreve três tipos de interação: a interação face a face (que requer a presença física dos interlocutores), a interação mediada (em que os interagentes podem estar separados no espaço, mas não no tempo – como em uma conversa telefônica) e a quase-interação mediada, de interesse para a presente dissertação e caracterizada pela produção e recepção de formas simbólicas por meio de livros, jornais, rádios, programas de televisão, filmes, vídeos, revistas etc. A quase-interação mediada possui o seu fluxo comunicativo sendo primordialmente de sentido único.

Dessa forma, a quase-interação mediada transformou a visibilidade dos políticos na sociedade, uma vez que lhes possibilitou novas formas de administração da sua autoimagem – perpassando os limites do espaço físico –, mas, por outro lado, gerou também riscos antes desconhecidos. Dentre eles está o que nomeei de vilanização dos políticos brasileiros na mídia, processo pelo qual se generaliza todo político brasileiro num mesmo rol de figura corrupta e desonesta por meio do discurso.

2 TECENDO A TEORIA – REPRESENTAÇÕES NA MÍDIA

Introdução

Neste capítulo, iniciarei a fundamentação teórica da presente pesquisa apresentando as características da comunicação de massa – mídia – postuladas por Thompson (2012). É importante delimitar o cenário pelo qual os discursos a serem analisados se encontram, de forma a situar a importância que a mídia exerce na sociedade atualmente e o seu grande papel nas representações sociais. Hoje, mídia e política atuam em conjunto, apesar de terem surgido em contextos distintos. Adotarei os princípios da Análise de Discurso Crítica como teoria e método, perpassando os conceitos de mídia, discurso, ideologia e poder. Princípios da Gramática Visual, de Kress & Van Leeuwen, serão expostos, bem como da Teoria da Multimodalidade e da Teoria da Representação de Atores Sociais. As teorias em questão serão norteadoras para a análise do *corpus* desta dissertação e refletem o meu posicionamento enquanto pesquisadora; buscarei relacioná-las no diálogo possível para a análise dos dados.

Alguns fatores históricos pós década de 1980 modificaram o papel exercido pela mídia no Brasil. Como Lima (2004) observa,

[...] a partir da década de 1980, com a perspectiva de redemocratização do processo político no Brasil, **crece a importância da mídia**, sobretudo eletrônica, como construtora da realidade pública. Dessa forma, as questões mais relevantes para a pesquisa passam a ser as que tratam das relações entre mídia e as demais instituições sociais, na medida em que elas são entendidas como relações de poder numa sociedade cada vez mais contraditória e desigual. Com a retomada das eleições diretas nos diferentes níveis – local, estadual e nacional – a partir de 1982, aparecem as pesquisas sobre o **papel e a importância da mídia na política**, em especial na determinação das preferências dos eleitores na escolha dos candidatos. Existe aqui uma gama variada de perspectivas, desde a que considera a mídia mera coadjuvante do processo eleitoral (e político) até a que atribui a ela o papel central na construção dos “cenários de representação” nos quais as disputas eleitorais ocorrem. (LIMA, 2004, p. 41, grifos meus).

Conferindo-se, portanto, à mídia o papel de suma importância na esfera política brasileira, integrante na construção dos cenários de representação mencionados por Lima (2004), e conseqüentemente a importância do discurso nesse contexto (já que ele – o discurso

– é o objeto por meio do qual a mídia se estabelece), apresentarei os conceitos de “mídia” que serão abordados no decorrer desta dissertação.

2.1 Mídia

Em *Mídias sem limite: como a torrente de imagens e sons domina nossas vidas*, Todd Gitlin (2003) utiliza-se de uma interessante parábola para explicitar o caráter abrangente da mídia:

Um fiscal de alfândegas observa um caminhão aproximar-se da fronteira. Desconfiado, manda o motorista descer e revista o veículo. Retira painéis, para-choques e estepe, mas não encontra nem traço de contrabando. E assim, ainda desconfiado, mas sem saber onde procurar mais, manda o motorista embora. Na semana seguinte, o mesmo motorista aparece. Novamente o fiscal revista tudo e, novamente, não encontra nada ilícito. Os anos passam, o fiscal experimenta revistar o próprio motorista, tenta raios X, sonar, tudo em que consegue pensar, e toda semana o mesmo homem vem, mas nenhuma carga misteriosa jamais aparece e, todas as vezes, relutante, o fiscal manda o homem embora.

Finalmente, depois de muitos anos, o fiscal vai se aposentar. O motorista chega.

– Sei que você é contrabandista – diz o fiscal. – Nem adianta negar. Mas não consigo imaginar o que você contrabandeou esses anos todos. Estou quase me aposentando. Juro que não vou prejudicar você. Por favor, me conte o que é que você está contrabandeando.

– Caminhões – diz o motorista. (GITILIN, 2003, p. 11)

O que a parábola dos caminhões salienta é como a mídia se faz presente na vida das pessoas, e como elas não se apercebem da sua importância. Porque, afinal, estamos na “era da informação”, e este *slogan* traz em si a ideia de progresso. E quem não quer progresso?

“Mídia”, plural do latino *medium*, meio é aqui definida como “o conjunto das instituições que utiliza tecnologias específicas para realizar a comunicação humana” (LIMA, 2009). Trata-se assim, da indústria cultural: emissoras de rádio, televisão, jornais, revistas, cinemas, *blogs*, *facebooks*, *twitters*. Para a presente pesquisa, deter-me-ei apenas na mídia escrita, limitando-me à análise de informações veiculadas por revistas brasileiras.

A mídia entra, portanto, no rol da comunicação humana, que é feita sempre de forma mediada, mesmo em contextos de interação face a face, onde a comunicação passa pela mediação da linguagem, sem o auxílio de outros canais/instrumentos de comunicação. A principal distinção que caracteriza uma comunicação face a face de uma comunicação por telefone é a disjunção espaço-temporal: na primeira, não há qualquer disjunção espaço-temporal; na segunda, há disjunção de espaço, mas não de tempo.

Estando no rol da comunicação humana, a mídia também faz parte da comunicação de massa, que Thompson (2012) define como “a produção institucionalizada e difusão generalizada de bens simbólicos através da fixação e transmissão de informação ou conteúdo simbólico” (p. 53).

Revistas e jornais caracterizam-se por se tratar de comunicação de massa: modalidade de comunicação em que os participantes (interagentes – locutor e interlocutor) estão separados no tempo e no espaço. Há, portanto, uma diferenciação dos contextos de produção e de recepção (leitura e interpretação), conforme já ressaltado por Fairclough (1995): “o ponto fundamental é que o tempo e o espaço da produção de um texto de comunicação de massa é diferente do tempo e do espaço de consumo, quando uma audiência vê ou ouve ou lê o texto” (p. 36, tradução minha).

Assim, a mídia trouxe uma ruptura fundamental entre a produção e a recepção de formas simbólicas. Thompson (2012) afirma que, em uma comunicação de massa,

As mensagens são produzidas por um grupo de indivíduos e transmitidas para outros situados em circunstâncias espaciais e temporais muito diferentes das encontradas no contexto original de produção. Por isso os receptores das mensagens da mídia não são parceiros de um processo de intercâmbio comunicativo recíproco, mas participantes de um processo estruturado de transmissão simbólica. Daí o motivo por que geralmente falarei de “transmissão” ou “difusão” das mensagens da mídia, mais do que “comunicação” como tal. (THOMPSON, 2012, p. 52)

Thompson (2012) ainda aponta cinco principais características da comunicação de massa, que desdobrarei nas sequências a seguir comentadas.

A primeira característica dá-se com os meios técnicos e institucionais de produção e difusão, que são os arcos que sustentam a mídia. Eles se baseiam, além disso, em inovações técnicas que têm por objetivo a comercialização. Trata-se do desenvolvimento da indústria da

mídia que possibilitou novas formas de organizações institucionais interessadas em produzir e difundir de maneira generalizada as formas simbólicas.

A mercantilização das formas simbólicas é a segunda característica da comunicação de massa. O que é produzido pela mídia passa por um processo de valorização econômica. Thompson chama de “bens simbólicos” as formas simbólicas mercantilizadas. Este conceito será de primordial relevância para entendermos os processos de produção das capas que serão analisadas nesta pesquisa, partindo da premissa de que a capa de revista é o objeto por meio do qual o produtor irá conquistar o seu cliente.

A terceira característica da comunicação de massa se dá por meio da dissociação estruturada entre a produção e a recepção dos bens simbólicos. Trata-se da separação dos contextos de produção e de recepção: os bens simbólicos são elaborados dentro de um contexto institucional (jornalistas e equipe envolvida) e são levados a outros contextos distantes e variados. Aqui não há, portanto, a troca de mensagens diretas e contínuas que caracterizam a interação face a face. Assim, a comunicação de massa traz desdobramentos no fluxo de mensagens sendo predominantemente de sentido único.

A quarta característica da comunicação de massa está presente na extensão da disponibilidade dos produtos da mídia no tempo e no espaço, ou seja, como não há coincidência de contextos de produção e recepção, os produtos da mídia tornam-se disponíveis em contextos os mais remotos e distantes do contexto em que foram originalmente produzidos. Esta ampliação de disponibilidade dos produtos da mídia aumentou incalculavelmente o número de leitores/consumidores desses produtos.

A disponibilidade dos produtos da mídia descrita acima culmina na quinta característica da comunicação de massa: a circulação pública das formas simbólicas mediadas. Trata-se, assim, do caráter “público” dos produtos da mídia, uma vez que estão abertos e disponíveis a uma multiplicidade de indivíduos.

Em seu artigo *A nova visibilidade*, Thompson ainda conceitua a mídia, relacionando-a ao campo político:

A mídia pode ser entendida como um campo de interação com interesses, posições e carreiras profissionais próprios, um campo que se erigiu separadamente do campo político, mas que está entrelaçado a ele de diversas maneiras. As organizações mediáticas estão todas elas, cada uma à sua maneira, preocupadas em exercer um

poder simbólico através do uso das mídias comunicacionais de todo tipo. Enquanto algumas dessas organizações interferem diretamente no campo político, elas não coincidem com ele, já que normalmente são regidas por princípios distintos e são orientadas para fins diversos. (THOMPSON, 2008, p. 27)

Assim, é imprescindível salientar que a mídia surgiu em contextos não vinculados à arena política, mas que houve um processo de entrelaçamento de ambos, em que mídia e política atuam em conjunto. Exemplo deste processo é a fiscalização que a mídia exerce na atividade política brasileira diariamente, denunciando eventuais irregularidades; em sentido oposto, é a luta dos políticos para conquistar espaço na mídia a fim de se ter a visibilidade necessária para a construção da sua autoimagem.

Por meio das características da comunicação de massa delineadas anteriormente, é possível também estabelecer a relação entre o produtor e o leitor dos produtos da mídia. Trata-se de uma relação assimétrica, de sentido único, uma vez que o leitor das mensagens da mídia não pode interromper o processo de produção, como ocorre numa comunicação face a face. O leitor das mensagens da mídia não pode interromper o processo de produção, mas isso não significa que ele seja um leitor passivo: trata-se de um processo comunicativo e dialógico, uma vez que todo leitor responde de alguma forma ao que lê, como nos assevera Bakhtin (2011). Thompson (2012) também aborda esta questão:

Os receptores são, pela própria natureza da comunicação de massa, parceiros desiguais no processo de intercâmbio simbólico. Comparados com os indivíduos envolvidos no processo de produção e transmissão, os receptores de mensagens mediadas pouco podem fazer para determinar os tópicos ou o conteúdo da comunicação. Mas isto não significa que eles sejam totalmente privados de poder, meros espectadores passivos de um espetáculo sobre o qual não têm nenhum controle. (THOMPSON, 2012, p. 56)

Assim, não há motivos para se crer que os destinatários dos produtos da mídia são meros espectadores passivos e que o processo de recepção seja em si um processo simples e acrítico. Pelo contrário: trata-se de um processo complexo em que os produtos da mídia são recebidos pelos indivíduos, interpretados por eles e incorporados em suas vidas. “Por isso os receptores das mensagens da mídia não são parceiros de um processo de intercâmbio comunicativo recíproco, mas participantes de um processo estruturado de transmissão simbólica” (THOMPSON, 2012, p. 52).

Quando Thompson assevera que os produtos da mídia são incorporados pelos indivíduos em suas vidas, começamos a entender a importância e a representatividade que a mídia exerce na vida das pessoas. Hoje já podemos observar e constatar na sociedade que a recepção das mensagens da mídia é um processo rotineiro, uma atividade prática que muitas pessoas já integram no seu dia a dia.

É importante ressaltar aqui a questão da chamada “imprensa livre”, que pressupõe um discurso em que a imprensa só diz a verdade sobre os fatos e que o seu papel na sociedade é o de fiscalizar, e que, sobretudo, sua posição é imparcial. Por meio dessa assertiva, a imprensa estabelece a crença que a sociedade deposita nos veículos de comunicação. As pessoas confiam no discurso proferido pelo jornal, porque não têm, via de regra, como checar as informações contidas na matéria. Entra-se aqui num universo arenoso, porque aqueles que veiculam a informação (discurso) passam a ser os detentores do “poder” – conceito que abordarei ainda neste capítulo.

Entretanto, apesar do “discurso imparcial” da mídia, Fairclough nos afirma que uma narrativa é construída pesadamente, e isso acarreta certas escolhas representativas que possivelmente não serão imparciais. Dessa forma, o que aparenta ser apenas uma representação fidedigna dos fatos é também uma construção deles, em que os recursos linguísticos – e não somente eles – utilizados demarcarão os efeitos pretendidos pelo produtor do texto.

Fairclough (1995) ainda aborda a respeito do impacto que a mídia causa na sociedade:

O grande impacto da mídia não está apenas no modo como eles decidem representar o mundo, o que é primordial para as publicações; mas também para a construção de identidades sociais, variações do ‘eu’ que eles projetam e que valores culturais serão envolvidos (se estão ligados ao consumismo, individualismo ou ao culto da personalidade). E isso influencia na definição das relações sociais, especialmente relações sociais entre as massas que constituem a audiência para as pessoas mais expostas nos meios de comunicação, como políticos, cientistas, líderes religiosos, e os próprios comunicadores. (FAIRCLOUGH, 1995, p.17-18)

Nessa perspectiva, pode-se afirmar que os discursos vinculados pela mídia brasileira a respeito dos parlamentares que aqui governam influenciam diretamente nas representações sociais a serem acreditadas, consumidas e compartilhadas pela população.

2.2 A Análise de Discurso Crítica (ADC) – Reflexões Iniciais

Por meio das delimitações acerca da mídia abordadas anteriormente, é possível estabelecer que ela – a mídia – é um dos elementos constitutivos das opiniões da sociedade, das suas visões de mundo e do seu conhecimento sobre o ambiente que a cerca. “O que quer que saibamos sobre nossa sociedade, ou de fato sobre o mundo em que vivemos, sabemos por meio da mídia de massa” (LUHMANN, 1996, p. 2)⁶. Assim, a mídia é um dos elementos da sociedade que constrói o social por meio de discursos.

Para estudar as práticas discursivas da mídia brasileira no quesito representação parlamentar, valer-me-ei da Análise de Discurso Crítica (ADC) como teoria e método para conduzir as minhas reflexões acerca da temática proposta, uma vez que a ADC constitui-se como teoria de caráter interdisciplinar, possibilitando o diálogo com teorias sociais variadas, ampliando, dessa forma, o campo de articulação teórica por meio dos conceitos de outras ciências e da sua incorporação à ADC. Trata-se, portanto, de uma teoria social que tem como objetivo estudar e entender as relações complexas e dialéticas entre a linguagem e os outros elementos da vida social; é ligada, assim, às ciências sociais críticas.

A ADC oferece subsídios científicos para estudos qualitativos que têm no texto o seu principal material de pesquisa. Assim, a ADC pauta a sua análise a partir do texto como materialização das práticas sociais. Dessa forma, entendo que estudar os modos como a mídia impressa vem representando o parlamentar brasileiro por meio da ADC é estudar os discursos e ideologias que podem sustentar e legitimar determinadas práticas discursivas, que, por sua vez, estão formando o que as pessoas pensam em relação ao político brasileiro, processo este que refletirá diretamente no voto do cidadão. Não é objeto desta pesquisa estudar quais são as consequências sociais dessa representação – mesmo sabendo que elas existem – mas, sim, expor a público como a mídia tem usado o seu papel de informar quando trata a respeito do político brasileiro.

É perceptível a revolta e a indignação do cidadão brasileiro no quesito “político”. E é frequente a publicação pela mídia impressa no Brasil de reportagens, capas e notícias que denunciam atos relativos à corrupção e a escândalos envolvendo políticos brasileiros de forma genérica. Não estou aqui questionando a existência de políticos corruptos e desonestos no

⁶ Citado por YARED, Maria Lilian de Medeiros (2011, p. 33).

Brasil. É sabido que eles existem. O que proponho aqui é uma reflexão de como a mídia, por meio do discurso, vem construindo a imagem generalizada e depreciativa do político brasileiro. Penso que é necessário estudar como o parlamentar brasileiro está sendo representado pela mídia impressa, por meio da Análise de Discurso Crítica, uma vez que os efeitos dos discursos vinculados por essa mesma mídia são cumulativamente duradouros e podem estar influenciando diretamente o que as pessoas estão pensando a respeito desse ator social e que, conseqüentemente, em um processo temporal, irá influenciar também a escolha dos nossos governantes.

2.2.1 A Análise de Discurso Crítica – A Teoria

Considerando a linguagem como uma forma de atuar na realidade, a Análise de Discurso Crítica – ADC – a entende de acordo com a sua funcionalidade linguística nas práticas sociais: forma de agir no mundo e de se relacionar, representando e identificando a si, aos outros e aos vários aspectos do mundo. Nesse sentido, a ADC não considera a linguagem de forma isolada da sociedade, mas sim como elemento integrante e constitutivo do próprio fazer social. É o que postula Fairclough (2003): a linguagem é parte integrante e irreduzível do social.

Essa afirmação de Fairclough designa que o discurso age efetivamente no campo social, de forma a construir e perpetuar práticas. Assim, não condiz com o conceito clássico de linguagem como mera ferramenta, estrutura – concepção formalista da linguagem, que a prega como um objeto autônomo. Fairclough (2001) apresenta-nos esta diferenciação:

Isso implica que o discurso tem uma relação ativa com a realidade, que a linguagem significa a realidade no sentido da construção de significados para ela, em vez de o discurso ter uma relação passiva com a realidade, com a linguagem meramente se referindo aos objetos, os quais são tidos como dados na realidade. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 66)

Assim, os discursos que estão sendo perpetuados pela mídia impressa brasileira podem estar construindo os significados que deseja a respeito do parlamentar brasileiro: é nesse

sentido que a ADC se adéqua aos objetivos desta pesquisa, de modo a conduzir as minhas reflexões acerca desse *modus operandi* de forma bastante coerente e crítica.

Nessa perspectiva, como a linguagem não é uma mera ferramenta do meio social, ela constitui a sociedade e é por ela constituída. Chouliaraki & Fairclough (1999) afirmam:

A Análise de Discurso Crítica se inicia de uma percepção do discurso (linguagem, mas também outras formas de semioses, tal como imagens visuais) como elemento de práticas sociais, que constituem outros elementos e também são moldados por estes. Questões sociais, são, então, em parte, questões de discurso. (p. 7)

A Análise de Discurso Crítica pauta-se, portanto, no paradigma funcional da linguagem. A concepção funcionalista da linguagem, segundo Schifffrin (1994), tem funções externas ao sistema, que são a parte central dos estudos linguístico-discursivos. Assim, enquanto a concepção formalista da linguagem define o discurso como a unidade acima da sentença, a concepção funcionalista da linguagem define o discurso como a linguagem em uso. Na presente dissertação, será observado como a mídia age discursivamente e como ela representa o social – no caso, o parlamentar brasileiro. A concepção funcional da linguagem não só leva em consideração seus aspectos internos, mas estes somados aos externos, numa perspectiva interacional entre autor-leitor-mundo.

Em relação a este processo interacional do discurso, Bakhtin (2002) pontua:

O elemento que torna a forma linguística um signo não é a sua identidade como sinal, mas sua mobilidade específica; da mesma forma que aquilo que constitui a decodificação da forma linguística não é o reconhecimento do sinal, mas a compreensão da palavra em seu sentido particular, isto é, a apreensão da orientação que é conferida à palavra por um contexto e uma situação precisos, uma orientação no sentido da evolução e não do imobilismo. (p. 94)

Ainda a respeito da concepção funcional da linguagem, Van Dijk (2008) afirma que “O discurso não é analisado apenas como um objeto ‘verbal’ autônomo, mas também como uma interação situada, como uma prática social ou como um tipo de comunicação numa situação social, cultural, histórica ou política” (p. 12).

2.2.2 A Análise de Discurso Crítica – O Discurso

O campo teórico da Análise de Discurso Crítica constitui-se ao redor do conceito de discurso. Conforme Fairclough (2001), entende-se discurso como

uso da linguagem como **forma de prática social** e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis institucionais. Isso tem várias implicações. Primeiro, implica ser o discurso um modo de ação, uma forma em que **as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros**, como também um modo de representação. [...] Segundo, implica uma relação dialética entre o discurso e a estrutura social, existindo mais geralmente tal relação entre a prática social e a estrutura social: a última é tanto uma condição como um efeito da primeira. (p. 91, grifos meus)

Trata-se, pois, do discurso como forma de ação e como forma de representação social. Entretanto, “discurso” apresenta duas acepções em Análise do Discurso Crítica: (i) “linguagem como momento irredutível da vida social”; e (ii) “modo particular de representar parte do mundo” (FAIRCLOUGH, 2003). O discurso midiático é um exemplo de discurso particular.

Fairclough ainda defende o discurso como constituinte da identidade social:

Os discursos não apenas refletem ou representam entidades e relações sociais, eles as constroem ou as “constituem”; diferentes discursos constituem entidades-chaves (...) de diferentes modos e posicionam as pessoas de diversas maneiras como sujeitos sociais (...), e são esses efeitos sociais do discurso que são focalizados na análise de discurso. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 22)

O discurso constrói, assim, as identidades e os papéis sociais. No que tange à presente pesquisa, interessa-me refletir como as estruturas discursivas da mídia vêm constituindo a identidade do parlamentar brasileiro, abordando o discurso na perspectiva apresentada por Fairclough.

Da mesma forma que o discurso é fator constituinte das identidades sociais, ele igualmente o é da estrutura social: o discurso atua dialogicamente na construção da estrutura

social, ou seja, o discurso molda a estrutura social e é por ela moldado. É o que propõe Fairclough (2001):

O discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem: duas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhes são subjacentes. O discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91)

Estabelece-se, assim, o poder constituinte do discurso na formação das identidades sociais, dos papéis sociais, bem como da própria estrutura social. Meurer (2005) resume essa releitura de Foucault feita por Fairclough:

Fairclough adota de Foucault (1972) a noção de que o discurso tem efeitos constitutivos porque, por meio dele, os indivíduos constroem ou criam realidades sociais. Note-se, todavia, que ao enfatizar a relação dialética entre linguagem e sociedade, Fairclough rejeita a possibilidade de que todas as realidades resultem de práticas discursivas. Tendo em mente essa ressalva, ele privilegia três aspectos do poder criativo do discurso: a constituição de a) formas de conhecimento e crenças, b) relações sociais e c) identidades. (MEURER in MEURER.BONINI.MOTTA-ROTH, 2005, p. 89)

Além disso, a ADC coloca o agente social em uma posição dialética: ele tanto é constituído pelo discurso e pelas práticas sociais em que está inserido, como pode ser um agente de transformação dessas práticas. No âmbito desta dissertação, o/a jornalista possui papel primordial na construção dos discursos veiculados pela mídia.

Na perspectiva estabelecida pela ADC do discurso enquanto forma de prática social, pressupõe-se que a vida social é construída por meio de práticas sociais. Assim, o conceito de prática social refere-se a “maneiras recorrentes, situadas temporal e espacialmente, pelas quais as pessoas aplicam recursos (materiais ou simbólicos) para agir no mundo” (CHOULIARAKI & FAIRCLOUGH, 1999, p. 21).

Ao mesmo tempo em que Chouliaraki e Fairclough (1999) definem a prática social como constituinte da vida social por meio de um modo habitual de agir, eles também apresentam mais um conceito:

A palavra “prática” é ambígua de um modo tal que é útil no presente contexto. Uma prática pode ser entendida tanto como uma ação social, aquilo que é feito em um tempo e um espaço particular, quanto o que foi consolidado em uma permanência relativa – prática no sentido de um modo habitual de agir. (CHOULIARAKI & FAIRCLOUGH, 1999, p. 22)

Relacionando o discurso às práticas sociais, tem-se que é nas práticas do dia a dia que o discurso é utilizado para constituir as identidades sociais. É o que salienta Resende & Ramalho (2011, p. 43), ao destacar que “nas práticas sociais cotidianas, utilizamos o discurso de três principais maneiras simultâneas e dialéticas: para agir e interagir, para representar aspectos do mundo e para identificar a nós mesmos/as e a outros/as”.

A noção de prática social apresentada em Fairclough está intimamente relacionada ao conceito de *habitus* articulado por Bordieu: “falar de *habitus* é assumir que o indivíduo, e mesmo o pessoal, o subjetivo, é social, coletivo. *Habitus* é uma subjetividade socializada” (BORDIEU, 1992, p. 126, tradução minha).

Bordieu ainda trabalha o conceito de campo (Fairclough adota para a ADC os conceitos de *habitus* e campo de Bordieu), relacionando-o ao *habitus*. De acordo com o referido autor, a relação entre *habitus* e campo se dá de dois modos:

- (i) o campo estrutura o *habitus*: trata-se de uma relação de condicionamento, em que o *habitus* é a necessidade imanente de um campo;
- (ii) o *habitus* contribui para a constituição do campo: trata-se de uma relação de conhecimento ou construção cognitiva, em que o *habitus* contribui para constituir o campo como um mundo de significado, de sentido e de valor.

Assim, pode-se dizer que *habitus* e campo encontram-se numa relação dialética, em que ambos definem um ao outro. Nesse sentido, Fairclough e Chouliaraki apontam que um agente operando dentro de um campo é dotado de um *habitus* particular, um sentido prático do ‘jogo’, uma configuração de disposição para agir (CHOULIARAKI & FAIRCLOUGH, 1999, p. 101). No alcance da presente dissertação, trata-se de como o/a jornalista, inserido/a no *habitus* da instituição que o/a emprega, utiliza os recursos linguísticos e imagéticos para representar o político brasileiro. Fairclough e Chouliaraki ainda trabalham com o conceito de campo relacionando-o à ordem do discurso:

Uma ordem do discurso é uma articulação socialmente estruturada de práticas discursivas (incluindo gêneros e discursos), que constitui a faceta discursiva da ordem social de um campo social, como política, mídia ou educação. Nós podemos dizer que uma ordem do discurso é a lógica organizacional especificamente discursiva de um campo – um campo visto especificamente em termos de suas práticas discursivas. (CHOULIARAKI & FAIRCLOUGH, 1999, p. 114)

Assim, a mídia é um campo social composto por variadas ordens do discurso, a depender da instituição de origem. Por isso, por exemplo, podemos encontrar atualmente revistas brasileiras que possuem direção esquerdista: são reiteradas articulações (ordem do discurso) de práticas discursivas publicadas ao longo das edições que podem ser caracterizadas como de esquerda.

2.2.2.1 Eventos Discursivos

Trabalhando-se com o conceito proposto pela Análise de Discurso Crítica do discurso enquanto modo de ação, em que as pessoas podem agir no e sobre o mundo, tem-se o conceito de eventos discursivos, definidos por Chouliaraki e Fairclough (1999) como “acontecimentos imediatos individuais e ocasiões da vida social” (p. 22).

Os eventos discursivos são de grande relevância para a presente dissertação, uma vez que traduzem características ideológicas das revistas selecionadas para o *corpus* de investigação. A mídia impressa brasileira é composta de diversos e inúmeros eventos discursivos, que se agrupam ou se diferenciam de acordo com as instituições a que pertencem, e são atualizados nas potenciais leituras realizadas pelo público-alvo, muitas vezes, tacitamente.

2.2.3 A Análise de Discurso Crítica – O texto como material de pesquisa

Tendo-se o texto como principal material empírico de pesquisa do/a analista crítico/a do discurso (Ramalho & Resende, 2011), criou-se um arcabouço para análise textual relacionando o discurso aos aspectos da Análise de Discurso Crítica.

Articulando ainda a respeito da Teoria Social do Discurso, Fairclough propõe um modelo que considera três dimensões passíveis de serem analisadas:



Trata-se, pois, da concepção tridimensional do discurso, em que

a prática social é descrita como uma dimensão do evento discursivo, assim como o texto. Essas duas dimensões são mediadas pela prática discursiva, que focaliza os processos sociocognitivos de produção, distribuição e consumo do texto, processos sociais relacionados a ambientes econômicos, políticos e institucionais particulares. A natureza da prática discursiva é variável entre os diferentes tipos de discurso, de acordo com fatores sociais envolvidos. (RESENDE & RAMALHO, 2009)

Dessa forma, temos, portanto, um quadro analítico que compreende a análise da prática discursiva, do texto e da prática social. Fairclough, em *Discurso e mudança social*, propõe as seguintes categorias de análise, algumas das quais utilizarei nas análises:

| TEXTO | PRÁTICA DISCURSIVA | PRÁTICA SOCIAL |
|-------------------|---------------------------|-----------------------|
| vocabulário | produção | ideologia |
| gramática | distribuição | sentidos |
| coesão | consumo | pressuposições |
| estrutura textual | contexto | metáforas |
| | força | hegemonia |
| | coerência | orientações |
| | intertextualidade | econômicas, |
| | | políticas, culturais, |
| | | ideológicas |

Além do quadro analítico postulado por Fairclough, utilizarei as *Funções da Linguagem* propostas por Halliday (1991), em que o autor classifica os usos da linguagem em:

- (i) Sentido experiencial: representação do mundo real como ele é apreendido em nossa experiência – língua como modo de refletir;
- (ii) Sentido interpessoal: a língua não apenas representa a realidade, ela é também uma peça de interação entre falante e ouvinte – língua como modo de agir; e
- (iii) Sentido lógico/textual: é o que torna determinada estrutura num texto – equilíbrio semântico e gramatical entre as linhas, estrutura temática, ritmo e foco da informação, estrutura métrica etc.

Quanto à Gramática Visual, informados na Linguística Sistêmico Funcional, Kress & Van Leeuwen (1996, 2001) propõem uma abordagem teórico-metodológica para análise crítica de textos multimodais, que conjugam diversos modos de linguagem. Na “gramática da linguagem visual”, que descreve os modos culturalmente definidos como imagens que se articulam em composições visuais, as imagens são concebidas em termos das mesmas macrofunções da linguagem verbal, quais sejam, ideacional, interpessoal e textual. A exemplo da linguagem verbal, as imagens atuam como forma de representação, como troca de experiência e como mensagem. Entretanto, o que na linguagem verbal é realizado, por exemplo, por diferentes classes e estruturas semânticas, na linguagem visual realiza-se por diferentes cores, estruturas composicionais. Interessa, aqui, a possibilidade de se analisar a transitividade visual, ou as estruturas visuais, que envolvem processos e participantes, dos textos essencialmente imagéticos do *corpus*.

Na gramática de Kress & Van Leeuwen (1996), o *design* visual como representação pode ser analisado segundo dois tipos de estrutura: narrativa e conceitual. Estruturas visuais que representam ações, eventos, processos de mudança, arranjos espaciais transitórios são narrativas. O que caracteriza uma estrutura como narrativa é a presença de um vetor, uma linha imaginária, formada por corpos, braços, linha do olhar, instrumentos em ação, dentre outros, que sugere ações, eventos. O tipo de vetor, a quantidade e os tipos de participantes envolvidos definem os processos narrativos como: processos de ação, processos reacionais, processos verbais, processos mentais e processos de conversão. Nas estruturas conceituais, por seu turno, participantes não desempenham ações, mas são representados em termos de classe, significação, estrutura, ou seja, de seus traços e características essenciais.

De acordo com a proposta de Kress & Van Leeuwen (1996), macrofunção textual do *design* visual, como mensagem, pode ser investigada segundo o valor da informação. O valor

da informação diz respeito à localização dos elementos visuais nas diversas zonas da composição imagética – esquerda e direita, superior e inferior, centro e margem –, que lhes confere valores de informação específicos.

A localização da informação à direita ou à esquerda, na leitura ocidental, tem valores distintos de significação. Os elementos posicionados à esquerda são representados como “dado”, isto é, como informação já conhecida pelo leitor. Equivale ao “rema” da linguagem verbal. Os elementos posicionados à direita, por seu turno, são representados como “novo”, o que não é conhecido pelo leitor e para o qual se deve dar mais atenção. Corresponde ao “tema” da linguagem verbal. Da mesma forma, a localização na parte superior da composição visual confere o valor de informação “ideal”, aquilo a que se aspira. Por outro lado, a localização na parte inferior confere o valor de informação “real”, aquilo que há de mais concreto, realista. Por fim, a disposição dos elementos visuais no “centro” confere a eles a condição de “núcleo da informação”, ao qual os demais elementos, posicionados à “margem”, estão sujeitados.

A metáfora é, em princípio, um traço identificacional de textos, moldado por estilos particulares. Segundo Lakoff & Johnson (2002), a essência da metáfora é “compreender uma coisa em termos de outra”. Como os autores observam, nosso sistema conceptual é metafórico por natureza, isto é, sempre compreendemos aspectos particulares do mundo, de acordo com nossa experiência física e cultural, em termos de outros aspectos, estabelecendo correlações. Os conceitos metafóricos que estruturam nossos pensamentos, ainda segundo os autores, também estruturam nossa percepção, nosso comportamento, nossas relações e, acrescentemos, nossa identidade pessoal e social. As metáforas moldam significados identificacionais em textos, pois, ao selecioná-las num universo de outras possibilidades, o locutor compreende sua realidade e a identifica de maneira particular, ainda que orientada por aspectos culturais. Ocorre, então, como Fairclough (2001, p. 241) observa, que “todos os tipos de metáfora necessariamente realçam ou encobrem certos aspectos do que se representa” (Ramalho, 2010).

2.3 Intertextualidade

O termo “intertextualidade” foi primeiramente desenvolvido por Kristeva no final dos anos de 1960. Entretanto, apesar de o termo não ter em Bakhtin o seu precursor, foi por meio do desenvolvimento dos seus trabalhos acadêmicos que a intertextualidade passou a ser foco para a análise de textos. Para Bakhtin (*apud* FAIRCLOUGH, 2001), “textos e enunciados são

moldados por textos anteriores aos quais eles estão ‘respondendo’ e por textos subsequentes que eles ‘antecipam’” (p. 134).

Fairclough (2001), em *Discurso e Mudança Social*, traz a perspectiva bakhtiana e afirma que “todos os enunciados são povoados e, na verdade, constituídos por pedaços de enunciados de outros, mais ou menos explícitos ou completos” (p. 134). Assim, textos adquirem um caráter inerentemente intertextual, sendo constituídos por elementos de outros textos. Fairclough ainda apresenta-nos a distinção postulada por analistas de discurso franceses – Authier-Révuz (1982); Maingueneau (1987) – entre a intertextualidade *manifesta* e a intertextualidade *constitutiva*:

- (i) Intertextualidade *manifesta*: outros textos estão manifestamente marcados por meio gráfico, por exemplo, o uso das aspas;
- (ii) Intertextualidade *constitutiva*: convenções discursivas são introduzidas na produção do texto, diluidamente.

Além disso, Fairclough posiciona o intérprete como sujeito do discurso acima e fora da intertextualidade, “... pois, para que os textos façam sentido, os intérpretes têm de achar modos de combinar os diversos elementos do texto em um todo coerente, embora não necessariamente unitário, determinado ou não ambivalente” (p. 170).

Para tanto, a interpretabilidade das capas do *corpus* desta pesquisa está diretamente relacionada à intertextualidade presente nos enunciados, e não somente a ela, mas também à coerência textual constituída nos e pelos discursos das capas.

2.3.1 Os caminhos articulados para a Coerência Textual

A construção da coerência do *corpus* da presente pesquisa terá como base os fundamentos estipulados por Marcuschi (2007). Neles, a coerência não é materializada no texto, ou seja, tal qual uma propriedade textual que se pode apontar no código. Mas sim

o fruto de uma atividade de **processamento cognitivo** altamente complexo e **colaborativamente construído**. Coerência será aqui tomada como algo dinâmico e não estático. Algo que estaria mais na mente do que no texto. Mais do que analisar o sentido que um texto pode fazer para seus usuários, trata-se de observar o sentido

que os usuários constroem ou podem construir para suas falas. (MARCUSCHI, 2007, p. 13, grifos meus)

Assim, na análise dos dados, comprovar-se-á a necessidade de se adotar esta perspectiva de coerência como atividade desenvolvida num movimento de colaboração entre os participantes (autor/leitor). Trata-se, portanto, da noção *interacional* de coerência, que toma como base para a produção de sentido os processos colaborativos efetivados na interação social. Assim, a produção de sentido passa a ser uma construção social realizada na comunicação.

Para contrapor a esta noção *interacional* de coerência, tem-se as noções *estrutural* e *inferencial*. Distinguirei as duas noções para comprovar que tais perspectivas não dão conta do uso efetivo da língua, e por essa razão, não serão contempladas neste trabalho.

Na noção *estrutural* de coerência, esta é tida como um atributo do texto: pode-se observar relações de algum modo instaladas no interior do próprio texto por meio do código, com o intuito de concatenar ideias e conteúdos. A coerência é materializada no próprio código linguístico, em:

- (i) Unidades tópicas (um mesmo tópico em andamento), intitulada por Van Dijk como “macroestruturas”;
- (ii) Sequências referenciais (mesmos referentes sendo concatenados por meio de correlações léxicas, relações anafóricas, etc.);
- (iii) Sequências conectivas (relações argumentativas que se estabelecem entre os enunciados formando conjuntos logicamente congruentes), tal qual proposto por Reinhart (1980).

Assim, a noção *estrutural* de coerência dá-se na articulação com o código, estando ligada essencialmente com uma semântica das condições de verdade: qual o significado dos códigos linguísticos colocados no texto.

Já na noção *inferencial* de coerência, esta é tida “como um conjunto de relações construídas mediante processos cognitivos, lógicos e pragmáticos expressos em atividades inferenciais a partir de condições postas tanto pelo código como pelo contexto e pelas intenções dos falantes” (MARCUSCHI, 2007, p. 15). A coerência se dá, portanto, pelo resultado de processos inferenciais: o que o autor quis dizer com isso.

O posicionamento adotado na presente pesquisa é o mesmo de Marcuschi: adota-se a noção *interacional* de coerência, porque esta vê a produção de coerência como produção de sentido numa atividade conjunta e dada colaborativamente.

Faz necessário, ainda, estabelecer quais são as atividades que norteiam o processo de produção de coerência, ultrapassando o conceito de língua como código. Dentre as atividades, destaca-se: (i) referência; (ii) significado; (iii) cognição; (iv) efeito de sentido.

Para a Semântica, a referência se dá na relação entre linguagem-mundo, ou seja, entre o signo linguístico e seu referente, este visto como um objeto-do-mundo correspondendo à extensão do código usado. Tem-se, aqui, uma visão extensional da língua, um processo em que na atividade de dizer se etiqueta os objetos. Para a presente dissertação, esta perspectiva não dá conta dos dados e não consegue explicar as representações que são construídas pela mídia. Para tanto, utilizar-se-á a noção de referência em que os objetos construídos na língua são objetos-de-discurso: trata-se da visão não extensional na língua.

Marcuschi (2007) delimita o significado como sendo “o sentido que a expressão obtém no uso efetivo” (p. 18).

Para analisar os dados do *corpus* da presente pesquisa, é imprescindível conceituar o que Marcuschi intitulou de “cognição contingenciada”:

Trata-se, na realidade, de sugerir que, ao lado de uma forma de cognição que se dá com modelos mentais ou experimentos mentais, há uma cognição que se dá diretamente na elaboração mental vinculada a situações concretas colaborativamente trabalhadas na interação contextualizada. A expressão “contingenciado” dá conta precisamente do aspecto da vinculação situacional. (MARCUSCHI, 2007, p. 19)

De acordo com Marcuschi (2007), efeito de sentido “é o produto de operações cognitivas, linguísticas e discursivas realizadas colaborativamente. Assim, o sentido torna-se um efeito e não um dado a priori ou um dado inscrito no texto como tal” (p. 19).

Diante do exposto, será possível observar, quando da análise das capas selecionadas para o *corpus* desta pesquisa, como a intertextualidade presente nos discursos e a coerência textual articulada nos mesmos relacionam-se quanto à interpretabilidade dos enunciados: para que os textos das capas produzam sentidos, os leitores têm de achar os modos de combinar os

elementos composicionais (linguísticos e imagéticos) em um todo coerente, sendo, assim, os sentidos frutos de processamentos cognitivos complexos e construídos colaborativamente.

2.4 Discurso e Mídia

Conforme Magalhães (2005), Norman Fairclough contribuiu para “a criação de um método para o estudo do discurso e seu esforço extraordinário para explicar por que cientistas sociais e estudiosos da mídia precisam dos(as) linguistas” (p. 3). Dessa forma, o papel do/a linguista crítico/a é de grande relevância para a crítica social contemporânea.

Em *Language and Power* (1989), Fairclough aborda a necessidade de conscientização a respeito dos efeitos sociais de textos, ou seja, o impacto que determinado texto acarretará é potencialmente significativo para a estrutura social, mantendo relações de poder ou mesmo colocando em desvantagem determinados segmentos da sociedade. É por este motivo que se dá a preocupação em relação aos discursos que estão sendo veiculados na imprensa brasileira: eles constroem e desconstroem o imaginário social.

2.5 Discurso e Poder

A concepção da linguagem como modo de interação social assenta-se na visão dialógica e polifônica da linguagem, “segundo a qual mesmo os discursos aparentemente não dialógicos, como textos escritos, sempre são parte de uma cadeia dialógica, na qual respondem a discursos anteriores e antecipam discursos posteriores de variadas formas” (BAKHTIN, 1997, *apud* RESENDE & RAMALHO, 2009, p. 17).

Nesse contexto, ainda, encontramos a *linguagem como espaço de luta hegemônica* postulada por Foucault (2001). O discurso polifônico permite analisar as contradições sociais e as lutas pelo poder, uma vez que o sujeito seleciona determinadas estruturas linguísticas ou vozes, e as articula de determinada maneira num conjunto de possibilidades. A exemplo, dá-se novamente o discurso midiático: o/a jornalista, inserido/a em um contexto social, cultural, político específico e constrangido/a pelas práticas da instituição que o/a emprega, seleciona determinadas estruturas linguísticas dentre outras com propósitos específicos, o que contribui

para constituir crenças, conhecimentos, relações sociais e identidades, tanto dos/as interlocutores/as quanto dos/as políticos/as. Foucault ainda discute que o poder, nas sociedades modernas, é exercido por meio de práticas discursivas institucionalizadas: escolas, prisões, hospital e o próprio discurso midiático.

Tem-se, portanto, a relação próxima entre discurso e poder, relação esta que perpassará todo este trabalho de pesquisa. Segundo Ramalho & Resende (2011),

Como ciência crítica, a ADC preocupa-se com efeitos ideológicos que (sentidos de) textos possam ter sobre relações sociais, ações e interações, conhecimentos, crenças, atitudes, valores, identidades. Isto é, sentidos a serviço de projetos particulares de dominação e exploração, que sustentam a distribuição desigual de poder. (RAMALHO & RESENSE, 2011, p. 23)

Como já mencionado na presente dissertação, Fairclough nos ensina que o discurso é um modo de ação, em que as pessoas podem agir tanto sobre o mundo, como e, sobretudo, sobre as pessoas. O poder está exatamente imerso na questão “agir sobre as pessoas”. É por meio do discurso que as pessoas e instituições agem, interferem e influenciam nos comportamentos e ações de outras pessoas. O discurso midiático é, por exemplo, uma grande ferramenta de exercer o poder na sociedade, porque detém o poder da informação, o que se configura, assim, de grande relevância social, política e econômica.

Entretanto, o conceito de poder em ADC apresenta algumas abrangências sistemáticas. Van Dijk (2012), em seu livro *Discurso e Poder*, destaca que nem todo poder é inerentemente negativo, não havendo necessidade, assim, de sempre combatê-lo ou questioná-lo. Para tanto, o autor lista algumas formas de poder que são legítimas na sociedade, e diz:

O poder, óbvia e trivialmente, pode ser usado para muitos propósitos neutros ou positivos, como quando pais e professores educam crianças, a mídia nos informa, os políticos nos governam, a polícia nos protege e os médicos nos curam – cada um com seus próprios recursos especiais. (VAN DIJK, 2012, p. 27)

Assim, o poder organiza a sociedade em que vivemos, de forma a se ter relações de peso e contrapeso que são legítimas para a estrutura social, que não existiriam se não houvesse essa ordem.

O autor ainda aborda a questão do poder ilegítimo, a que ele nomeia de “abuso de poder”, exercido enquanto prática social de dominação e manipulação discursiva: “uma noção que implica a dimensão negativa de ‘abuso’ e também a dimensão da injustiça e de desigualdade, isto é, todas as formas ilegítimas de ação e de situações” (VAN DIJK, 2012, p. 28). Há abuso de poder quando falamos de discursos que promovem a desigualdade social, por exemplo, favorecendo interesses de grupos dominantes em detrimento dos de grupos não dominantes. Van Dijk ainda pontua:

Abuso de poder é o uso ilegítimo do poder. Esse tipo de análise leva rapidamente a uma das bases da análise social e política. O abuso de poder, então, significa a violação de normas e valores fundamentais no interesse daqueles que têm o poder e contra os interesses dos outros. Os abusos de poder significam a violação dos direitos sociais e civis das pessoas. Na área do discurso e da comunicação, isso pode significar o direito de ser bem ensinado e educado, o de ser bem-informado etc. (VAN DIJK, 2012, p. 29)

Segundo Van Dijk (2012), portanto, temos o uso legítimo e o uso ilegítimo de poder. O autor ainda cita esses usos no âmbito da mídia, em que os/as jornalistas usam os seus recursos de poder para informar devidamente o cidadão (poder legítimo), ou quando eles/as usam esses mesmos recursos para manipular de determinada maneira (poder ilegítimo):

Percebemos que muito da definição da (i)legitimidade da escrita e da fala encontra-se enquadrada em termos das consequências mentais negativas da dominação discursiva: desinformação, manipulação, estereótipos e preconceitos, vieses, falta de conhecimento e doutrinação, e como esses elementos podem significar ou levar à desigualdade social, como por exemplo, no caso em que tais consequências mentais por sua vez podem influenciar a (ilegítima) interação social, tal como a discriminação. (VAN DIJK, 2012, p. 30)

Trazendo esta situação à realidade da sociedade atual, onde a estrutura social focaliza a informação, e, sobretudo, o domínio dela, enquadra-se o conceito de “elites simbólicas”, postulado por Van Dijk (2012) e pertinente para todo o aparato teórico desta pesquisa, destacando-se que elas – as elites simbólicas – possuem o poder da reprodução ideológica, que organiza o conhecimento público. Van Dijk lista como exemplos os/as jornalistas, escritores, artistas, diretores, acadêmicos e outros grupos que exercem o poder com base no “capital simbólico” (p. 45).

Esses grupos possuem relativa liberdade e, por essa razão, relativo poder para tomar decisões sobre os gêneros de discurso dentro de seu domínio de poder e determinar tópicos, estilo ou forma de apresentação de um discurso. Esse poder simbólico não se limita à articulação em si, mas também inclui o modo de influência: eles podem determinar a agenda da discussão pública, influenciar a relevância dos tópicos, controlar a quantidade e o tipo de informação, especialmente quanto a quem deve ganhar destaque publicamente e de que forma. Eles são os fabricantes do conhecimento, dos padrões morais, das crenças, das atitudes, das normas, das ideologias e dos valores públicos. Portanto, seu poder simbólico é também uma forma de poder ideológico. Apesar dos problemas existentes quanto ao conceito de “elite” (Domhoff e Ballard, 1968), utilizamos esse termo para nos referirmos ao conceito ampliado (ao contrário de Milis, 1956, por exemplo) que envolve o controle social exclusivo de um pequeno grupo. Ou seja, defendemos que, ao lado das elites política, militar e econômica, as elites simbólicas desempenham um papel essencial ao dar sustentação ao aparato ideológico que permite o exercício e a manutenção do poder em nossas modernas sociedades da informação e da comunicação. (VAN DIJK, 2012, p. 45-46)

Ou seja, quando determinada revista opta por colocar em sua capa de divulgação matérias que se referem a determinados políticos, ou mesmo representando parlamentares genericamente, ela não o faz de forma aleatória, mas com objetivo já pré-determinado pela própria instituição. Trata-se, pois, da detenção do poder de ordem simbólica que buscarei remeter nas análises do *corpus* da presente dissertação, lembrando que o poder, assim como explica Van Dijk (2012), “pressupõe conhecimento, crenças e ideologias a fim de sustentar-se e reproduzir-se”.

2.6 Discurso, Mídia e Ideologia

O papel da comunicação de massa como mediação ideológica nas sociedades modernas leva-nos à necessidade de investigar como as formas simbólicas presentes no *corpus* de pesquisa em questão se articulam para representar o parlamentar brasileiro.

Segundo Thompson (2011),

Por ‘formas simbólicas’, eu entendo um amplo espectro de ações e falas, imagens e textos, que são produzidos por sujeitos e reconhecidos por eles e outros como construtos significativos. Falas linguísticas e expressões, sejam elas faladas ou escritas, são cruciais a esse respeito. Mas formas simbólicas podem também ser não linguísticas ou quase-linguísticas em sua natureza (por exemplo, uma imagem visual ou um construto que combina imagens e palavras). (p. 79)

Para Thompson, a análise do caráter significativo das formas simbólicas dá-se por meio de cinco aspectos:

- (i) Aspecto *intencional*: as formas simbólicas expressam a intenção de quem as produz, configurando “expressão de um sujeito” (THOMPSON, 1995, p. 183);
- (ii) Aspecto *convencional*: remete-se a convenções usadas na produção das formas simbólicas, ou seja, convenções como vocabulário, código, alfabeto, etc. são utilizadas tanto na produção, construção ou emprego das formas simbólicas como na interpretação delas;
- (iii) Aspecto *estrutural*: “as formas simbólicas são construções que exigem uma estrutura articulada” (THOMPSON, 1995, p. 187). Ou seja, as formas simbólicas não são produzidas aleatoriamente, seguindo, portanto, os padrões do sistema linguístico respectivo;
- (iv) Aspecto *referencial*: “as formas simbólicas são construções que tipicamente representam algo, referem-se a algo, dizem algo sobre alguma coisa” (THOMPSON, 1995, p. 190). O aspecto referencial é o grande revelador para as análises dos dados que serão realizadas no próximo capítulo;
- (v) Aspecto *contextual*: as formas simbólicas estão sempre inseridas em contextos e processos socialmente estruturados, o que interferirá diretamente na produção ou não de sentidos para o leitor.

Assim, na combinação de imagens e textos no discurso midiático, podemos encontrar os aspectos delimitados por Thompson e que estão mascarados pelas formas simbólicas. As formas simbólicas são, portanto, o meio através do qual as ideologias do discurso midiático são perpassadas. Ideologia assume, assim, o sentido postulado por Thompson em *Ideologia e Cultura Moderna* (2011):

Por isso, proponho conceitualizar ideologia em termos das maneiras como o sentido, mobilizado pelas formas simbólicas, serve para estabelecer e sustentar relações de dominação: estabelecer, querendo significar que o sentido pode criar ativamente e instituir relações de dominação; sustentar, querendo significar que o sentido pode servir para manter e reproduzir relações de dominação através de um contínuo processo de produção e recepção de formas simbólicas. (p. 79)

As formas de dominação, no caso da presente dissertação, estão sendo entendidas como representação, portanto, como construção simbólica que a mídia faz da imagem do político brasileiro a ser acreditada pela população consumista. O poder, portanto, é prerrogativa do discurso midiático: a mídia tem o poder de informar.

2.6.1 As interfaces do conceito – “Ideologia” através dos séculos

O conceito de “ideologia”, como demonstra Thompson em sua obra *Ideologia e Cultura Moderna*, surgiu na França do final do século XVIII. Com o filósofo Destutt de Tracy, o termo “ideologia” foi utilizado para descrever o projeto de uma nova ciência interessada na análise sistemática das ideias e sensações – na geração, combinação e consequências das mesmas, desenvolvendo o argumento de que não é possível conhecer as coisas em si mesmas, mas apenas as ideias formadas pelas sensações que temos delas. Nesta linha, De Tracy intitulou ideologia como “Ciência das Ideias”:

Ideologia deveria, pois, ser ‘positiva, útil e suscetível de exatidão rigorosa’. Genealogicamente, seria a ‘primeira ciência’, pois todo o conhecimento científico envolveria a combinação de ideias. Ela seria, também, a base da gramática, da lógica, da educação, da moralidade e, finalmente, ‘a maior de todas as artes, isto é, a arte de regular a sociedade de tal modo que o ser humano encontraria ali o maior auxílio possível, e, ao mesmo tempo, o menor desprazer de sua existência’. Através de uma análise cuidadosa das ideias e das sensações, a ideologia possibilitaria a compreensão da natureza humana, e, desse modo, possibilitaria a reestruturação da ordem social e política de acordo com as necessidades e aspirações dos seres humanos. A ideologia colocaria as ciências morais e políticas num fundamento firme e as preservaria do erro e do ‘preconceito’. (THOMPSON, 2011, p. 45)

A ideologia adquire, portanto, com De Tracy, um caráter mais naturalista, na busca de se analisarem as faculdades intelectuais, as formas de experiência e os aspectos da lógica e da gramática. Trata-se da ideologia como arte reguladora da sociedade, imbuída dos ideais provenientes do momento histórico à época, marcado pelas revoltas sociais e políticas do Iluminismo. “Ideologia era uma ciência superior, que iria facilitar o progresso nos afazeres humanos” (p. 48).

No contraponto ao sentido postulado por De Tracy, Napoleão Bonaparte, no seu vitorioso golpe de Estado em 1799, quando se tornou Primeiro Cônsul, criticou as pretensões

da “ideologia” à época e atacou o que denominou de “ideólogos”, alegando que seu pensamento se tratava de “uma doutrina especulativa abstrata, que estava divorciada das realidades do poder político”. Dessa forma, o conceito de “ideologia” deixou de ser considerado apenas como uma “Ciência das Ideias”, e começou a ser considerado também como as ideias mesmas, que, segundo Napoleão, eram errôneas e estariam divorciadas das realidades práticas da vida política. Do conceito de “ciência superior” estipulado por De Tracy, a ideologia passou a ser considerada como uma “pretensa filosofia que tinha incitado à rebelião ao tentar determinar os princípios políticos e pedagógicos na base apenas do raciocínio abstrato” (p. 48).

Após a definição negativa e oposicional de ideologia abordada por Napoleão, Marx assume esse conceito e o reformula, adquirindo, portanto, um novo *status* “como instrumental crítico e como um componente essencial de um novo sistema teórico” (p. 49). Marx nos apresenta uma multiplicidade de visões a respeito da ideologia, sendo elas conflitantes em alguns aspectos e convergentes em outros. Thompson em sua obra lista três concepções de Marx sobre ideologia:

- (i) Concepção polêmica;
- (ii) Concepção epifenomênica;
- (iii) Concepção latente.

Em (i), Marx assinala que a “ideologia é uma doutrina teórica e uma atividade que olha erroneamente as ideias como autônomas e eficazes e que não consegue compreender as condições reais e as características da vida sócio-histórica” (p. 51). Nessa concepção, Marx partilha da crítica de Napoleão de que as ideias eram separadas da política prática.

Em (ii), ideologia considera as relações econômicas e de classes: “é um sistema de ideias que expressa os interesses da classe dominante, mas que representa relações de classe de uma forma ilusória” (p. 54). Representar de forma ilusória as relações de classe significa dizer que as ideias ideológicas não representam fielmente a natureza e as posições relativas das classes interessadas, sobressaindo-se os interesses da classe dominante.

Em (iii), ideologia adquire a sua concepção latente:

Ideologia é um sistema de representações que servem para sustentar relações existentes de dominação de classes através da orientação das pessoas para o passado

em vez de para o futuro, ou para imagens e ideias que escondem as relações de classe e desviam da busca coletiva de mudança social. (p. 58)

Thompson nomeia esta concepção de ideologia como latente por dois motivos: primeiro porque Marx, ao se referir a esta concepção de ideologia, não usa o termo em si, mas expressões como “ilusões”, “ideias fixas”, “espíritos”, “fantasmas”, não colocando a ideologia sob um rótulo conceitual claro; segundo, porque ideologia aqui não se refere a meros epifenômenos das condições econômicas e das relações de classe, mas sim a “construções simbólicas que têm certo grau de autonomia e eficácia”.

Thompson ainda pontua que “a concepção latente de ideologia chama a atenção para o fato de que as relações sociais podem ser sustentadas, as mudanças sociais impedidas, pela prevalência ou difusão de construções simbólicas” (p. 59).

Como perpetuadora e mantenedora das construções simbólicas, a mídia tem papel importante nessa relação, uma vez que detém o poder de informar a sociedade, perpetuando, com isso, formas simbólicas constituídas de ideologias.

2.7 Discurso e *modernidade tardia*

Segundo Giddens (1991, 2002), *modernidade tardia* é a presente fase de desenvolvimento das instituições modernas. Trata-se, pois, do momento atual em que vivemos, constituído por variados discursos que dominam o dia a dia da sociedade.

Uma boa parte dos discursos presentes na sociedade dá-se por meio da mídia. Thompson (1998) caracteriza a mídia como a disponibilidade das formas simbólicas no tempo e no espaço. Nesse quesito, Resende & Ramalho (2009, p. 32) pontuam:

Isso significa também que as formas simbólicas veiculadas na mídia são desencaixadas de seus contextos originais e recontextualizadas em diversos outros contextos, para aí serem decodificadas por uma pluralidade de atores sociais que têm acesso a esses bens simbólicos.

Para exemplificar tal assertiva: muitas matérias veiculadas na mídia brasileira a respeito de determinados parlamentares são tiradas do contexto em que a situação-problema ocorreu, provocando distorções no entendimento dos atores que irão absorver o discurso. “Ao interpretar as formas simbólicas, os indivíduos as incorporam na própria compressão que têm de si mesmos e dos outros, as usam como veículos para reflexão e autorreflexão” (THOMPSON, 1998). Assim, x é representado discursivamente fora do seu contexto, y interpreta x por meio da sua experiência pessoal, e o que resulta neste processo pode não ser o que ocorreu de fato com x .

Voltando-se às conceituações de Giddens a respeito da *modernidade tardia*, o autor indica-nos três características da referida fase:

- (i) Separação de tempo e espaço;
- (ii) Mecanismos de desencaixe; e
- (iii) Reflexividade.

A separação de tempo e espaço é definida por Giddens (2002) como “a condição para a articulação das relações sociais ao longo de amplos intervalos de espaço-tempo, incluindo sistemas globais” (p. 26). Ou seja, para as relações sociais existirem, não se faz mais necessário a co-presença dos participantes.

A primeira característica da *modernidade tardia* tem como consequência a segunda característica: desenvolvimento de mecanismos de desencaixe, que se refere ao “deslocamento das relações sociais de contextos locais de interação e sua reestruturação através de extensões indefinidas de tempo-espaço” (GIDDENS, 1991, p. 29).

A terceira característica da *modernidade tardia* diz respeito à reflexividade. Resende & Ramalho (2009) abordam a respeito dessa questão: “A reflexividade da vida social moderna, por sua vez, refere-se à revisão intensa, por parte dos atores sociais, da maioria dos aspectos da atividade social, à luz de novos conhecimentos gerados pelos sistemas especialistas” (p. 31). Assim, possibilita-se aos sujeitos sociais a construção das suas próprias identidades.

2.8 A Representação de Atores Sociais

Halliday e Hasan (1989) abordam a respeito da representação de práticas sociais salientando três categorias do sistema léxico-gramatical da língua:

- (i) Processos: são as atividades presentes no discurso demonstradas por meio dos verbos escolhidos;
- (ii) Participantes: define quem está participando da atividade indicada no discurso, e de que modo essa participação é efetivada;
- (iii) E circunstâncias: trata-se do contexto de situação ou de cultura em que a atividade é realizada.

Com base em Halliday, Van Leeuwen (1997) apresenta uma proposta teórico-metodológica com o intuito de demonstrar os diferentes modos discursivos pelos quais um ator social pode ser representado e quais as possibilidades que a língua oferece (ressaltando que no caso da pesquisa de Van Leeuwen se trata da Língua Inglesa), de forma a realizar um “inventário sociossemântico” que auxilie na identificação e classificação das diversas formas de representar os atores sociais. Dessa forma, a proposta do referido autor guia-se primeiramente por uma preocupação sociológica e crítica, e em seguida por uma preocupação linguística. A Teoria da Representação de Atores Sociais surgiu da importância da agência linguística para os estudos discursivos: “A agência, enquanto conceito sociológico, revela-se a maior importância clássica na análise crítica do discurso: quais os actores sociais e em que contextos estão eles representados como ‘agentes’ e como ‘pacientes?’” (VAN LEEUWEN, 1997, p. 169).

Van Leeuwen (1997) emprega o termo “atores sociais” para representar pessoas dentro de um discurso (no caso da presente dissertação, trata-se de representações dentro dos discursos veiculados pelo gênero capa de revista). Para o estudioso, essa representação faz parte de uma rede de sistemas linguísticos distintos e complexos composta tanto por aspectos léxico-gramaticais como por figuras retóricas. Esses sistemas linguísticos sofrem modificações por meio de processos que são agrupados em categorias. Para a presente dissertação, abordarei a respeito das categorias intituladas “exclusão” e “inclusão”⁷,

⁷ Van Leeuwen (1997) desenvolve amplamente as referidas categorias, encontrando-se nessa pesquisa apenas as que efetivamente norteiam a produção das capas de revista do *corpus*.

relevantes para a análise do *corpus*. “Representações incluem ou excluem atores sociais para servir os seus interesses e propósitos em relação aos leitores a quem se dirigem” (VAN LEEUWEN, 1997, p. 183).

2.8.1 A categoria *exclusão*

A categoria *exclusão* compreende os processos de *supressão* e *encobrimento*. A *supressão* caracteriza-se pela não referência do ator social no texto. No *encobrimento*, coloca-se o ator social em segundo plano, ou seja, ele não é excluído totalmente, não sendo mencionado em relação a determinada atividade, mas estando presente em algum lugar do texto. Van Leeuwen exemplifica a *exclusão* por meio de recursos léxico-gramaticais, a saber: elipse, adjetivação, nominalização, apagamento do agente da passiva e do beneficiário.

2.8.2 A categoria *inclusão*

A *inclusão* acontece quando os atores sociais estão presentes no discurso. Para o processo de *inclusão*, primeiramente é importante registrar que “não é necessário que haja congruência entre os papéis que os actores sociais desempenham, de facto, em práticas sociais e os papéis gramaticais que lhes são atribuídos” (VAN LEEUWEN, 1997, p. 186). Ou seja, as representações dos atores podem não refletir as suas práticas sociais.

O processo de *inclusão* é o grande revelador para a análise dos dados da presente pesquisa, uma vez que, conforme ressalta Van Leeuwen, é nesse processo que reside a grande força política da representação dos atores sociais.

Listarei a partir de agora os tipos de *inclusão* indicados por Van Leeuwen em sua teoria e que são relevantes para a presente pesquisa.

2.8.2.1 As subcategorias *ativação* e *passivação*

Podem-se incluir atores sociais por meio da *ativação*, ou seja, quando se representa um ator social de forma ativa, isso quer dizer que é ele que realiza as atividades no discurso, e não o que se beneficia ou é afetado pelas atividades. A *ativação* pode acontecer por meio do que o autor chama de “participação” – o ator social representado é realizado linguisticamente como o ator, o comportante, o experienciador, o dizente ou o portador. Em contraposição à *ativação*, tem-se a *passivação*, que diz respeito à forma de incluir atores sociais como segundos, terceiros ou outros; o ator social não realiza a atividade presente no discurso.

2.8.2.2 As subcategorias *personalização* e *impersonalização*

A *personalização* e a *impersonalização* também são formas de incluir atores sociais no discurso. A *personalização* é caracterizada pela humanização dos atores sociais representados, o que se contrapõe à *impersonalização*.

A *personalização* é a subcategoria que possui mais ramificações e a grande reveladora, para o *corpus* desta pesquisa, das intenções dos produtores das capas de revista. Destacarei as possíveis formas de se realizar a *personalização* a seguir:

1) *Indeterminação e Determinação:*

“A *indeterminação* ocorre quando os atores sociais são representados como indivíduos ou grupos não especificados e ‘anônimos’; a *determinação* ocorre quando a sua identidade é, de uma forma ou de outra forma, especificada” (VAN LEEUWEN, 1997, p. 198).

Dessa forma, a *indeterminação* pode ser realizada linguisticamente por meio de pronomes indefinidos com função nominal, por exemplo. Já a *determinação* realiza-se por meio de distintas formas apresentadas no esquema gráfico de Van Leeuwen (1993, p. 170), das quais destacarei as abaixo listadas:

- a) *Diferenciação* e *Indiferenciação*: “A *diferenciação* diferencia explicitamente um ator social individual ou um grupo de atores sociais de um ator ou grupo semelhante, criando a diferença entre o ‘self’ (próprio) e o ‘other’ (outro), ou entre ‘us’ (nós) e ‘them’ (eles)...” (VAN LEEUWEN,

1997, p. 199). Assim, na *diferenciação*, é possível encontrar atores que são diferenciados uns dos outros, destacando-se que esse processo é importante tanto no âmbito discursivo quanto ideológico;

- b) *Nomeação e Categorização*: a nomeação representa o ator social pela sua identidade individual, única, ou seja, pode ser realizada por meio dos substantivos próprios, apelidos, títulos de honorificação (doutor) ou afiliação (avó), por exemplo. Já a *categorização* representa os atores sociais por meio de funções e identidades compartilhadas com outros.

É importante salientar as formas pelas quais a *categorização* pode ser realizada. São três:

- (i) *Funcionalização*: o ator social é identificado por meio da atividade que realiza, por exemplo: entrevistador, pagante, pianista...;
- (ii) *Identificação*: o ator social não é identificado por meio da atividade que realiza, e sim por meio do que ele é. A identificação é feita pela classificação (idade, sexo, etnia...), pela identificação relacional (designa relações que o ator social mantém com outras pessoas) e pela identificação física (a menina morena, a loira...);
- (iii) *Avaliação*: representa-se o ator social utilizando termos avaliativos para designar algum tipo de análise (bom/ruim; certo/errado, por exemplo).

Voltando-se para as formas de *determinação*, seguem as últimas:

- c) *Determinação única e sobredeterminação*: essas formas de determinação dizem respeito às práticas sociais dos atores. Ou seja, na *determinação única*, o ator social é representado em uma única prática social de cada vez. Já na *sobredeterminação*, ele é representado exercendo várias práticas sociais ao mesmo tempo.
- d) *Associação e Dissociação*: trata-se de atores e/ou grupos que nunca apareceram no texto e que foram incluídos por esse processo, por meio do uso de conectivos, por exemplo; já a *dissociação* apresenta os atores sociais “sozinhos” em atividades que poderiam ser realizadas em conjunto.

2) Genericização e especificação⁸:

A *genericização* é a representação dos atores sociais de forma genérica, ou seja, é a representação dos atores enquanto grupo genérico. A *genericização* pode ser realizada por meio de ausência de artigos definidos, por meio de substantivos contáveis, pelo uso do tempo habitual ou da referência de totalidade.

A *especificação* é o oposto da *genericização*, de modo a representar os atores sociais como sujeitos individuais ou grupos plenamente identificáveis. A *especificação* dá-se por meio da *individualização* e da *assimilação*: “a *individualização* ocorre quando os participantes são representados como indivíduos” (VAN LEEUWEN, 1993, p. 128). Em contrapartida, a *assimilação* apresenta os atores enquanto grupos.

Dessa forma, destaquei acima algumas das categorias estipuladas por Van Leeuwen (1993, 1997) na sua teoria sobre a representação de atores sociais, ressaltando que não foram todas exaustivamente esboçadas, e, sim, apenas aquelas que de alguma forma servirão para a análise dos dados quando do capítulo analítico. Esse quadro taxionômico de Van Leeuwen embasará a análise das capas de revistas do *corpus*, uma vez que exerce o papel de guia para analisar como se deram as escolhas linguísticas que construíram a representação dos parlamentares participantes.

2.9 A Teoria da Multimodalidade

Nos dados da presente pesquisa, será possível observar outras fontes (imagens, cores, diagramação) – além do texto escrito – que agrupadas são capazes de compor uma unidade de sentido. Essa ampliação do texto para além do universo verbal, anexando recursos semióticos à composição do todo, é o que preconiza a Teoria da Multimodalidade.

A Teoria da Multimodalidade é uma teoria social da comunicação criada por Gunther Kress e Theo Van Leeuwen que objetiva investigar o papel dos fatores sociais e econômicos na geração dos significados, levando em consideração que existe potencial semiótico não

⁸ Van Leeuwen, em seus trabalhos, aponta que a *genericização* e a *especificação* relacionam-se também à *impersonalização*.

apenas no universo verbal, mas neste somado aos aspectos gráficos, audiovisuais, de produção e distribuição. Assim,

Os meios para gerar os significados (*making meanings*) e os meios para comunicar esses significados são moldados, primeiro e acima de tudo, por fatores sociais e econômicos. Em uma teoria social semiótica, a suposição (assunção) é a de que as tecnologias culturais de representação, produção e disseminação e os *affordances* e facilidades que elas oferecem são usados em um emolduramento (*framing*) do que é socialmente possível em qualquer tempo. **A comunicação sempre foi e ficará sujeita aos fatores social, cultural, econômico e político.** Os ambientes, condições, escolhas **são mediados pelos interesses de membros de grupos sociais** e, dessa forma, práticas, recursos e tecnologias de comunicação respondem, em proporções diferentes e em épocas diferentes ao desenvolvimento social, econômico e tecnológico. (KRESS, 2010, p. 19, grifos meus)

Dentre os apontamentos indicados pelo autor, encontra-se a não disponibilidade para todos do acesso aos meios para comunicar significados, ou seja, quando falamos em comunicação de massa, trata-se de poucos jornalistas produzindo e distribuindo significados a milhões de leitores ou *viewers*. Dessa forma, o acesso ao poder de informar – e consequentemente ao poder simbólico – é reservado a poucos: “oligopólio no mercado de bens simbólicos” (BORDIEU, 1992, p. 142).

Kress e Van Leeuwen (2006) postulam que os aspectos não verbais também “falam” e exercem um papel que ultrapassa o acessório estético: as imagens representam não somente estética e expressão, mas também estrutura social, política e dimensões comunicativas.

As estruturas visuais formam significados, assim como as estruturas linguísticas e, por meio disso apontam para diferentes interpretações e para diferentes formas de interação social. Os significados que podem ser expressos pela língua e pela comunicação visual demonstram que certas coisas podem ser expressas verbalmente e visualmente. Outras podem ser ditas, apenas, visualmente, e outras, somente, verbalmente. Mas quando algo pode ser dito de ambas as maneiras, o modo pelo qual será expresso tanto verbal quanto visual será diferente. (KRESS & VAN LEEUWEN, 1996, p. 3)

Na combinação de textos e imagens (construção multimodal), é possível observar certo(s) direcionamento(s) ideológico(s), uma vez que o produtor da construção realiza uma escolha dentre várias que lhe são ofertadas pelo sistema, e essa escolha certamente não é

aleatória. Nesse sentido, os referidos autores estabelecem que todo texto possui o seu sentido gerado por vários recursos semióticos.

Ainda na mesma perspectiva, os autores da Teoria da Multimodalidade compreendem que a relação entre significante e significado não é arbitrária, ou seja, trata-se de uma relação que é motivada pelos fatores sociais, econômicos, culturais e políticos que ativam determinados significantes dentre vários outros com objetivos de compartilhar significados específicos. É o que mais podemos observar nos contextos institucionais que empregam os jornalistas no Brasil, por exemplo.

2.9.1 O que são recursos semióticos

Os recursos semióticos são os responsáveis pela produção da unidade de sentido a ser perpassada. Assim, um texto multimodal é formado pela combinação de recursos semióticos que têm como objetivo transmitir algum significado. Segundo Van Leeuwen (2005), recursos semióticos são

As ações e os artefatos que usamos para comunicar, se eles são produzidos psicologicamente – com nosso aparelho vocal; com os músculos que nós usamos para criar expressões faciais e gestos, etc. – ou por meio de tecnologias – com a caneta, tinta ou papel; com um *hardware* ou *software*; com tecidos, tesouras ou máquinas de costura, etc. (p.3)

Uma capa de revista, por exemplo, pode ser analisada não somente pela sua unidade verbal (corpo lexical, semântico e sintático), mas também pelo que apresenta de grafismos, imagens, diagramação, quadros, etc. São “os artefatos” que o produtor do texto utilizou para comunicar uma informação/significado. Além desses artefatos, é possível analisar o potencial semântico da capa (e da revista em si) por meio da forma como ela é reproduzida, distribuída e consumida – práticas sociais geradoras de sentido. A Teoria da Multimodalidade, dessa forma, amplia as nossas ferramentas de leitura e compreensão e, nesta pesquisa, particularmente, amplia o que está sendo dito ou “subdito” nas capas das revistas em análise.

Na mesma linha teórica apresentada por Van Leeuwen, Baldry & Thibault (2006) conceituam recurso semiótico como “um sistema de formas semióticas que podemos utilizar

para construir textos” (p. 18). Além disso, os autores argumentam a existência das funções particulares que essas formas exercem no texto, acrescentando dois aspectos: uso e função.

Valer-se de recursos semióticos na construção de unidades de sentido é compartilhar significados por meio de textos multimodais. Esses recursos semióticos não costumam ser analisados separadamente, e sim integrados às suas formas para compor o todo. Assim, esse todo compreende o foco da Teoria da Multimodalidade. A esse respeito, Baldry & Thibault (2006) dizem que se trata do “princípio de integração dos recursos semióticos”, em que “na prática, textos de todos os tipos são sempre multimodais, utilizando e combinando os recursos de diversos sistemas semióticos (...)” (p. 19). Com isso, não há que se falar em textos monomodais.

A noção da construção de significados coaduna-se à noção apresentada por Kress e Van Leeuwen (2001), de acordo com a qual as diversas práticas sociais são capazes de gerar significados. Segundo os autores, existem quatro camadas onde os significados são produzidos. São elas:

- (i) Discurso: conhecimento socialmente construído de aspectos da realidade;
- (ii) *Design*: encontra-se entre o conteúdo e a expressão;
- (iii) Produção: formato que o conteúdo irá adquirir para determinado meio (se *internet*, se revista, se jornal, por exemplo);
- (iv) Distribuição: meio através do qual o conteúdo será perpassado.

Assim, todas essas quatro camadas combinando-se de forma integrada produzem textos multimodais, sendo que a capa de revista é um exemplo de resultado desse processo.

2.10 O Gênero Textual

Os estudos a respeito do gênero textual vêm se multiplicando nos últimos anos, refletindo o interesse de se estudar as línguas voltando-se para as suas funcionalidades nas práticas comunicativas. Assim, Bakhtin escreve:

Todos os 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. (BAKHTIN, 2011, p. 261)

Com isso, os enunciados que proferimos são baseados em formas-padrão relativamente estáveis de estruturação de um todo, constituindo-se, portanto, os gêneros: “tipos relativamente estáveis de enunciados” (BAKHTIN, 2011, p. 262). Um gênero possui as suas características temáticas, composicionais e estilísticas próprias. Assim, de acordo com a perspectiva bakhtiniana, gêneros são práticas sociocomunicativas construídas historicamente, influenciados por fenômenos sociais e dependentes da situação comunicativa em que são enunciados. O gênero está presente em toda atividade comunicativa humana e é determinado pela esfera discursiva: recorre-se a determinado gênero de acordo com a situação em que o indivíduo está imerso, a vontade do enunciador e a intenção do falante.

O princípio dialógico constitutivo da comunicação, que tem em Bakhtin o seu expoente, norteia a teoria dos gêneros textuais. De acordo com o referido autor, “cada enunciado isolado é um elo na cadeia de comunicação discursiva” (BAKHTIN, 2011, p. 299). Ou seja, para nos comunicar, utilizamos palavras que apreendemos dos discursos de outrem, adaptando-as à nossa realidade e para o fim que desejamos, colocando-as também no modelo genérico que se adéqua melhor à nossa proposta de comunicação. De acordo com Bakhtin (2011):

Aprender a falar significa aprender a construir enunciados (porque falamos por enunciados e não por orações isoladas e, evidentemente, não por palavras isoladas). Os gêneros do discurso organizam o nosso discurso quase da mesma forma que organizam as formas gramaticais (sintáticas). Nós aprendemos a moldar o nosso discurso em formas de gênero e, quando ouvimos o discurso alheio, já adivinhamos um determinado volume (isto é, uma extensão aproximada do conjunto do discurso), uma determinada construção composicional, prevemos o fim, isto é, desde o início temos a sensação do conjunto do discurso que em seguida apenas se diferencia no processo da fala. Se os gêneros do discurso não existissem e nós não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo do discurso, de construir livremente e pela primeira vez cada enunciado, a comunicação discursiva seria quase impossível. (BAKHTIN, 2011, p. 283)

Assim, na comunicação discursiva, existe um enunciador que pretende estabelecer um diálogo com um destinatário implícito (que pode estar próximo ou distante no tempo e no espaço); nessa constituição do seu próprio discurso, o enunciador faz as escolhas que julga pertinentes, estabelecendo o tema, a composição e o seu estilo de produção.

Marcuschi (2010), em *Gêneros Textuais: Definição e Funcionalidade*, distingue *tipo textual* e *gênero textual*. *Tipo textual* designa “uma espécie de sequência teoricamente definida pela natureza linguística de sua composição” (p. 23), tais como narração, argumentação, exposição, descrição e injunção, ou seja, *tipo textual* apresenta categorias quantificadas. Já o *gênero textual* refere-se a “textos materializados que encontramos em nossa vida diária e que apresentam características sociocomunicativas definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica” (p. 23). Dessa forma, há inúmeros gêneros textuais na sociedade, sendo identificados por meio do desenvolvimento da nossa competência comunicativa, assim como assevera Coroa (2008): ao mesmo tempo em que desenvolvemos uma competência linguística, desenvolvemos uma competência sociocomunicativa para apreender os comportamentos linguísticos e identificar com quais gêneros textuais estamos lidando (p. 25).

Dessa forma, “quando dominamos um gênero textual, não dominamos uma forma linguística e sim uma forma de realizar linguisticamente objetivos específicos em situações sociais particulares” (MARCUSCHI, 2010, p. 31). Gêneros textuais incluem materialização e organização das informações linguísticas, em função do objetivo do texto, selecionando estruturas específicas ao contexto social, em detrimento de outras. Gêneros textuais “são artefatos culturais construídos historicamente pelo ser humano” (p. 31).

Quanto à seleção de estruturas específicas ao contexto social, Koch (2011) pontua:

A escolha do gênero é, pois, uma decisão estratégica, que envolve uma confrontação entre os valores atribuídos pelo agente produtor aos parâmetros da situação (mundos físico e sociossubjetivo) e os usos atribuídos aos gêneros do intertexto. A escolha do gênero deverá, como foi dito, levar em conta os objetivos visados, o lugar social e os papéis dos participantes. Além disso, o agente deverá adaptar o modelo do gênero a seus valores particulares, adotando um estilo próprio, ou mesmo contribuindo para a constante transformação dos modelos. (KOCH, 2011, p. 55-56)

Marcuschi (2010) ainda define o conceito de *domínio discursivo*, pertinente à compreensão do *corpus* desta pesquisa:

Usamos a expressão domínio discursivo para designar uma esfera ou instância de produção discursiva ou de atividade humana. Esses domínios não são textos nem discursos, mas propiciam o surgimento de discursos bastante específicos. Do ponto de vista dos domínios, falamos em discurso jurídico, discurso jornalístico, discurso religioso etc., já que as atividades jurídica, jornalística ou religiosa não abrangem um gênero em particular, mas dão origem a vários deles. Constituem práticas discursivas dentro das quais podemos identificar um conjunto de gêneros textuais que, às vezes, lhes são próprios (em certos casos exclusivos) como práticas ou rotinas comunicativas institucionalizadas. (2010, p. 25)

Com isso, tem-se no domínio do discurso jornalístico a veiculação de diversos gêneros textuais, sendo a capa de revista um exemplo que o integra.

2.10.1 O gênero capa de revista

O gênero capa de revista possui como veículo de circulação a própria revista. Trata-se de um gênero relativamente estável, com estruturas particulares e com funções comunicativas específicas: é o carro-chefe de edições. As capas de revista circulam na sociedade nas esferas jornalística e publicitária, de forma a interpretar fatos da realidade, divulgar opiniões e propagar ideologias, levantando polêmicas e vendendo tendências; são compostas de uma linguagem verbo-visual específica, que cumpre basicamente dois papéis: informação e persuasão. Além desses papéis, a capa de revista “precisa ser o resumo irresistível de cada edição, uma espécie de vitrine para o deleite e a sedução do leitor”. (SCALZO, 2006, p. 62). Assim, a composição da capa de revista é vista como o modo dos enunciadores de despertar a atenção do leitor, que nada mais é do que um consumidor a ser seduzido.

Apesar de se prender mais aos enunciados verbais, Bakhtin (2002, p. 184) também considera que é possível se ter outras formas de manifestação enunciativa, ou seja, outras formas de querer dizer sem se ater apenas ao enunciado verbal: “as relações dialógicas são possíveis entre imagens de outras artes, mas essas relações ultrapassam os limites da metalinguística”. É nessa perspectiva que se encontram as capas de revistas como autênticas

formas de enunciados, compostos por corpo linguístico e imagético, que uma vez integrados, compõem o objetivo do enunciador.

As capas de revista, como gênero textual, concretizam-se em enunciados, estabelecendo relações dialógicas complexas que norteiam todo o processo de sua elaboração. As relações dialógicas são delineadas em vários níveis: entre os enunciadores (empresa/instituição), possíveis leitores e contexto sócio-histórico.

O gênero textual capa de revista não comporta apenas um enunciador, mas enunciadores que são constituídos pela equipe de produção da instituição: redator, diagramador, ilustrador, fotógrafo ou artista plástico, jornalistas, revisores de textos, entre outros. Toda essa equipe tem o papel de construir um enunciado, integrando o verbal e o visual de forma a chamar a atenção do possível leitor para que ele adquira o material anunciado. Nessa composição, encontram-se os componentes característicos do gênero, tais como: assinatura, data, número da edição, logotipo da empresa; além disso, combinam-se fotos ou imagens, letras de tamanhos diferentes e corpo linguístico responsável por anunciar a matéria em foco da edição (elementos que também caracterizam o domínio discursivo da capa de revista).

Dessa forma, as relações dialógicas da capa de revista já começam a partir da sua elaboração: os membros da equipe responsável pela edição da capa têm de se reunir para delimitar quais serão os aspectos verbais e visuais que comporão a unidade, como se dará a chamada, quais serão as cores a serem utilizadas, como será a distribuição do todo, dentre outros elementos composicionais. Após isso e por meio da unidade temática a que se chegaram ao enunciado, os enunciadores pressupõem um leitor ideal, constituído por assinantes da revista e leitores esporádicos; as condições de recepção podem ser verificadas por meio do custo da revista, que, no caso da presente dissertação, gira em torno de R\$ 10, o que leva a estimar que se trata de um público de níveis social e econômico razoáveis (classe média), podendo se considerar também o nível de escolaridade, uma vez que os temas geralmente tratados pelas revistas em questão relacionam-se com acontecimentos atuais do cenário político, econômico, social e científico. Assim, as relações dialógicas giram em torno da elaboração, público-alvo e condições contextuais de produção.

Por se tratar de um processo de elaboração mais aprimorado, em que se conjugam vários componentes – verbais e visuais –, e em que se verifica a presença de vários enunciadores, bem como a observância do contexto imediato, a capa de revista é considerada

um gênero secundário. Bakhtin (2011) distingue, na obra *Estética da Criação Verbal*, os gêneros primários e secundários, destacando-se que não se trata de uma diferença funcional, e sim essencial:

Os gêneros discursivos secundários (complexos – romances, dramas, pesquisas científicas de toda espécie, os grandes gêneros publicísticos, etc.) surgem nas condições de um convívio cultural mais complexo e relativamente muito desenvolvido e organizado (predominantemente o escrito) – artístico, científico, sociopolítico, etc. No processo de sua formação eles incorporam e reelaboram diversos gêneros primários (simples), que se formaram nas condições de comunicação discursiva imediata. Esses gêneros primários, que integram os complexos, aí se transformam e adquirem um caráter especial: perdem o vínculo imediato com a realidade concreta e os enunciados reais alheios (...) (BAKHTIN, 2011, p. 263)

Dessa forma, gêneros primários estão ligados a situações comunicativas que se relacionam às esferas sociais. Gêneros secundários estão ligados a situações comunicativas mais complexas de interação social, e são, muitas vezes, mediados pela escrita. O discurso midiático configura-se, portanto, como gênero secundário.

A capa de revista, por se tratar tanto de um gênero textual como de um discurso veiculado pela mídia impressa, carrega em si um valor subjetivo da informação, com um tom altamente valorativo que poderá ser observado nas análises que serão operadas no próximo capítulo. Não há que se falar, portanto, em informações imparciais que são propagadas pelas capas de revista, uma vez que os elementos composicionais da capa são trabalhados expressivamente com objetivos específicos de despertar a atenção do leitor para que ele adquira o produto e de perpetuar as ideologias institucionais da revista.

Conclusão

No capítulo que se encerra pode realizar uma revisão da literatura que norteará as análises do *corpus* desta dissertação. A mídia, enquanto um dos elementos formadores da esfera social, é o veículo por meio do qual os discursos são perpassados na sociedade. Dessa forma, entendendo a linguagem como forma de atuar na realidade, a Análise de Discurso Crítica a entende de acordo com a sua funcionalidade nas práticas sociais: forma de agir no mundo e de se relacionar, representando e identificando a si, aos outros e aos vários aspectos do mundo. Dessa forma, os discursos veiculados pela mídia designam práticas sociais institucionalizadas, reveladoras da ideologia dos meios em que se inserem e que são construídas na combinação de imagens e corpo linguístico. O poder é, portanto, prerrogativa da mídia, uma vez que é ela a detentora do poder de informar.

A Gramática Visual, de Kress & van Leeuwen, oferece os princípios que desvelarão a forma como os dados (imagéticos e linguísticos) estão dispostos nas capas das revistas que serão analisadas, de forma que as imagens são concebidas em termos das macrofunções da linguagem verbal: ideacional, interpessoal e textual.

A Teoria da Representação de Atores Sociais, de Van Leeuwen, também compõe o presente capítulo teórico, proporcionando um quadro taxionômico que permitirá uma análise mais detalhada dos modos pelos quais os parlamentares brasileiros são representados no gênero capas de revistas, apresentando as categorias que foram utilizadas pelos produtores, bem como as escolhas linguísticas e imagéticas realizadas, revelando as intenções do autor. A análise desse gênero textual suscita a inclusão de outras visões fundamentadas em versões atuais da Linguística Textual, pontualmente em referências de Marcuschi e Koch.

3 DIRETRIZES METODOLÓGICAS

Introdução

O propósito desta dissertação é realizar uma análise crítico-interpretativa da representação do parlamentar brasileiro em capas de revistas de grande circulação no Brasil. Discutirei o papel que a mídia vem exercendo sobre o imaginário político da sociedade brasileira, investigando os possíveis sentidos que são realizados para a construção da imagem desses parlamentares. Neste capítulo, apresento os caminhos metodológicos que serão utilizados para o recorte e a análise dos dados da presente pesquisa, tendo como fundamento o cunho qualitativo-interpretativista, que será discutido no âmbito da metodologia científica, especialmente no que tange às ciências sociais.

3.1 Da pesquisa

Segundo Denzin e Lincoln (2007), “a pesquisa qualitativa é uma atividade situada que localiza o observador no mundo. Consiste em um conjunto de práticas materiais e interpretativas que dão visibilidade ao mundo” (p. 17). Ou seja, busco dar visibilidade aos sentidos potencialmente ideológicos construídos pelo discurso midiático (a ser especificado a seguir) sobre a imagem do político no contexto do Parlamento brasileiro. Portanto, trata-se de uma abordagem do ponto de vista da representação parlamentar brasileira.

Marly (2010) conceitua a pesquisa qualitativa da seguinte forma: “processo de reflexão e análise da realidade através da utilização de métodos e técnicas para compreensão detalhada do objeto de estudo em seu contexto histórico e/ou segundo sua estruturação” (p. 37).

Assim, na análise dos dados da presente pesquisa, saliento os respectivos contextos em que esses foram gerados, de forma a situar as práticas sociais e ideologias concernentes ao momento histórico específico em que tais dados se inserem.

Este estudo constitui, portanto, uma pesquisa qualitativa porque diz respeito a uma leitura interpretativa e crítica das práticas sociais e discursivas da mídia brasileira,

relacionadas dialeticamente, e que constroem concomitantemente a imagem do político brasileiro. Por meio dessa análise, busco desvelar os implícitos das representações de parlamentares, construídas nas metáforas, nas construções imagéticas, no léxico e nas construções argumentativas. Segundo Medeiros (2011),

A mídia de massa é uma boa representante do estado das representações das práticas sociais. Ela é um dos principais provedores de legitimidade, porque é construída sobretudo de narrativas, que são estratégias de construção simbólica que servem à legitimação e à formação da opinião do público. Por isso, é importante desvelar os mitos dos discursos da mídia impressa. (p. 57)

Nesse sentido, é imprescindível registrar a relação entre mídia impressa e leitor – relação dialógica, entre autor e leitores, que não são passivos, pelo contrário: respondem de formas diferentes a respeito do que leem e interpretam de maneiras diferentes os mesmos textos, perpassando naturalizações que formaram e estão formando o construto mental da sociedade no que diz respeito ao político brasileiro. Trata-se, portanto, de uma troca, remetendo à ideia de Fairclough (2003):

Todo texto é orientado ao diálogo em um sentido amplo, mesmo um diário que eu escrevo para mim mesmo inevitavelmente envolve escolhas a qual tipo e leitor imaginário (seja ele um imaginário eu) devo endereçar e essa generalização do conceito de troca é um modo de capturar isso. (p. 108, tradução própria)

Imersa a esse cenário, reitero a legitimação que a mídia impressa já construiu e vem construindo no país, pois quando se escolhe o ator social político brasileiro para representar, quando ele é representado de determinados *modi operandi*, a mídia vai se legitimando por meio da sua prática discursiva, com o viés de que está “apenas” comprometida com a verdade.

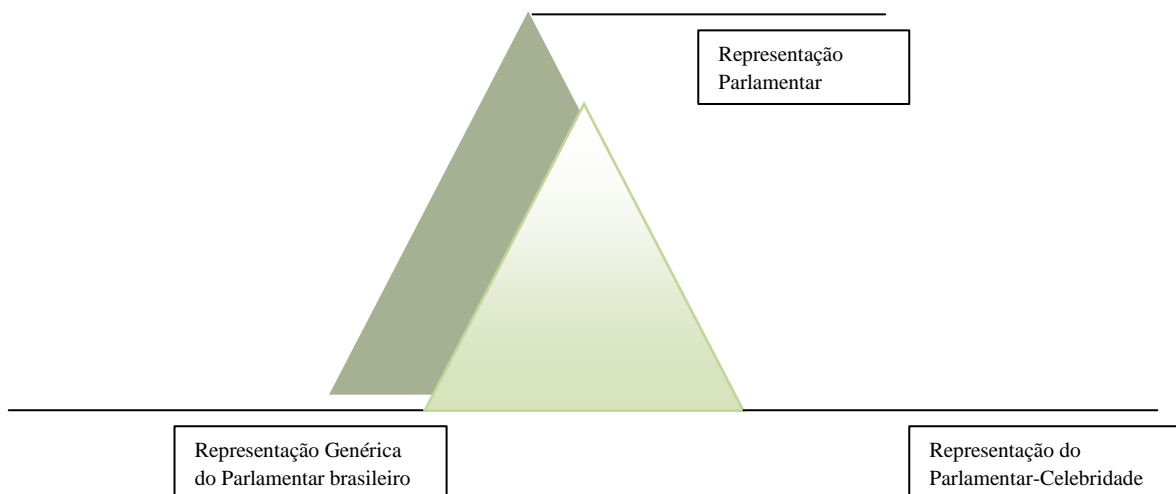
3.2 Dos dados

A pesquisa de abordagem qualitativa busca dados de essência significativa:

Os dados qualitativos são essencialmente significativos, mas mais do que isso, mostram grande diversidade. Eles não incluem contagens e medidas, mas sim praticamente qualquer forma de comunicação humana – escrita, auditiva ou visual; por comportamento, simbolismos ou artefatos culturais. (GIBBS, 2009, p. 17)

Os dados do presente trabalho foram extraídos de três revistas brasileiras de grande circulação, a saber, *Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital*, são compostos pela capa e serão submetidos à análise crítica. Todos os dados serão reproduzidos no corpo desta dissertação, seguindo a ética do direcionamento metodológico da Análise de Discurso Crítica: inserindo dados e colocando-os à disposição do leitor, possibilito que este possa contestar as minhas interpretações, já que se trata de uma pesquisa qualitativa, interpretativa e no âmbito da Análise de Discurso Crítica, não trabalhando, portanto, com “verdades”, mas sim elaborando interpretações que possam ampliar a nossa visão a respeito dos discursos diários que consumimos pela mídia impressa brasileira.

Nos dados, busco desvelar construções multimodais potencialmente ideológicas que constroem a representação do parlamentar brasileiro (discriminados entre deputados e senadores). Esta imagem divide-se em: (i) representação genérica do parlamentar brasileiro e (ii) representação do parlamentar-celebridade. Partindo, portanto, da análise da imagem global para a análise de um conceito particular, busco uma triangulação de dados a fim de encontrar uma convergência ou divergência de representações construídas pelo discurso midiático.



3.3 Da pesquisadora

Ainda a respeito da pesquisa qualitativa, Denzin e Lincoln (2007) salientam o paradigma interpretativo do pesquisador:

A rede que contém essas premissas epistemológicas, ontológicas e metodológicas do pesquisador pode ser denominada *paradigma*, ou esquema interpretativo, um “conjunto básico de crenças que orientam a ação” (Guba, 1990, p. 17). Toda a pesquisa é interpretativa: é guiada por um conjunto de crenças e de sentimentos em relação ao mundo e ao modo como este deveria ser compreendido e estudado. (...) Cada paradigma interpretativo exige esforços específicos do pesquisador, incluindo as questões que ele propõe e as interpretações que traz para elas. (p. 34)

Nesse quesito, é pertinente situar que eu – pesquisadora – exerço o cargo de *Assessora Parlamentar* na Câmara dos Deputados, e lido diariamente com jornalistas que cobrem as atividades do Congresso Nacional. Partiu dessa experiência profissional o interesse em pesquisar o referido tema.

Portanto, no que tange ao meu posicionamento de observadora, é importante ressaltar que o recorte de dados e o foco do objeto de análise parte inexoravelmente do meu olhar de pesquisadora, e não somente desse, mas também do olhar de quem é sujeito partícipe das práticas discursivas e midiáticas no âmbito do Congresso Nacional. Assim sendo, vejo que a minha identidade encontra-se em harmonia com os preceitos da pós-modernidade: nossas identidades são fluidas, múltiplas, heterogêneas e contraditórias, como Hall (2005) e Bauman (2005) já explicitaram.

Nesse sentido, não há que se falar, nesta dissertação, em distanciamento pleno da pesquisadora, ou de uma neutralidade e objetividade científica. Há motivações e direcionamentos políticos, sociais e ideológicos que nortearam a minha seleção e análise dos dados. Esse não distanciamento direciona para um conceito metodológico a ser considerado no âmbito da Análise de Discurso Crítica: a reflexividade. De acordo com Gibbs (2009),

Dito de forma simples, a reflexividade é o reconhecimento de que o produto da pesquisa reflete inevitavelmente parte das origens e da formação, do meio e das preferências do pesquisador. O modelo científico afirma que a boa pesquisa é objetiva, precisa e não tendenciosa, mas aqueles que enfatizam a reflexividade da

pesquisa sugerem que nenhum pesquisador qualitativo, como todos os outros pesquisadores, não pode afirmar que é um observador objetivo, competente, politicamente neutro. (p. 119)

Portanto, o meu posicionamento enquanto pesquisadora de forma alguma se dará com neutralidade científica, a começar pela escolha do tema, que reflete diretamente as minhas práticas enquanto servidora de uma das Casas Legislativas do país. Nesse quesito, Silverman (2009, p. 313) pontua que não há posição neutra ou isenta de valor em ciência social (ou, na verdade, em qualquer outra).

Quanto às análises dos dados, é saliente observar que qualquer interpretação passa pelas construções de mundo do pesquisador, evidenciando, portanto, o caráter da reflexividade já conceituada. É o que pontua Gibbs (2009, p. 23): “nossas análises são, por natureza, interpretações, e, portanto, construções do mundo”. Posiciono-me, portanto, quanto à minha própria prática enquanto indivíduo (pesquisadora e servidora), ao optar por selecionar o tema desta pesquisa como objeto de investigação, em detrimento de outros mais não escolhidos. Segundo Fairclough (2003):

Em toda análise, escolhemos responder a determinadas questões sobre eventos sociais e textos, e não a outras questões possíveis. Há sempre motivações particulares na escolha de certas questões sobre textos e não outras. [...] Não existe análise ‘objetiva’ de um texto, pois não é possível descrever simplesmente ‘o que está lá’ sem a participação “tendenciosa” da “subjetividade” do analista. [...] nossa capacidade de saber ‘o que está lá’ é inevitavelmente limitada e parcial, e a questão que procuramos responder deriva necessariamente de motivações particulares.

Todo este arcabouço metodológico possui o caráter eminentemente crítico da pesquisa qualitativa e da Análise de Discurso Crítica. Segundo Van Dijk (2010), “para os analistas críticos do discurso, é fundamental a consciência explícita do seu papel na sociedade” (p. 14).

Entretanto, é necessário apresentar a relevância de se estabelecer o caráter epistemológico da pesquisa, direcionando parâmetros teóricos que vão ao encontro das minhas concepções de pesquisa acerca da sociedade, arcabouço já explanado no capítulo teórico anterior.

3.6 Dos métodos e técnicas utilizados na pesquisa

É imprescindível registrar que as escolhas das revistas *Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital* deram-se em função de se caracterizarem veículos de grande circulação nacional e por representarem, nas edições que serão analisadas, os atores sociais objetos de investigação desta pesquisa. Selecionei as capas pelas suas veiculações na *internet*, por meio do banco de dados dos *sites* das próprias revistas. Com isso, as escolhas das quatro capas que serão analisadas no próximo capítulo não foram guiadas por meio das suas respectivas linhas editoriais, e, sim, por apresentarem o ator social político brasileiro estampado em suas edições.

A pesquisa por capas que contivessem a representação do ator social político brasileiro deu-se por meio dos *sites* das três revistas. *Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital* disponibilizam as suas edições anteriores por meio dos seus bancos de dados. Dessa forma, pesquisei por capas que representassem o político brasileiro, chegando, assim, aos números de edições de cada revista selecionadas para compor o *corpus* desta pesquisa. Nesse sentido, não há que se falar em escolhas ideológicas das revistas, e, sim, em escolhas com base na presença do ator social político brasileiro representado nas edições das revistas.

Nessa perspectiva, esta pesquisa pauta-se nas técnicas que dizem respeito a análises linguístico-discursivas e imagéticas das capas de revistas selecionadas, tratando-se, portanto, de uma pesquisa com método documental.

3.6 Do *corpus* de pesquisa selecionado

O *corpus* da presente dissertação é composto por quatro capas de revistas. Esse número diz respeito ao número de capas encontradas em cada banco de dados das revistas. Creio ser um número suficiente para a proposta de análise desta dissertação, oferecendo dados significativos para a composição da pesquisa. As capas selecionadas não se relacionam quanto ao contexto em que foram produzidas, mas apenas no que tange à representação de atores sociais “parlamentares”. Assim, configura-se o critério para a seleção do *corpus*: presença dos atores sociais “parlamentares”, representados no discurso, pelas estruturas imagéticas ou por meio de caricaturas.

A primeira capa é a da revista *Veja*. Trata-se de uma revista de grande abrangência nacional, fundada em 1950 e pertencente ao *Grupo Abril*, um dos maiores grupos de comunicação da América Latina. A edição selecionada apresenta a palavra “políticos” estampada na sua capa, cumprindo, portanto, a escala referencial da escolha de todas as capas (presença do ator social político brasileiro). Trata-se da edição nº 1993, de 31 de janeiro de 2007.

A segunda capa é a da *IstoÉ*, revista semanal brasileira de informações gerais, fundada em 1976 e publicada pela Editora Três. A edição selecionada contém a imagem física do Congresso Nacional, designando, portanto, os atores sociais que serão representados no discurso. Trata-se da edição nº 2059, de 29 de abril 2009.

A terceira e quarta capas são da revista *CartaCapital*. As duas capas selecionadas dessa revista estampam em suas edições a imagem física do Parlamento brasileiro, designando a instituição de origem dos atores sociais que serão representados nos respectivos enunciados. Trata-se da edição nº 545, de 13 de maio de 2009 e da edição nº 744, de 12 de abril de 2013.

As capas selecionadas serão analisadas com base nas imagens e corpo linguístico que apresentam. Assim, os itens metodologicamente analíticos a serem transformados em critérios de análise serão: recursos semióticos – que contemplam as imagens e os textos das capas; prática discursiva, prática social. Analisarei o gênero composto por linha editorial, título, imagem e texto, sob a perspectiva da Análise de Discurso Crítica e da Teoria da Multimodalidade, nas interfaces em que essas áreas podem dialogar.

3.7 Dos critérios de análise

As análises pautar-se-ão no modelo tridimensional do discurso estipulado por Fairclough (2003), que conjuga texto, prática discursiva e prática social, aspectos que serão norteadores e reveladores em cada análise individual das capas. Somando-se a essa análise, contemplarei aspectos da Teoria da Multimodalidade, nos recursos semióticos que cada capa apresenta, bem como aspectos da Gramática Visual, que irão direcionar as intenções dos produtores dos textos quanto aos valores das informações que passam a veicular nos discursos. As categorias da Teoria da Representação de Atores Sociais, de Van Leeuwen, também nortearão as análises, de modo a oferecer subsídios para a construção da

representação do político brasileiro na mídia. Para que as minhas análises concretizem-se de modo multissemiótico – o que inclui os elementos linguísticos e imagéticos – considerarei os seguintes elementos composicionais, na medida em que forem aplicáveis a cada capa:

1 – Recursos Semióticos

- (i) **Texto.** Os textos das quatro capas de revistas selecionadas são constituídos pelos títulos e resumos das reportagens. Os títulos das capas são extremamente significativos e carregam sentidos potencialmente ideológicos. Os resumos das reportagens são os pequenos textos que fazem a chamada para as reportagens que irão compor a matéria principal da revista; esses textos são constituídos de estruturas linguísticas e escolhas lexicais reveladoras da intenção dos autores ao construir a imagem do parlamentar que quer representar.
- (ii) **Imagens.** Há estruturas imagéticas em todas as capas que corroboram de maneiras distintas às construções da representação dos parlamentares em questão, enfatizando o que se dirá nas reportagens. As imagens estão em harmonia com o corpo linguístico respectivo.
 - **Presença física do Congresso Nacional.** Em três capas, a imagem física do Congresso Nacional está presente, designando a instituição de origem dos atores sociais representados. Analisarei as diferenças de constituição imagética dessa instituição. A capa da revista *Veja* não apresenta a imagem do Congresso Nacional, porém estampa a palavra “políticos” como título da capa, o que já cumpre um dos meus requisitos para a seleção do *corpus*, a saber, presença de atores sociais parlamentares brasileiros.

2 – Prática Discursiva. As quatro capas de revista selecionadas apresentam os itens produção, distribuição, consumo, contexto, coerência e intertextualidade. Esses itens serão analisados em cada capa individual.

- **Intertextualidade.** É possível observar a intertextualidade nas quatro capas de revistas selecionadas, de forma a construir discursos que remetem a outros enunciados e que constroem um todo coerente.

3 – Prática Social. A prática social, descrita como uma dimensão do evento discursivo, é observada, nas quatro análises, de modo a estabelecer aspectos ideológicos dos textos, englobando sentidos, pressuposições e metáforas veiculados pelo discurso.

- **Metáforas lexicais.** Analisarei as metáforas lexicais usadas pelos produtores para representar os parlamentares brasileiros. Essa figura de linguagem está relacionada ao significado representacional e também ao significado identificacional do discurso. Thompson (1990) define:

A metáfora envolve a aplicação de um termo ou expressão a um objeto ou ação à qual ele, literalmente, não pode ser aplicado. Expressões metafóricas levantam uma tensão dentro de uma oração, através da combinação de termos extraídos de campos semânticos diferentes, tensão essa que, se bem-sucedida, gera um efeito novo e duradouro. (p. 85)

4 – Estrutura genérica. O gênero capa de revista é revelador no que tange à mercantilização das formas simbólicas postulada por Thompson, pois por meio dele poderemos observar quais foram as estratégias de produção utilizadas pelo produtor do texto para chamar a atenção do leitor/consumidor.

5 – Representação de atores sociais. Segundo Van Leeuwen (2008):

Os atores sociais podem ser representados tanto em termos de sua identidade única, sendo nominados, tanto em termos de identidades e funções que eles dividem com outros (categorização) e, de novo, é sempre de interesse investigar, em um determinado discurso, que atores sociais são nominados e que atores sociais são categorizados. (p. 41)

Dessa forma, minha intenção é investigar quais parlamentares são nominados e quais são categorizados, e se existe essa distinção.

Conclusão

Neste capítulo metodológico, pude apresentar o caminho que construí para realizar as análises das representações do político brasileiro nas quatro capas de revista que selecionei para o *corpus* desta dissertação de mestrado. Trata-se de uma pesquisa que se enquadra no campo de investigação qualitativa, porque diz respeito a uma leitura interpretativa e crítica das práticas sociais e discursivas da mídia brasileira.

Nas capas das revistas *Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital*, os critérios analíticos elencados serão relacionados e conjugados de forma a estabelecer o diálogo possível entre as teorias respectivas.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Introdução

Nesta seção, lanço meu olhar de pesquisadora sobre os dados. É o momento em que recuperarei conceitos e afirmações teóricas que selecionei para fundamentar a minha análise. Acredito que essa “costura” confirme os objetivos que tracei para este trabalho.

Apresentarei agora as capas de revistas que serão analisadas neste capítulo. Selecionei quatro capas de revistas, sendo uma capa da revista *Veja*, uma capa da revista *IstoÉ*, e duas capas da revista *CartaCapital*, conforme informei anteriormente. As capas não se relacionam quanto ao contexto de produção (foram produzidas em épocas distintas), nem quanto a direcionamentos ideológicos; mas sim quanto à representação de atores sociais “parlamentares”. Três capas estampam a imagem do Congresso Nacional, designando a instituição de origem dos atores sociais representados, e uma capa estampa a palavra “políticos”, sendo, portanto, a representação dos parlamentares brasileiros um dos requisitos para a seleção do *corpus* de pesquisa. O outro requisito diz respeito às três revistas serem de circulação nacional, portanto, de amplo alcance nacional.

A capa da revista *Veja* será analisada em primeiro lugar, por motivos estritamente cronológicos. Em seguida, analisarei a capa da revista *IstoÉ*, para depois examinar as duas capas da revista *CartaCapital*. Por meio das análises, partirei de um conceito de representação genérica de políticos brasileiros, para então estabelecer uma representação que vincula nomes de parlamentares.

Capa 1 – Revista *Veja*⁹

⁹ Revista *Veja* – Edição nº 1993 – (31/01/2007)

Capa 2 – Revista *IstoÉ*¹⁰

¹⁰ Revista *IstoÉ* – Edição nº 2059 – (29/04/2009)

Capa 3 – Revista *CartaCapital*¹¹:

¹¹ Revista *CartaCapital* – Edição nº 545 (13/05/2009)

Capa 4 – Revista *CartaCapital*¹²:

¹² Revista Carta Capital – Edição 744 (15/04/2013)

Como argumenta Lima (2004), tem-se a mídia como construtora da realidade pública. Assim, as capas de revista ora dispostas são exemplos de discursos da mídia impressa brasileira. Estando, portanto, no rol da mídia (comunicação de massa), as capas constituem uma forma e um modo de construir e representar a realidade pública, por meio da produção e difusão institucionais (no caso das revistas, as respectivas editoras são as responsáveis) de bens simbólicos. Os bens simbólicos – que são o conteúdo simbólico das revistas – são transmitidos e perpassados na sociedade.

Adotarei, com base em Thompson (2012), o termo “transmissão”, por denotar a relação entre os participantes da transmissão simbólica, ou seja, produtor e leitor encontram-se separados em circunstâncias espaciais e temporais, caracterizando um processo de intercâmbio de sentido único, em que o produtor “dita” as informações que serão difundidas pela revista. Entretanto, o leitor também participa desse processo de transmissão simbólica (voltarei a essa questão logo mais).

Em relação à separação temporal e espacial do produtor e do leitor, Thompson (2012) afirma que, numa comunicação de massa, um grupo de indivíduos produz mensagens que serão recepcionadas em contextos espacial e temporal muito diferentes (p. 52). Entretanto, no que diz respeito às capas de revista desse *corpus* de pesquisa, não posso afirmar que o contexto temporal de recepção seja tão diferente assim do contexto temporal de produção, uma vez que essa disjunção temporal não se dá de forma significativa, em função de as três revistas selecionadas serem publicadas semanalmente, sendo que os assuntos são produzidos e recepcionados em contextos temporais similares, podendo o leitor até ter tido algum conhecimento sobre o que a revista está pautando em outros meios midiáticos, como a TV. Isso não quer dizer que não haja diferença de contextos temporais na produção e recepção das capas de revista, mas que ela não seja tão significativa se compararmos, por exemplo, a produção de um livro, em que o autor se distancia temporalmente em maior escala do que numa produção de uma revista semanal.

Thompson ainda apresenta-nos cinco características da comunicação de massa, que vou retomar agora as aplicando ao *corpus* desta pesquisa.

As editoras das revistas fazem parte dos meios técnicos e institucionais de produção e difusão que hoje integram a mídia brasileira. São veículos de comunicação que divulgam informações de modos variados e/ou específicos. Segundo Scalzo (2003), uma revista de

informação geral “é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento” (p. 11).

Os meios técnicos e institucionais que compreendem esta pesquisa são as editoras das revistas *Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital*. Nesse sentido, irei caracterizar cada uma delas, de forma a oferecer os seus contextos institucionais de produção.

A revista *Veja* pertence à *Editora Abril*, fundada em 1950 por Victor Civita. Em 1968, a editora, por meio dos jornalistas Roberto Civita e Mino Carta, lançou a revista *Veja*, sua semanal de informações que atualmente é a de maior circulação nacional, com tiragem de mais de um milhão de exemplares¹³, sendo a revista mais vendida do Brasil. A revista *Veja*, além de questões políticas, aborda assuntos relacionados à economia e à cultura. Apesar de não ser o foco da revista, assuntos como tecnologia, ciência, ecologia e religião também são pautados em alguns exemplares. A assinatura mensal da revista é no valor de R\$ 58,75¹⁴ para planos anuais.

A revista *IstoÉ* é produzida pela *Editora Três*. Criada em 1972, a *Editora Três* também é responsável pela produção das revistas *IstoÉ Dinheiro*, *IstoÉ Gente*, *Planeta*, *Motor Show*, *Dinheiro Rural* e *IstoÉ Platinum*. A *IstoÉ* em particular foi fundada em 1976 pelo italiano Mino Carta, e se tornou uma das maiores revistas de circulação do Brasil. Sua aquisição pode se dar por assinatura mensal ou por compra por unidade. Com cerca de 362 mil exemplares vendidos por edição¹⁵, a *IstoÉ* aborda assuntos diversos, tais como: medicina, economia, bem-estar, cultura, entrevistas, política, entre outros. A revista por unidade de edição encontrada nas bancas custa R\$ 10,90, e a assinatura mensal por plano anual é de R\$ 46,90¹⁶.

A revista *CartaCapital* é veiculada pela *Editora Confiança* e foi fundada em 1994 pelo jornalista ítalo-brasileiro Mino Carta (criador da revista *Quatro Rodas*, do *Jornal da Tarde*, do extinto *Jornal da República* e das semanais *Veja* e *IstoÉ* acima caracterizadas) e

¹³ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Veja>. Acesso em 17/05/2014

¹⁴ Com base em http://www.assine.abril.com.br/assinar/revista-veja/origem=sr+ve+menu&utm_source=editoriais&utm_medium=sites_editoriais&utm_campaign=sr+ve+menu. Acesso em 20/05/2014

¹⁵ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/ISTO%C3%89>. Acesso em 17/05/2014

¹⁶ Com base em https://www.assine3.com.br/revista/istoe?utm_source=CARROSSEL-OFERTAS&utm_medium=ASSINE&utm_campaign=ISTOE. Acesso em 20/05/2014

pelo jornalista Bob Fernandes. Sua tiragem média é de 75 mil exemplares¹⁷. Sua assinatura mensal gira em torno de R\$ 39,35¹⁸ – plano anual.

Integram, portanto, os meios técnicos e institucionais da mídia brasileira, as respectivas editoras das revistas *Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital*, sendo exemplos numa gama variada de meios que compõem a mídia escrita do país. Esses meios institucionais de produção caracterizam também o que Van Dijk (2012) denomina de “elites simbólicas”, que detêm o poder da reprodução ideológica de forma a organizar o conhecimento público: “... são os fabricantes do conhecimento, dos padrões morais, das crenças, das atitudes, das normas, das ideologias e dos valores públicos” (p. 46). Com isso, as três revistas em questão são ferramentas midiáticas que estão organizando o conhecimento público baseando-se nas suas ideologias institucionais que guiam a prática discursiva do grupo que as integram.

A segunda característica da comunicação de massa, indicada por Thompson (2012), dá-se por meio da mercantilização das formas simbólicas, resgatando o conceito de “formas simbólicas” de Thompson (2011): “amplo espectro de ações e falas, imagens e textos, que são produzidos por sujeitos e reconhecidos por eles e outros como construtos significativos” (p. 79). Assim, o produto da revista, materializado como uma forma simbólica, passa por um processo de valorização econômica, em que as capas das revistas precisam ser produzidas e moldadas para chamar a atenção do leitor-consumidor. Para tanto, produtores realizam combinações e escolhas linguísticas e imagéticas que irão atrair a atenção do leitor, de forma que ele adquira o produto em uma banca ou mesmo que ele consuma essa forma simbólica quando se tratar de leitor assinante (as três revistas oferecem essa possibilidade de assinatura). A capa figura-se, assim, como a vitrine da revista: nela estão presentes os “holofotes” que irão determinar a venda/consumo ou não do produto. Quando da análise pontual de cada capa, irei demonstrar como se deu a produção para que esse tipo de gênero textual se configurasse atrativamente ao seu potencial consumidor. Será possível também observar que essa forma simbólica é o meio através do qual ideologias são perpassadas, estabelecendo o conceito de Thompson (2011) da ideologia em termos das maneiras como o sentido é mobilizado pelas formas simbólicas.

¹⁷ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/CartaCapital>. Acesso em 17/05/2014

¹⁸ Com base em http://www.mercadoconfianca.com.br/cartacapital.asp?Site_txt=EDITORIAL&Origem_txt=CARTA&Formato_txt=CAPA. Acesso em 20/05/2014

A terceira característica da comunicação de massa é o que Thompson chama de dissociação estruturada entre produção e recepção dos bens simbólicos, ou seja, quando as revistas publicam uma edição, o contexto em que a forma simbólica foi produzida será diferente do contexto em que ela será recepcionada pelos assinantes e/ou consumidores esporádicos (aqueles que compram de tempos em tempos uma unidade da revista porque o assunto pautado na capa lhes chamou a atenção). A troca de mensagens é de sentido único (institucional para consumidor), mas os contextos não se dão, como já abordado anteriormente, em circunstâncias temporais tão distintas assim, uma vez que *Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital* são publicações semanais. Possivelmente os leitores da edição da *CartaCapital* ora em análise já tiveram conhecimento por outras mídias que os parlamentares Romário, Jean Wyllys, Randolfe Rodrigues e Tiririca assumiram mandato no ano de 2011.

A quarta característica da comunicação de massa é a extensão da disponibilidade dos produtos da mídia no tempo e no espaço. As revistas em questão podem ser consumidas por um número incalculável de leitores, uma vez que podem ser perpassadas no tempo e no espaço tanto pelos assinantes das revistas, quanto pela sua venda em bancas espalhadas pelo país. Além disso, com o advento da *internet*, as revistas *Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital* disponibilizaram em seus acervos digitais todas as suas edições anteriores, aumentando mais ainda a escala da disponibilidade desses produtos no tempo e espaço. A seguir elenco as imagens dos *sites* das respectivas revistas, bem como os *links* de seus acessos:

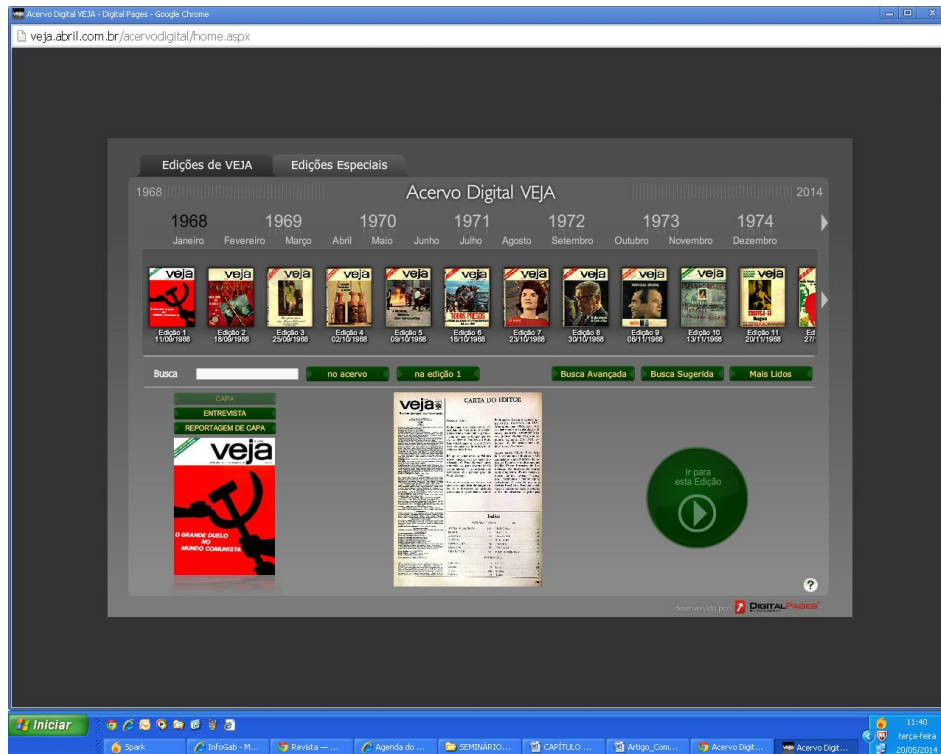


Figura 1 Site da revista *Veja*¹⁹

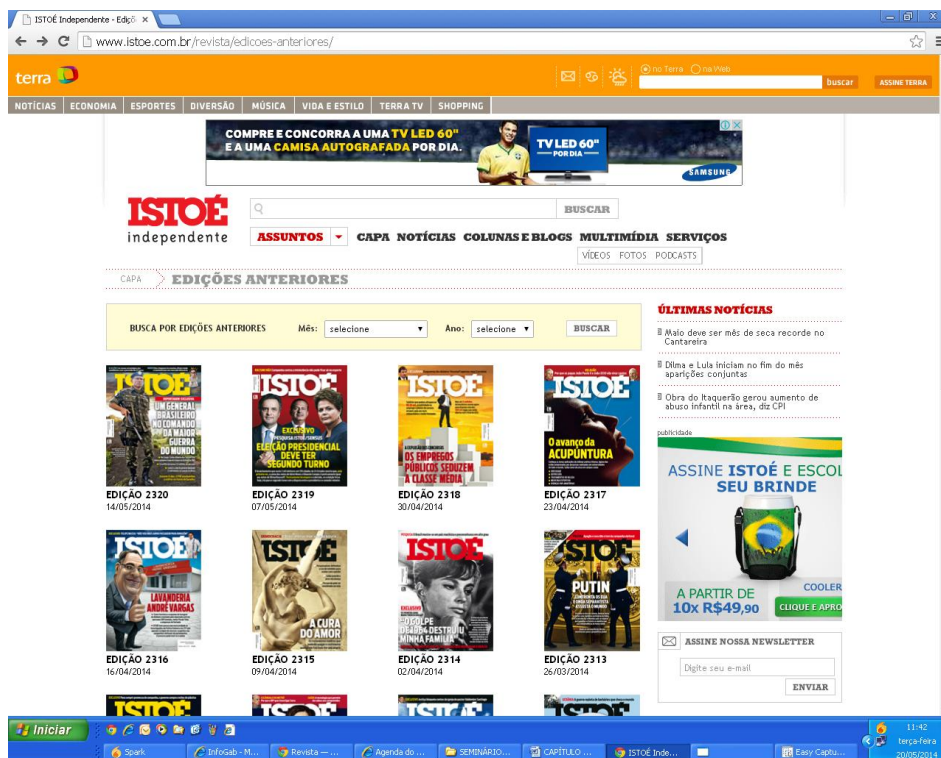


Figura 2 Site da revista *IstoÉ*²⁰

¹⁹ Disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acesso em 10/05/2014

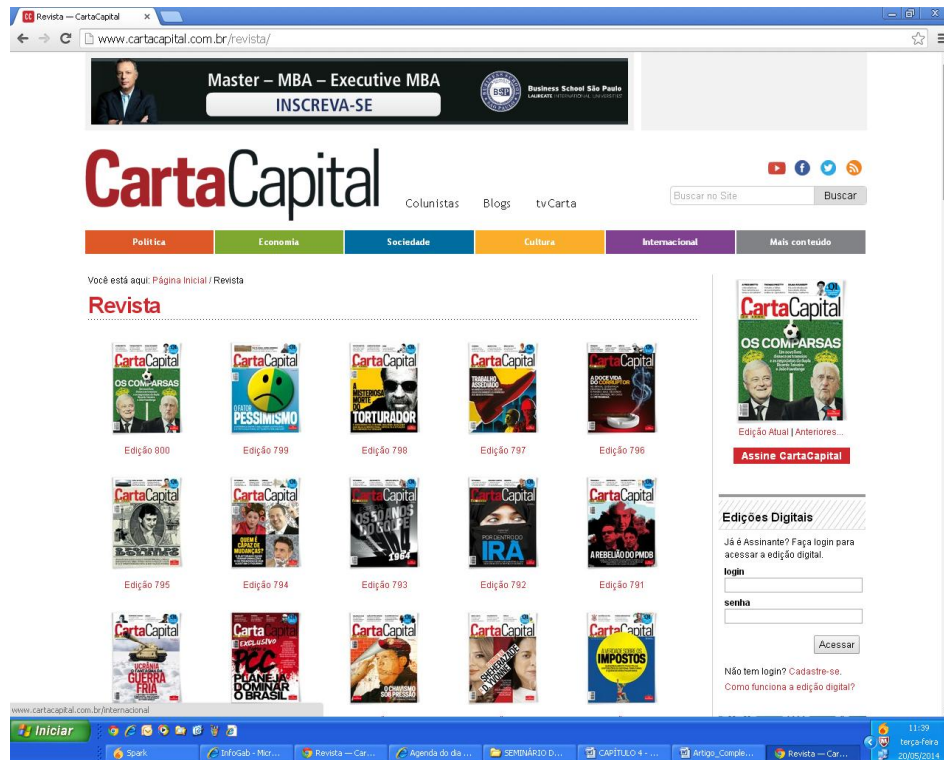


Figura 3 Site da revista Carta Capital²¹

Dessa forma, é possível acessar as edições passadas das revistas, servindo como um importante banco de dados para as pessoas que desejam se informar a respeito de edições anteriores. Essas edições estão abertas também aos membros não assinantes. Foi por meio desse instrumento de acesso que eu resgatei as capas do *corpus* desta pesquisa. Isso também constitui uma possibilidade de os discursos veiculados por essas revistas – o que inclui os gêneros capas aqui dispostos –, serem consumidos em outras circunstâncias temporais. A revista *Veja*, por exemplo, disponibiliza as edições publicadas desde o ano de 1968, caracterizando um banco de dados significativo para análises no âmbito da ADC. A revista *CartaCapital*, entretanto, disponibiliza apenas algumas edições com os seus respectivos conteúdos, não estando presente o conteúdo das capas constantes da análise desta dissertação²² (apenas as imagens das duas capas estão disponibilizadas no *site* da revista, excetuando-se, portanto, as respectivas reportagens).

²⁰ Disponível em <http://www.istoe.com.br/revista/edicoes-antiores/>. Acesso em 10/05/2014

²¹ Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/revista/>. Acesso em 10/05/2014

²² No próprio *site* da revista consta “em breve você terá acesso ao acervo completo da *CartaCapital*”, estando o *site* ainda em elaboração.

A quinta característica da comunicação de massa indicada por Thompson é a circulação pública das formas simbólicas, consequência, portanto, da quarta característica indicada anteriormente. As revistas são públicas na medida em que estão abertas e disponíveis a uma multiplicidade de indivíduos, ressaltando que o caráter público, no que tange às revistas aqui presentes, vincula-se ao nível social, uma vez que se trata de revistas com um preço estimado de R\$ 10, o que já limita o público-alvo consumidor que irá assinar ou adquirir um exemplar da revista.

Com todas as características da comunicação de massa já apresentadas, é importante agora demonstrar a relação estabelecida hoje entre mídia e política, materializada nas presentes capas de revista. Thompson (2008) relata que mídia e política foram dois campos que se erigiram separadamente, mas que hoje estão entrelaçados de diversas maneiras, o que pode nitidamente ser observado pelas capas, uma vez que elas estampam assuntos relacionados à política brasileira. Portanto, a política é atualmente um dos elementos que pauta a mídia brasileira: a mídia divulga informações do Congresso Nacional, fiscaliza o exercício dos parlamentares e denuncia irregularidades, caracterizando um importante veículo de desempenho da democracia no país.

Retomando o que Thompson (2012) argumenta em *A mídia e a modernidade* a respeito da visibilidade mediada trazida com a mídia, é salutar observar as novas maneiras de agir e interagir possibilitadas com essa nova realidade no âmbito da política brasileira e pautando-se sempre nos dados desta pesquisa. Com o advento da mídia, o cenário político brasileiro ganhou novas “molduras” para o exercício dos parlamentares, o que angariou novos espaços para que eles conquistassem maior visibilidade de suas ações, feitos e personalidades, que não estão mais vinculados aos contextos de compartilhamento espaço-temporal. Na capa 4, por exemplo, a revista *CartaCapital* possibilitou aos parlamentares Romário, Jean Wyllys, Randolfe Rodrigues e Tiririca (o que denomino “parlamentares-celebridades”) a divulgação dos seus trabalhos de forma positiva num alcance nacional de recepção. Assim, a mídia, particularmente a revista *CartaCapital*, tornou possíveis novos meios de visibilidade para esses parlamentares, que não necessitam estar presentes em contextos de interação face a face para que as pessoas saibam quem eles são e o que estão realizando. Assim, as atividades de líderes políticos tornaram-se mais visíveis para uma quantidade crescente de público que não tem, via de regra, como encontrá-los no cotidiano.

Entretanto, ao mesmo tempo em que a mídia possibilitou novas formas para que parlamentares possam “aparecer” para um número crescente de público (no caso, assinantes e leitores esporádicos das revistas), ela também gerou novos riscos, que Thompson (2012) exemplifica por meio de: (i) gafe e acesso explosivo; (ii) o desempenho de efeito contrário; (iii) o vazamento e (iv) o escândalo. O escândalo, por exemplo, pode ser facilmente identificado nas capas 2 e 3 do *corpus*, uma vez que, por meio dos próprios resumos das reportagens, é possível saber que se trata de escândalos no âmbito do Congresso Nacional, de transgressões de normas que estão sendo denunciadas pela mídia.

Dessa forma, “a visibilidade criada pela mídia pode se tornar uma fonte de um novo tipo de fragilidade” (THOMPSON, 2012, p. 184). Ou seja, mais os parlamentares procuram administrar suas visibilidades, menos eles a podem controlar, porque não conseguem, via de regra, interferir na atividade da mídia brasileira. É por isso que Thompson declara que a “visibilidade mediada é uma faca de dois gumes”.

Além das consequências negativas da visibilidade mediada listadas por Thompson, há uma que julgo ser também uma consequência negativa e que pode ser hoje facilmente identificada em publicações da mídia brasileira: trata-se da vilanização de políticos brasileiros no discurso midiático. Recuperando o conceito tratado no capítulo 1, tem-se que o processo de vilanizar políticos brasileiros é categorizá-los depreciativamente num mesmo grupo de “vilões”, sem distinção. É possível detectar esse processo em todas as capas selecionadas para o *corpus* desta pesquisa.

Na capa 1, o produtor do texto anuncia o resultado de uma pesquisa do Ibope, encomendada inclusive pela própria revista *Veja*, valendo-se de adjetivos que, segundo a revista, os brasileiros atribuíram aos políticos brasileiros. Não há diferenças, portanto, entre os parlamentares representados, sendo eles representados de forma negativa e genérica.

Na capa 2, o produtor do texto também não diferencia quem são os parlamentares que estão sendo “contaminados” pelos escândalos, salientando apenas que se trata de “deputados e senadores”. Acredito que não seja possível o produtor do texto ter a certeza de informar que 513 deputados e 81 senadores, todos sem distinção, estejam envolvidos nos escândalos que a reportagem irá abordar, mesmo que por ventura nomes apareçam na matéria, ainda assim, incluir todos num mesmo grupo é generalizar que todos os políticos no Congresso Nacional são acometidos por escândalos; o produtor colocou-os todos num mesmo grupo de parlamentares desonestos, corruptos, “vilões”, não dignos, portanto, da confiança do eleitor.

Na capa 3, os parlamentares brasileiros estão sendo representados também sem distinção entre si. Trata-se, mais uma vez, da representação genérica do parlamentar brasileiro com conotação negativa.

As capas 1, 2 e 3 exemplificam, portanto, o processo de vilanização dos políticos brasileiros na mídia, de forma a não os diferenciar entre si e colocá-los todos num mesmo grupo que participará das ações negativas veiculadas pelas capas e que serão analisadas pontualmente logo mais. Na capa 4, o processo de vilanização dos políticos brasileiros também pode ser constatado, mas de maneira distinta: mesmo a mídia reconhecendo e até propagando a existência de parlamentares que atuam com excelência em seu papel social, como as celebridades indicadas na capa²³, ela o faz não para reconhecer os que são nominados no discurso, ao contrário, é tão-somente para ratificar a imagem depreciativa e generalizada dos demais – representados pela figura dos ratos ao fundo²⁴.

A capa de revista constitui-se como um gênero textual. Retomando Marcuschi (2010), “os gêneros são formas sociais de organização e expressões típicas da vida cultural”. Portanto, as quatro capas de revista que compõem a presente dissertação caracterizam dois *modi operandi* veiculados pelas revistas quanto à representação do parlamentar brasileiro, figurando o conceito norteador de gênero textual proposto pelo referido autor. Passo agora à análise pontual de cada revista, aplicando os critérios analíticos promulgados nos capítulos 2 e 3 desta dissertação.

²³ É salutar destacar que se trata de uma análise da própria instituição, podendo não representar uma verdade absoluta ou mesmo uma opinião pessoal.

²⁴ Nas demais capas, os produtores dos textos não citam nomes de parlamentares que podem também estar prestando bons serviços aos cidadãos, demonstrando, assim, a intenção de colocá-los todos num mesmo grupo de “vilões” não dignos da confiança do eleitor. Acredito, sim, que existem políticos brasileiros que poluem a democracia do país, mas acredito também que há aqueles que honram os mandatos que lhes foram concedidos pela vontade popular e que estão trabalhando pelo crescimento do Brasil. Generalizar que todo político no Brasil é desonesto e corrupto é desprestigiar aqueles que estão efetivamente atuando no seu papel social.

4.1 Análises das capas de revistas selecionadas

4.1.1 Revista *Veja* - Edição nº 1993 – (31/01/2007)



4.1.1.1 Os recursos semióticos

1) O texto – a modalidade linguística

Partindo-se do conceito estipulado pela Análise de Discurso Crítica do texto como principal material empírico de pesquisa (RAMALHO & RESENDE, 2011), e valendo-me da

concepção tridimensional do discurso argumentado por Fairclough (2001), analisarei inicialmente o corpo linguístico que compõe a referida capa da revista *Veja*. A capa anuncia uma pesquisa feita a respeito dos políticos brasileiros:

Políticos
Pesquisa Ibope
*O que os brasileiros **pensam** deles: “**desonestos, insensíveis, mentirosos...**”*

A revista, ao estampar na sua capa uma pesquisa feita pelo Ibope, objetiva divulgar o que as pessoas estão pensando a respeito dos políticos brasileiros. Para tanto, prioriza e seleciona adjetivos como “desonestos, insensíveis e mentirosos” para caracterizar os líderes políticos do país. Dessa forma, a seleção lexical, conjugada com os recursos imagéticos da capa, é a grande reveladora das intenções do produtor do texto²⁵.

As três categorias postuladas por Halliday e Hasan (1989) – (i) processos; (ii) participantes; e (iii) circunstâncias – podem ser identificadas no discurso anunciado. Na presente capa, o processo verbal é designado pelo verbo em destaque amarelo: “pensam”. Entretanto, é possível inferir do discurso o verbo ser: “os brasileiros pensam que os políticos **são** desonestos, insensíveis, mentirosos...”. O verbo oculto “são”, portanto, compõe também o rol dos processos verbais do enunciado.

Os participantes – quem está participando da atividade anunciada no discurso e de que modo – são compostos pelo agente da ação verbal, “os brasileiros”, e pelo também agente oculto “políticos”.

Van Leeuwen (1997), baseado em Halliday, apresenta a sua teoria metodológica da representação de atores sociais demonstrando os diferentes modos discursivos pelos quais um ator social pode ser representado por meio de aspectos léxico-gramaticais e figuras retóricas. Dessa forma e com base em Van Leeuwen, demonstrarei como os atores sociais parlamentares estão sendo representados no enunciado.

²⁵ Quando eu utilizar a expressão “produtor do texto”, infere-se a presença da equipe de produção envolvida na edição da capa, conforme salientado no capítulo teórico.

Na presente capa, “políticos” estão sendo representados por meio da categoria *inclusão*, uma vez que a capa em si anuncia o que os brasileiros estão pensando sobre eles. O ator social “políticos” é o foco da capa e o objeto de interesse da pesquisa encomendada pela própria revista. No discurso, atribui-se aos “políticos” as características denunciadas pelos brasileiros.

Para incluir os “políticos” no discurso, o produtor utilizou a subcategoria *ativação* para designar as características desse grupo, ou seja, em “os políticos são” tem-se “políticos” como agente da ação verbal, realizando a atividade de “ser” no discurso e não se beneficiando dela (o que ocorreria na *passivação*).

A *inclusão* também é manifestada por meio do uso da *personalização*, uma vez que, por meio da representação dos atores sociais “políticos”, é possível estabelecer o seu traço humano. A ramificação *determinação* dessa subcategoria denota a identidade do ator social como “políticos”. Por meio da oração “o que os brasileiros pensam deles” é possível afirmar que se trata, portanto, de políticos brasileiros. A *determinação*, segundo Van Leeuwen, pode ser realizada por *diferenciação* ou *indiferenciação*, por *nomeação* ou *categorização*, por *determinação única* ou *sobredeterminação*, ou por *associação* ou *dissociação*.

Os políticos brasileiros representados na capa em exame da revista *Veja* são constituídos por meio da *indiferenciação*, uma vez que não se diferencia, no discurso, os membros que compõem essa representação.

A utilização da *indiferenciação* irá ocasionar, no discurso, o uso da *categorização*. A *categorização* representa os atores sociais por meio de funções e identidades compartilhadas com outros, ou seja, os “políticos” compartilham entre si a identidade de líderes do governo que foram eleitos pelo povo e possuem mandato público. A *categorização* pode ser manifestada pela *funcionalização*, *identificação* ou *avaliação*.

Na presente capa, o produtor do texto utilizou a *funcionalização* e a *avaliação* para representar os políticos brasileiros. A *funcionalização* é constatada pelo próprio agente “políticos”, uma vez que eles são identificados pela atividade que realizam, ou seja, são identificados enquanto membros do governo.

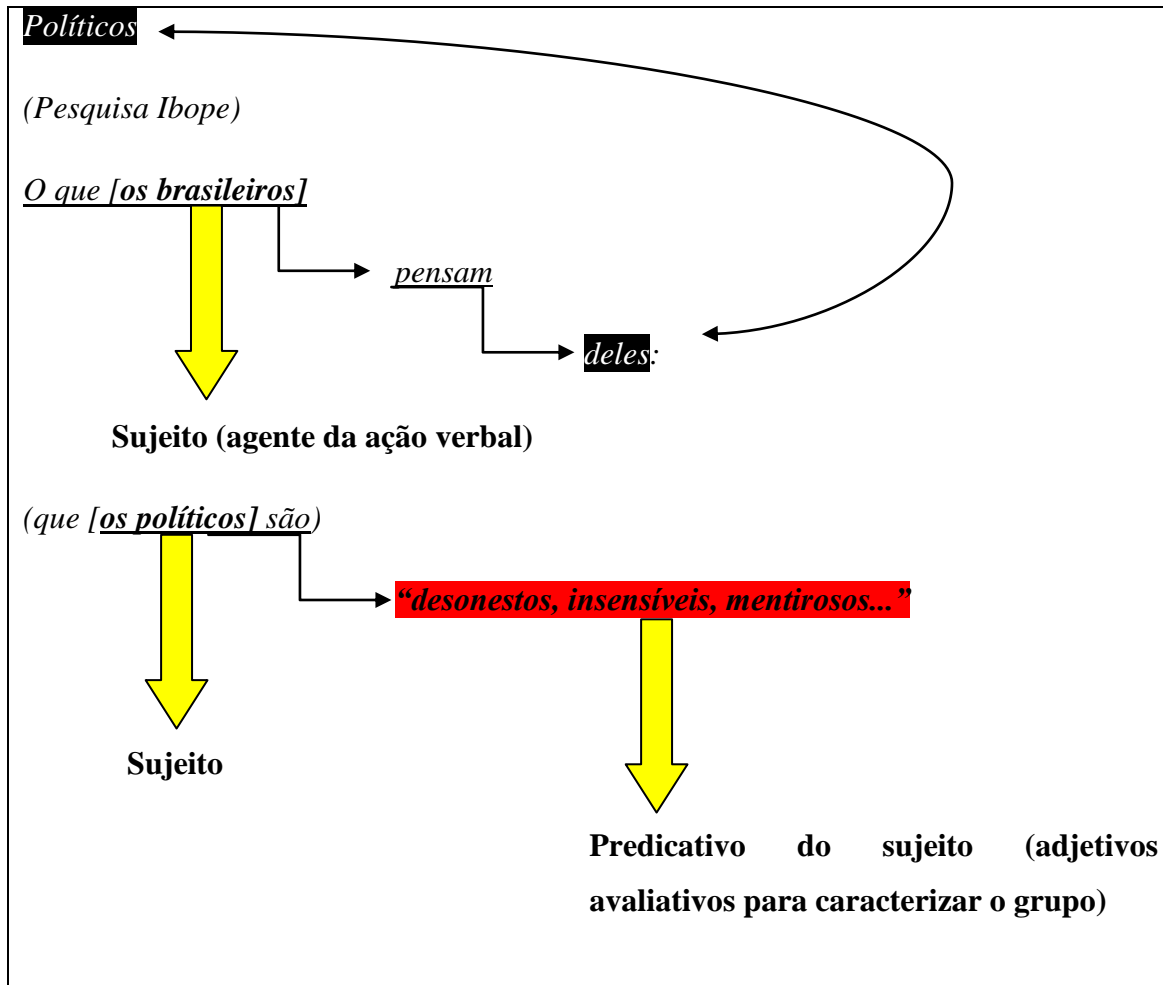
A *avaliação* é a grande reveladora no presente enunciado, porque é por meio dela que se representa o ator social “políticos” utilizando-se os termos avaliativos que designam a análise dos brasileiros: “desonestos, insensíveis, mentirosos...”.

A *determinação* na capa em exame da revista *Veja* pode também ser constatada por meio da utilização da *determinação única*, em função de os “políticos” estarem sendo representados no discurso por meio de uma única prática social: a de líderes governistas.

A *associação* é uma forma de *determinação* que também pode ser encontrada no discurso ora em análise: “o que os brasileiros pensam **deles** (dos políticos)”. “Deles” está associado, portanto, aos “políticos” representados no enunciado.

A *personalização* pode ser vinculada também por meio da *genericização* ou da *especificação*. Na representação em análise, a *genericização* guia a construção de todo o discurso, pois os atores sociais “políticos” são representados de forma genérica, ou seja, eles estão sendo representados enquanto grupo genérico de “políticos”, não havendo, portanto, diferença entre os seus membros. É como se o discurso falasse que os brasileiros pensam que todo político é desonesto, insensível e mentiroso.

Para visualizar a disposição do corpo linguístico e a composição da representação dos atores sociais em questão, elaborei os esquemas articulados a seguir:



Quadro 1 – Corpo linguístico – Revista *Veja* (processos e participantes)

| Categorias de <i>inclusão</i> – Representação de Atores Sociais – Capa 1 – Revista <i>Veja</i> | | | |
|--|-----------------|-----------------|--------------------|
| Ativação | Personalização | | |
| | Determinação | | |
| | Indiferenciação | Categorização | Determinação única |
| | | Funcionalização | Associação |
| | | + | |
| | | Avaliação | |
| | Genericização | | |

Quadro 2 Com base em Van Leeuwen (1997)

É importante destacar ainda as escolhas lexicais do produtor do texto a serem anunciadas pela revista como o resultado da pesquisa ora em destaque²⁶:

- (i) desonestos: que não revela honestidade; contrário à honestidade, ao decoro, ao pudor; indigno;
- (ii) insensíveis: que não tem sensibilidade moral; frio; indiferente;
- (iii) mentirosos: que diz mentiras; falso; impostor;
- (iv) uso das reticências: indicativo de que há outros adjetivos que caracterizam os “políticos”, deixando, portanto, a oração em aberto.

Por meio da análise do corpo linguístico da presente capa, passo agora à análise dos recursos imagéticos utilizados pelo produtor do texto para compor a sua produção, de forma a harmonizar o que a estrutura linguística apresenta com as imagens estampadas na capa.

O corpo linguístico disposto na presente capa configura as seguintes *Funções da Linguagem* propostas por Halliday (1991): sentido experiencial – o/a jornalista apreende a informação/resultado da pesquisa e constrói o seu discurso à sua maneira para divulgá-la; sentido textual – o discurso (contemplado pelas estruturas linguísticas e imagéticas) contempla uma estrutura textual equilibrada e que produz sentido.

2) As imagens – a modalidade imagética

A Teoria da Multimodalidade, criada por Gunther Kress e Van Leeuwen e apresentada no capítulo 2 desta dissertação, diz respeito à ampliação do texto para além do universo verbal, ou seja, da composição de recursos linguísticos anexados a recursos imagéticos surge a geração de significados potenciais. Recursos semióticos são, assim, “as ações e os artefatos que usamos para comunicar” (VAN LEEUWEN, 2005, p. 3).

Na edição da revista *Veja* ora em análise, tem-se estampado na capa um tomate atirado e, conseqüentemente, esmagado. O tomate atirado representa simbolicamente o protesto dos brasileiros contra os seus governantes: os brasileiros estão atirando tomate nos políticos

²⁶ Os significados das palavras foram retirados do aplicativo *Dicionários Mobile*, do Grupo Porto Editora.

porque estão insatisfeitos com o exercício desses parlamentares. Além disso, o tomate atirado na capa representa o desprezo dos eleitores pelos políticos. Na política do mundo inteiro há a prática de arremesso de alimentos ou objetos como sinal de desprezo pelos governantes, seja tortas, ovos, tomates, chinelos etc. O tomate atirado está em harmonia com os adjetivos que estão caracterizando os políticos na capa.

Dessa forma, o corpo linguístico, conjugado com a imagem do tomate atirado na capa, compõe os objetivos do produtor do texto de apresentar o resultado da pesquisa do Ibope e representar os parlamentares brasileiros de forma depreciativa e generalizada.

Quanto às macrofunções da linguagem estipuladas pela Gramática Visual de Kress & Van Leeuwen (1996), tem-se no discurso enunciado, em harmonia com o seu corpo linguístico, as macrofunções ideacional e textual, sendo utilizada a estrutura conceitual do *design* visual, uma vez que os parlamentares são representados em termos da sua significação frente à sociedade brasileira.

A macrofunção textual do *design* visual, como mensagem, pode ser investigada segundo o valor da informação. Na presente capa de revista, a localização da informação dá-se na parte inferior, conferindo o valor de informação “real”, aquilo que há de mais concreto e realista, sendo os elementos visuais dispostos na região central da capa, imprimindo a eles a condição de “núcleo da informação”.

4.1.1.2 A prática discursiva

Quanto à prática discursiva proposta por Fairclough em *Discurso e Mudança Social*, destacarei os itens produção, distribuição, consumo, contexto, coerência e intertextualidade que fazem parte da capa de revista em análise.

O contexto de produção, distribuição e consumo em que se deu a referida edição da revista *Veja* é estipulado pela pesquisa encomendada pela revista. O resultado da pesquisa retrata o que os brasileiros pensavam a respeito dos políticos à época. A Câmara dos Deputados estava em processo para a eleição do novo presidente para a próxima legislatura. Além disso, o Congresso Nacional, no período em questão, estava protagonizando escândalos

de grande repercussão nacional. A capa retrata, portanto, a insatisfação da sociedade em relação ao papel do Parlamento no país quando da sua produção.

A produção da edição em análise deu-se por meio do gênero capa de revista, sendo essa caracterizada pela articulação dos elementos linguísticos e imagéticos de forma a despertar a atenção do leitor/consumidor. Seu consumo é dado pela assinatura mensal da revista ou pela compra da edição.

Em relação à intertextualidade e retomando a perspectiva bakhtiana que afirma que “todos os enunciados são povoados e, na verdade, constituídos por pedaços de enunciados de outros, mais ou menos explícitos ou completos” (*apud* FAIRCLOUGH, 2001, p. 134), tem-se a *intertextualidade manifesta* designada por Fairclough, visto que o texto-resultado da pesquisa está manifestadamente marcado por meio das aspas em “desonestos, insensíveis, mentirosos...”.

Outro processo de intertextualidade observado na veiculação da capa é por meio da imagem do tomate atirado, uma vez que o leitor do enunciado deve realizar um processo que relaciona o tomate atirado a um meio de protestar contra os políticos, de forma que o conjunto das informações componha um todo coerente.

A coerência textual perpassa toda a elaboração da capa de revista. É importante adotar o conceito da noção *inferencial* de coerência estipulado por Marcuschi (2007), em que a produção de coerência é tida como produção de sentido numa atividade conjunta e dada colaborativamente. Ou seja, a apreensão da imagem estampada na capa, da disposição da mensagem respectiva e do seu corpo linguístico é realizada por um processo cognitivo, lógico e pragmático veiculados por atividades inferenciais em que o leitor participa da ação. Dessa forma, leitores/consumidores são parceiros no intercâmbio simbólico desse discurso, pois é por meio da combinação que eles operam das estruturas imagética e linguística que é possível produzir um sentido coerente do enunciado proposto pelo produtor. As imagens e as estruturas linguísticas da presente capa estão em harmonia e conjugados para cumprir o objetivo discursivo do produtor do texto. O tomate atirado na capa revela o que os brasileiros estão pensando a respeito dos políticos, o que é confirmado com os adjetivos selecionados pelo produtor do texto para compor o enunciado.

4.1.1.3 A prática social

A produção da presente capa da revista *Veja* caracteriza o que Thompson (2011) denomina de formas simbólicas, que são os meios através dos quais as ideologias do discurso da revista são perpassadas. Dessa forma, valendo-me da teoria de Thompson sobre ideologia, tendo-se essa como a maneira como o sentido é mobilizado pelas formas simbólicas, é possível observar que todo o discurso da capa é produzido para representar todos os políticos brasileiros depreciativamente, caracterizando-os de forma generalizada. Não há no discurso enunciado nenhuma orientação político-partidária.

4.1.2 Revista *IstoÉ* – Edição nº 2059 – (29/04/2009)



4.1.2.1 Os recursos semióticos

1) O texto – a modalidade linguística

O texto faz uma denúncia à situação por que passa o Congresso Nacional:

“O palácio dos horrores: um festival de escândalos contamina deputados e senadores e leva o Congresso para o fundo do poço moral. O que é preciso para restaurar a credibilidade do parlamento”.

O/a jornalista utilizou-se de recursos linguísticos específicos para provar a sua tese de que o Congresso brasileiro encontra-se “no fundo do poço moral”. São expressões como “o palácio dos horrores” e “fundo do poço moral”, conjugados com as estruturas imagéticas estampadas na capa, que levam o leitor a crer que realmente a situação do Congresso é devastadora, é de “horror”.

Halliday e Hasan (1989) destacam três categorias da representação de práticas sociais: (i) processos; (ii) participantes; e (iii) circunstâncias. Na presente capa, os processos (atividades presentes no discurso) são demonstrados por meio dos verbos: “contaminar”, “levar”, “é” e “restaurar”. Dois verbos dessa seleção são reveladores da intenção do produtor do texto, pois carregam sentidos potencialmente significativos para relacionar os acontecimentos aos participantes dos processos anunciados:

- (i) “contamina”: aquilo que suja, mancha o que é puro ou respeitável;
- (ii) “restaurar” (a credibilidade do Parlamento): restabelecer o que foi denegrado, restituir o que foi desintegrado – tem-se, portanto, o Parlamento com a necessidade de restaurar a sua imagem frente à sociedade brasileira, depreendendo-se, portanto, que ele a perdeu.

Os participantes na capa em exame são compostos por “deputados e senadores”, “Congresso” e “Parlamento”, sendo esses últimos sinônimos e simbolizados por meio dos “deputados e senadores”, membros que compõem essa instituição.

Na presente capa da revista *IstoÉ*, pode-se observar que os atores sociais “deputados e senadores” estão sendo incluídos no discurso (categoria *inclusão*), pois os processos presentes referem-se diretamente a eles. É importante lembrar o conceito de Van Leeuwen (1997) de que não há a necessidade de haver congruência entre os papéis sociais que os atores sociais efetivamente desempenham, com os papéis gramaticais que lhes são atribuídos no discurso (p. 186). Entretanto, a intenção do produtor do texto é fazer crer, por meio da construção do seu discurso, que todos os membros do Parlamento estão envolvidos nos escândalos ora denunciados, incluindo-os, portanto, no processo.

Por meio da *inclusão*, os atores sociais parlamentares estão sendo representados pela subcategoria *passivação*, posto que não são os agentes do processo verbal “contamina” presente no discurso, sendo acometidos, portanto, pelos “escândalos” (mesmo que seja possível inferir do discurso que os parlamentares sejam os desencadeadores dos escândalos, no processo verbal do discurso, eles estão colocados como pacientes, sofrendo a ação do verbo “contaminar”).

A *inclusão* é também manifestada pela *personalização*, denotando o traço humano dos participantes. A ramificação *determinação* dessa categoria configura a identidade do parlamentar brasileiro, especificando-o “deputados e senadores”.

Os parlamentares “deputados e senadores” presentes na capa em análise da revista *IstoÉ* são constituídos por meio da *indiferenciação*, em função de o discurso não diferenciar os deputados e senadores que compõem o Congresso Nacional, o que acarretará na utilização, por parte do produtor, da *categorização*: representação dos atores sociais por meio de funções e identidades compartilhadas com outros, os seja, deputados e senadores compartilham a identidade de parlamentar brasileiro e com isso, são categorizados nesse grupo.

A *categorização*, por sua vez, pode ser realizada pela *funcionalização*, *identificação* ou *avaliação*. Na presente capa, os atores sociais são representados por meio da *funcionalização*: “deputados e senadores” são identificados pelas atividades que realizam, ou seja, pela função parlamentar que eles exercem e compartilham como membros do Parlamento brasileiro e que detêm mandatos públicos, e foram, portanto, eleitos pelo povo.

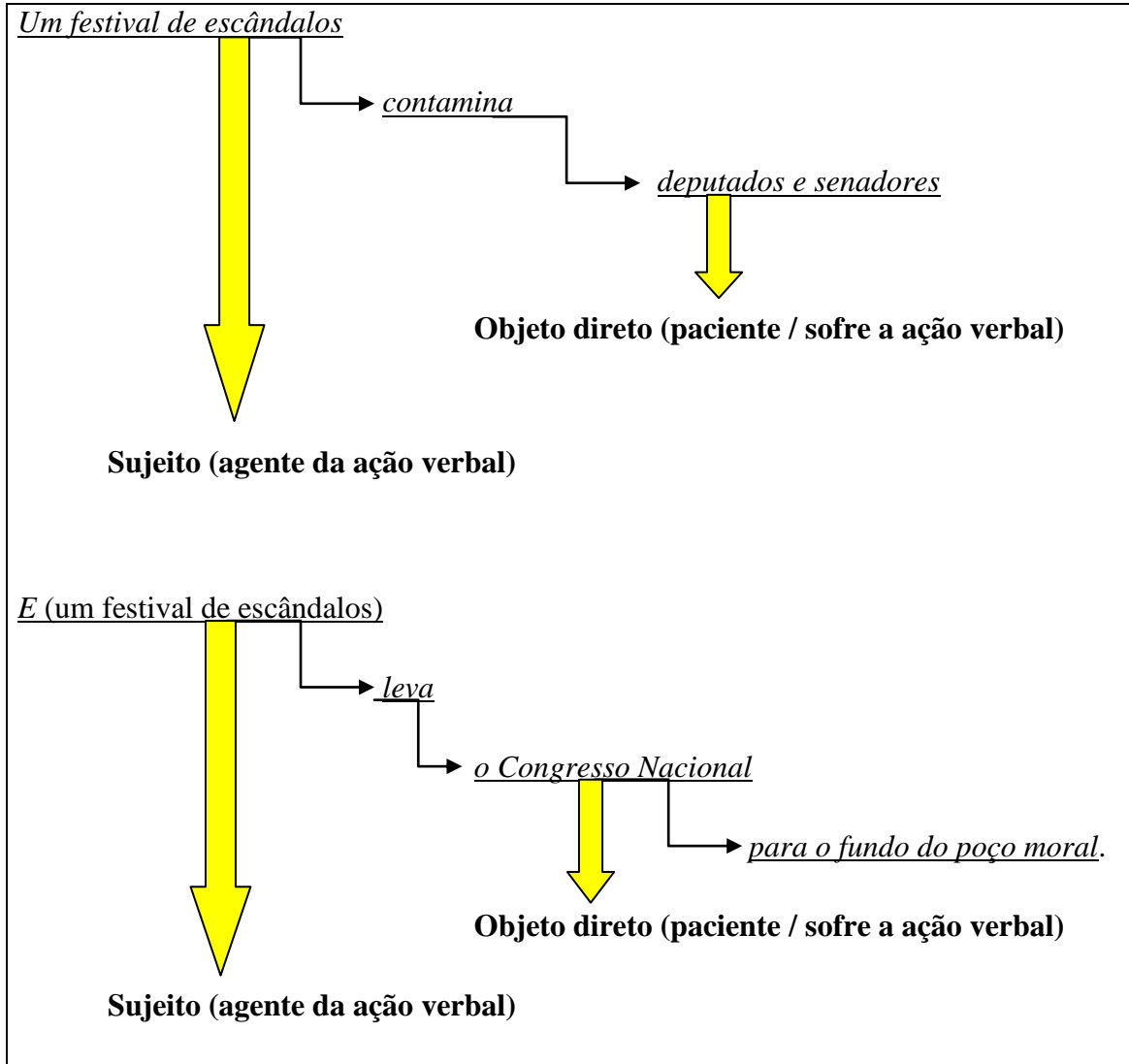
A *determinação* na presente capa de revista pode também ser observada por meio da utilização, pelo produtor do texto, da *determinação única*: os parlamentares incluídos na capa são representados por meio das suas práticas sociais no âmbito das casas legislativas (Câmara

dos Deputados e Senado Federal), ou seja, está presente apenas o exercício dos atores sociais enquanto políticos brasileiros.

A *associação* também é uma forma de *determinação* que se faz presente nessa representação, pois os atores sociais “deputados e senadores” estão sendo retomados conceitualmente por meio dos substantivos “Congresso” e “Parlamento”. Ou seja, “Congresso” e “Parlamento” estão sendo representados com base em seus membros. Falar em Congresso Nacional, no âmbito do presente discurso, é falar sobre os parlamentares que ora estão representados.

Outras formas de manifestar a *personalização* são por meio da *genericização* ou *especificação*. Na presente representação, os atores sociais parlamentares são representados por meio da *genericização*, ou seja, trata-se da representação dos atores enquanto grupo genérico. É possível observar essa categoria pela ausência de artigos definidos no texto e de nomes próprios.

Dessa forma, esquematizarei o corpo linguístico da capa a seguir, bem como as categorias de Van Leeuwen utilizadas na sua produção:



Quadro 3 – Corpo linguístico – Revista IstoÉ (processos e participantes)

| Categorias de inclusão – Representação de Atores Sociais – Capa 2 – Revista IstoÉ | | | |
|---|-----------------|-----------------|--------------------|
| Passivação | Personalização | | |
| | Determinação | | |
| | Indiferenciação | Categorização | Determinação única |
| | | Funcionalização | Associação |
| | Genericização | | |

Quadro 4 Com base em Van Leeuwen (1997)

Para amparar ainda mais a representação dos atores sociais nessa edição da revista *IstoÉ*, é importante destacar também as escolhas lexicais em: “festival”, “escândalos” e “credibilidade”, que integram, em conjunto com os recursos imagéticos da capa, o propósito

do produtor do texto. “Festival” deriva de festa – tudo o que não poderia existir no âmbito de uma Casa que produz leis ao país; o substantivo “escândalos” já carrega o sentido daquilo que fugiu à ordem; e “credibilidade”, aquilo que é crível – o que os parlamentares perderam (de acordo com a capa), o que pode acarretar a perda também da confiança do eleitor brasileiro.

Por meio da análise do corpo linguístico presente na referida capa e que vai ser confirmado também com a conjugação das estruturas imagéticas que serão consideradas no próximo item, pode-se encontrar os sentidos experiencial e textual da linguagem, sentidos esses presentes nas *Funções da Linguagem* propostas por Halliday (1991): o Congresso Nacional está sendo representado por meio da apreensão da realidade da política brasileira realizada por determinado/a jornalista.

2) As imagens – a modalidade imagética

A edição em análise da revista *IstoÉ* é composta por recursos imagéticos expressivos que integram e revelam a intenção do produtor do texto.

Em primeiro lugar, tem-se a presença física do Congresso Nacional: a imagem do Congresso está estampada na capa, designando a instituição de origem dos representados (simbolizando, como já mencionado anteriormente, os deputados e senadores – “Congresso Nacional” é, assim, “participante”). Dessa forma, o participante em foco aqui é o Congresso Nacional, sendo que o *design* visual é classificado segundo a sua estrutura conceitual, posto que a representação do Congresso é feita por meio de sua significação – como um “palácio dos horrores”.

Em segundo lugar, para retificar o conceito do Congresso Nacional como um “palácio dos horrores”, qualificado pelo produtor do texto desde as suas escolhas linguísticas, coloca-se na imagem do Congresso vegetais e rachaduras, a fim de indicar o cenário sombrio do Parlamento brasileiro, demonstrando a ideia de terror e abandono à qual vive a instituição. Além disso, o Congresso com rachaduras pode também significar a quebra ou ruptura simbólica da credibilidade, da solidez, da força e da confiança do Congresso Nacional. Trata-se, portanto, de estruturas imagéticas e composicionais que corroboram para a compreensão do todo denunciado pela capa.

Em terceiro lugar, concebendo a composição completa do Congresso Nacional com os vegetais e as rachaduras, é possível identificar as macrofunções da linguagem verbal – estipuladas pela Gramática Visual de Kress & Van Leeuwen (1996) –, quais sejam: ideacional e textual, no sentido de que a capa representa a situação em que vive o Congresso Nacional à época e transmite o porquê dessa representação (“um festival de escândalos”).

Podendo-se analisar a macrofunção textual do *design* visual segundo o valor da informação, tem-se que as estruturas verbais dispostas à direita da capa da presente revista configuram algo “novo”, o que não é conhecido pelo leitor e para o qual se deve dar mais atenção. O “novo”, aqui, diz respeito à denúncia à qual a matéria faz alusão.

4.1.2.2 A prática discursiva

Na prática discursiva, proposta por Fairclough em *Discurso e Mudança Social*, destacarei a produção, distribuição, consumo, contexto, coerência e intertextualidade que fazem parte da capa de revista em exame.

O contexto da produção, distribuição e consumo em que se deu a Edição nº 2059 da revista *IstoÉ* caracteriza a crise que sofreu o Congresso Nacional no ano de 2009: a “farra das passagens”, “as verbas indenizatórias”, o “nepotismo”, os “apartamentos funcionais” disponibilizados a parlamentares, o “empreguismo” contribuíram para denunciar o desprestígio em que vivia a Casa Legislativa à época. Trata-se, também, da configuração da categoria “circunstâncias” de Halliday e Hasan. Por meio dessas denúncias, a mídia exerce o seu papel de fiscalizadora do exercício legislativo do país, cumprindo, portanto, um importante poder no âmbito da democracia brasileira.

A produção do discurso é dada por meio do gênero capa de revista, sendo que o seu veículo de distribuição é a própria revista *IstoÉ*. Seu consumo é dado, conforme já orientado anteriormente, pela assinatura mensal da revista ou por sua aquisição por edição em bancas de jornal.

A intertextualidade também está presente na elaboração do discurso, que se vale da seleção do título “Palácio dos Horrores”, simbolizando o Congresso por meio de artefatos que remetem a filmes de terror ou indicam o caráter de abandono da instituição. Observa-se,

assim, a *intertextualidade constituída* no discurso. Destaco ainda a posição do intérprete argumentada por Fairclough, uma vez que ele realiza combinações de diversos elementos para produzir um todo coerente, no caso, combinações entre corpo linguístico e apresentação da imagem do Congresso Nacional.

A coerência textual da referida capa da revista *IstoÉ* pode ser detectada na conjugação dos elementos linguísticos com a imagem trabalhada com vegetais e rachaduras do Congresso Nacional. “O palácio dos horrores” é retratado pela configuração da imagem do Congresso Nacional estampada na capa. Assim, há harmonia entre estruturas imagéticas e linguísticas.

4.1.2.3 A prática social

A ideologia presente na mensagem transmitida pela referida capa dá-se no sentido de pressupor a generalização de que todos os parlamentares participavam das regalias denunciadas na matéria. Trata-se, pois, da ideia que se criou na sociedade brasileira de que “todo político é corrupto e desonesto”. As formas simbólicas, tidas como “um amplo espectro de ações e falas, imagens e textos, que são produzidos por sujeitos e reconhecidos por eles como construtos significativos” (THOMPSON, 2011, P. 79), estão sendo construídas e perpetuadas discursivamente pela capa de modo a intensificar e legitimar o estereótipo do político corrupto.

Não existe nenhuma orientação político/partidária na mensagem, uma vez que ela denuncia a prática dos parlamentares (deputados e senadores) em geral.

A metáfora da capa direciona-se no sentido de conceber o Congresso Nacional como um “Palácio dos Horrores” – as estruturas composicionais (vegetais, rachaduras) ajudam a compor a ideia de terror à qual vive o Parlamento brasileiro.

4.1.3 Revista *CartaCapital* – Edição nº 545 (13/05/2009)



4.1.3.1 Os recursos semióticos

1) O texto – a modalidade linguística

O texto da capa constrói uma representação do Congresso Nacional comparando-o a uma ilha fictícia do romance *As viagens de Gulliver*, de Jonathan Swift:

O Congresso de Lilliput

Chafurdado em escândalos, o Parlamento se **apequena**. Cláudio W. Abramo, da *Transparência Brasil*: legislativos **cooptados** e **ineficientes** **são** a regra do País

“Lilliput” é uma ilha fictícia da obra já citada onde a população é composta de pessoas minúsculas (com menos de seis polegadas de altura, cerca de 15 centímetros) chamadas de *lilliputeanos*. Ao anunciar “O Congresso de Lilliput” na capa da revista, o autor objetiva minimizar a figura das duas Casas Legislativas, de modo a reduzi-las ao tamanho físico dos habitantes da ilha em referência. Entretanto, o caráter “pequeno” ou “minúsculo” empregado ao Congresso não é o mesmo empregado aos habitantes de Lilliput: o Congresso Nacional, no discurso, é “pequeno” em relação à sua representação frente à sociedade brasileira, ou seja, “pequeno” no sentido de pouco valor à democracia, o que se justifica pelos escândalos que surgiram do exercício de certos parlamentares.

Quanto às três categorias de Halliday e Hasan, apresentarei a disposição delas no discurso em análise. Os processos, ou seja, as atividades veiculadas no e pelo discurso são materializadas linguisticamente pelos verbos em destaque amarelo “apequena” e “são”. O verbo “apequena” apresenta sentido potencialmente ideológico uma vez que reduz a importância do Parlamento brasileiro. “Apequena” não está, portanto, em sentido estrito de reduzir o tamanho fisicamente, mas sim em sentido conotativo de modo a empregar o Congresso Nacional apresentando a sua condição de pouco valor, de pouco apreciável. “Apequena” é verbo pronominal acompanhado do pronome adaptado ao sujeito da oração (“se”), denotando, portanto, ação própria do sujeito.

Os participantes do discurso são constituídos por “O Congresso de Lilliput”, “o Parlamento” e “legislativos cooptados e ineficientes”. É possível observar que os participantes listados pelo produtor do texto direcionam-se todos ao Congresso Nacional, ou seja, são sinônimos e possuem a mesma representação. Por meio do discurso, apreende-se que tratar a respeito do Parlamento brasileiro significa tratar a respeito dos parlamentares que o compõem. Dessa forma, a instituição Congresso Nacional é retratada por meio de seus membros. O exercício dos parlamentares brasileiros afeta diretamente a imagem que o Parlamento passa à sociedade.

O “Congresso” é veiculado na capa da revista em análise por meio da categoria de Van Leeuwen intitulada *inclusão*. Assim, os atores sociais parlamentares brasileiros, identificados linguisticamente nas duas capas anteriores, são aqui incluídos no discurso por meio da instituição que eles integram.

“Congresso” (parlamentares) é incluído no discurso utilizando-se a *ativação*: é o “Congresso”, manifestado também por seus sinônimos, que realiza as atividades no discurso. Na agência em “legislativos cooptados e ineficientes”, a seleção lexical dos adjetivos “cooptados” e “ineficientes” é criteriosamente realizada para expor o que o autor Claudio W. Abramo pensa a respeito do Poder Legislativo no nosso país, que julgo se tratar de um artigo (não pude ter acesso à reportagem principal anunciada na capa, uma vez que não está disponível no banco de dados do *site* da revista *CartaCapital*).

Da *ativação*, passa-se à *personalização*: apesar de o “Congresso” remeter-se à instituição do Poder Legislativo brasileiro, no discurso ele está sendo representado por meio do exercício dos membros que o compõem, ou seja, são os atores sociais parlamentares que são simbolizados pelo participante manifestado linguisticamente. Assim, falar em “Congresso” significa falar nos atores sociais parlamentares brasileiros, caracterizando a humanização da referida instituição.

A *personalização* do “Congresso” (parlamentares) é empregada pela sua ramificação *determinação*: os parlamentares são representados pela suas identidades enquanto membros do Congresso Nacional.

Dos pares que subdividem a *determinação*, a saber, *diferenciação X indiferenciação* e *nomeação X categorização*, o produtor do texto vale-se da *indiferenciação* para representar os parlamentares (“Congresso”), em função de não diferenciar os membros que compõem o Parlamento, apesar de determiná-los enquanto identidade parlamentar. A *categorização* também é manifestada na presente representação, uma vez que os atores sociais parlamentares são representados por meio das identidades que compartilham entre si, ou seja, por meio da identidade de político brasileiro.

A *categorização*, por sua vez, pode ser materializada pela *funcionalização*, *identificação* e *avaliação*. Na presente capa, os atores sociais parlamentares são representados por meio da *funcionalização* – parlamentares são identificados pela atividade que realizam – e

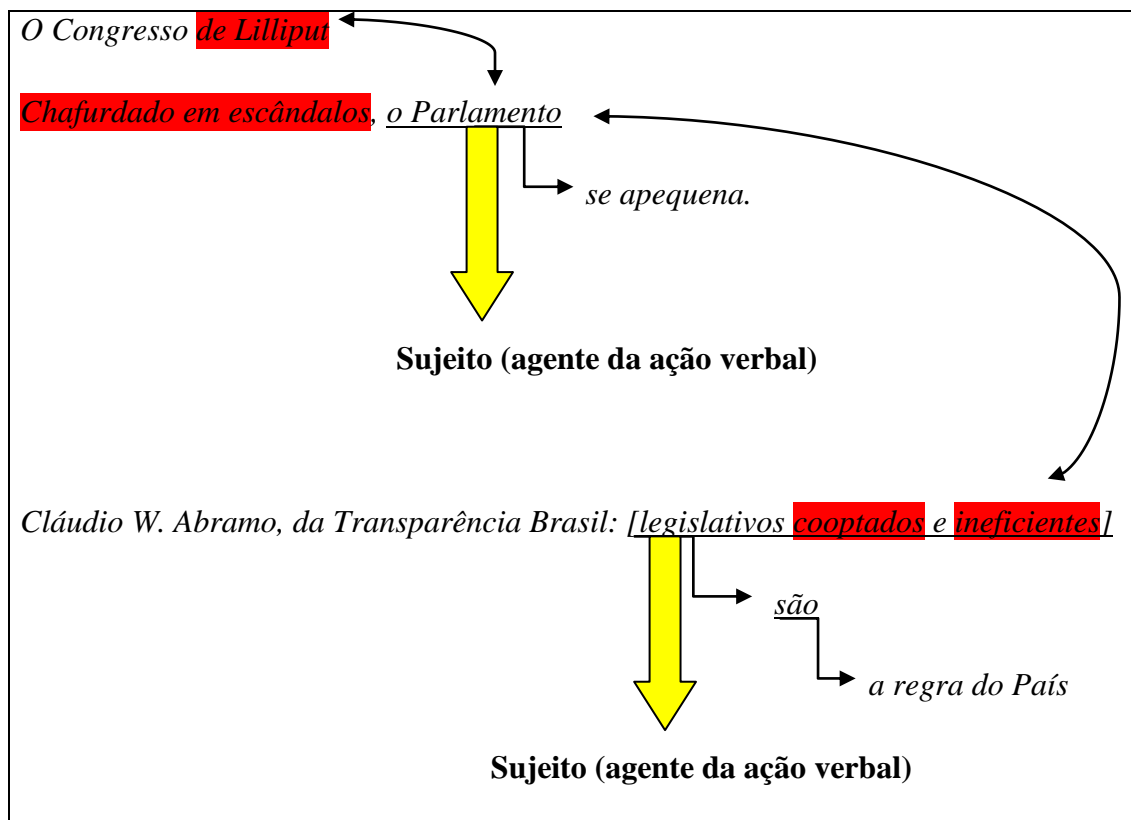
da *avaliação* – o adjunto adnominal “de Lilliput” caracteriza o “Congresso” com valor depreciativo, corroborado pelos adjetivos “cooptados” e “ineficientes”.

A *determinação* na presente representação é veiculada por meio da *determinação única*: há apenas a prática social de parlamentar representada no discurso, ou seja, os parlamentares são representados apenas por meio de uma prática social: enquanto representantes do povo brasileiro.

Além da *determinação única*, a *determinação* realiza-se por meio da *associação*: “O Congresso de Lilliput” associa-se a “o Parlamento”, que também se associa a “legislativos cooptados e ineficientes”. Dessa forma, os três participantes remetem aos mesmos atores sociais parlamentares brasileiros.

Ainda em relação à *personalização*, esta é vinculada com o uso da *genericização*, pois representa o “Congresso” (parlamentares) de forma genérica, ou seja, enquanto membros que compõem uma mesma instituição. Apesar da presença dos artigos definidos em “O Congresso de Lilliput” e “o Parlamento”, esses definem apenas o órgão que constitui o Poder Legislativo no país, não definindo/diferenciando os seus integrantes.

A seguir, apresento o esquema do corpo linguístico da capa em exame da revista *CartaCapital*, bem como as categorias utilizadas pelo produtor do texto para a representação dos atores sociais parlamentares:



Quadro 5 – Corpo linguístico – Revista *CartaCapital* (processos e participantes)

| Categorias de <i>inclusão</i> (Representação de Atores Sociais – Capa 3 – Revista <i>CartaCapital</i>) | | | | |
|---|-----------------|-----------------------------------|--------------------|------------|
| Ativação | Personalização | | | |
| | Determinação | | | |
| | Indiferenciação | Categorização | Determinação única | Associação |
| | | Funcionalização + Avaliação | | |
| | Genericização | | | |

Quadro 6 Com base em Van Leeuwen (1997)

É importante destacar ainda a seleção lexical presente em “chafurdado em escândalos”. “Chafurdado” significa dizer que o Congresso está atolado em escândalos, afundado/mergulhado em denúncias que deterioram a imagem dos membros que o compõem. Dessa forma, a escolha desse item lexical é pesadamente realizada, uma vez que denota o estado por que passa o Congresso Nacional à época, e conseqüentemente, a condição dos seus representantes em sua totalidade.

Passando agora à análise dos recursos imagéticos que compõem a referida capa de revista, será possível constatar que ambas – estruturas linguísticas e imagéticas – combinadas entre si, trabalham juntas para alcançar o sentido pretendido pelo discurso.

2) As imagens – a modalidade imagética

Os recursos imagéticos presentes na capa em exame configuram e estão em harmonia com o que o corpo linguístico anuncia: apresenta-se a imagem do Congresso Nacional com uma lupa, **ou seja, a instituição está tão pequena que é preciso o uso do referido instrumento para enxergá-la.**

Entretanto, apesar de a capa exibir a “pequenez” do Congresso Nacional em aspectos gráficos, ou seja, o Congresso Nacional sendo apresentado fisicamente em pequeno porte, por meio do texto constata-se que o caráter “pequeno” que o produtor do texto imprime ao Parlamento diz respeito à condição de pouco valor da instituição legislativa. Os diversos escândalos provindos do exercício de alguns parlamentares ocasionaram a redução em termos de valores do Poder Legislativo. De “tão pequeno” valorativamente falando, é preciso um instrumento como a lupa para enxergar o Congresso.

A composição do Congresso Nacional pode ser explicada, portanto, por meio das três macrofunções da linguagem estipuladas por Van Leeuwen e com base em Halliday: (i) *ideacional*: o produtor do texto, por meio da sua apreensão da realidade contextual por que passava o Parlamento brasileiro à época, representa-o à sua forma e ao estilo da instituição que o emprega; (ii) *interpessoal*: ao mesmo tempo em que o produtor do discurso representa a realidade apreendida, ele seleciona itens lexicais como “de Lilliput”, que requerem a interação com o leitor da mensagem, de modo que, se o leitor não tiver o conhecimento prévio do que significa a expressão, ele não realizará as conexões cognitivas necessárias para compor um sentido coerente entre o título da capa, seu respectivo corpo linguístico e a imagem estampada do Congresso Nacional; a língua configura-se, assim, como um modo de agir; e (iii) *textual*: o corpo linguístico da capa, conjugado com a estrutura imagética do Congresso Nacional, compõe uma estrutura textual.

Quanto ao *design* visual da capa argumentado por Kress & Van Leeuwen em sua teoria, esse pode ser considerado em relação às suas estruturas conceituais, ou seja, os participantes não desempenham ações no discurso, mas são representados em termos de classe, significação, estrutura (traços e características essenciais). No caso da presente capa, o Congresso Nacional, bem como os seus participantes – atores sociais parlamentares brasileiros – são representados em termos de sua significação perante a sociedade; o Congresso “de Lilliput” denota traços semanticamente essenciais para caracterizar o Parlamento.

A macrofunção textual do *design* visual como mensagem pode ser identificada por meio do valor da informação: a localização da informação dá-se entre a parte superior da capa e a parte central. A localização na parte superior designa o valor de informação “ideal”, aquilo a que se aspira. Entretanto, não julgo ser coerente essa significação quando observamos os demais elementos visuais presentes na capa em análise. A localização na parte central da capa destina-se a conferir à informação a condição de “núcleo da informação”; essa sim é coerente quando se observa o todo.

4.1.3.2 A prática discursiva

A produção, distribuição e consumo – que coincidem com as *circunstâncias* de Halliday – em que se deram a edição em análise da revista *CartaCapital* advém da época dos escândalos envolvendo deputados e senadores com a utilização desenfreada de bilhetes aéreos pagos pelo Parlamento (de acordo com informações divulgadas pela reportagem que a capa anuncia). Além de remeter-se aos escândalos como uma forma de diminuir o valor moral do Congresso, o produtor do texto define – por meio do adjetivo “cooptados” – como está se dando o exercício do Legislativo. Segundo a reportagem, há uma relação “servil” do Parlamento para com o Executivo, uma vez que esse vem editando medidas provisórias em excesso e, conseqüentemente, mantendo projetos em torno dos seus interesses no âmbito das Casas Legislativas²⁷.

²⁷ Informações retiradas de *sites* e *blogs* que foram pesquisados no Google:

<http://www.secom.unb.br/unbclipping2/cpmod.php?id=31576>.

<http://blogdokayser.blogspot.com.br/2009/05/lilliput-e-aqui.html>; <http://ronaldonezo.com/2009/05/11/>

Dessa forma, com os fatos denunciados pela mídia a respeito dos escândalos de bilhetes aéreos advindos de determinados parlamentares, somados à relação subalterna do Parlamento diante do Executivo, o produtor do texto constrói o seu discurso de forma a comprovar que, ante as razões expostas, o Congresso vivencia um processo de apequenamento moral.

Para tanto, o produtor do texto vincula o enunciado por meio do gênero capa de revista, em que as estruturais linguísticas e imagéticas são “pesadamente” construídas, no sentido de apresentar uma imagem generalizada dos parlamentares que compunham o Parlamento brasileiro à época. O consumo do referido gênero é dado por meio da assinatura mensal da revista ou pela aquisição do seu exemplar.

Ainda, no discurso, é possível detectar a presença da intertextualidade *manifesta* em dois itens. No primeiro, trata-se da presença marcadamente simbolizada por “Lilliput”, uma vez que traz ao texto um nome presente no romance de Jonathan Swift. No segundo, a intertextualidade *manifesta* refere-se à opinião do diretor da ONG Transparência Brasil, que revela a sua avaliação a respeito do Congresso Nacional em “legislativos cooptados e ineficientes são a regra do País”. O produtor retoma, portanto, outro texto para construir o seu discurso.

A coerência textual está presente na referida edição por meio da conjugação das imagens com o seu corpo linguístico: o Congresso estampado em pequena estatura, sendo necessário o uso da lupa para enxergá-lo, vai ao encontro do que o produtor intitula de “O Congresso de Lilliput”. Ainda, a escolha do verbo “apequena” serve para reforçar ainda mais o estatuto “pequeno” a que se reduzia o Parlamento à época (sempre de acordo com os dados contidos na capa).

4.1.3.3 A prática social

Na capa em exame, os sentidos são significativamente/expressivamente construídos e mobilizados pelas formas simbólicas a fim de sustentar a ideologia pretendida pelo produtor, bem como pela instituição que o emprega, de representar depreciativamente o Parlamento brasileiro, e conseqüentemente os deputados e senadores que compõem a instituição.

Ainda, é pertinente destacar o papel da metáfora em “O Congresso de Lilliput”. A essência da metáfora é compreender algo em termos de outro. Ou seja, o produtor do texto está compreendendo o Parlamento brasileiro em termos de uma ilha fictícia da obra *As Viagens de Gulliver*, onde as pessoas são pequenas em se tratando de baixas estaturas. Entretanto, ao mesmo tempo em que o produtor resgata uma noção de “pequeno” para caracterizar a instituição, ele reformula o conceito empregando-o metaforicamente para significar “pequeno” em traços que delineiam a condição de pouco valor do Parlamento.

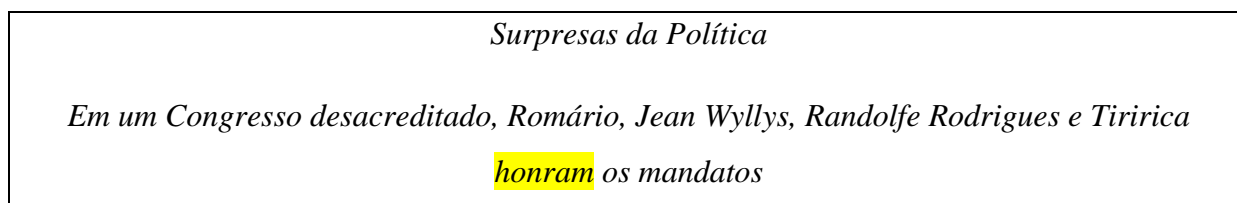
4.1.4 Revista *CartaCapital* – Edição nº 744 (15/04/2013)



4.1.4.1 Os recursos semióticos

1) O texto – a modalidade linguística

A capa anuncia o exercício das atividades de quatro parlamentares eleitos em 2010:



O discurso apresenta o exercício dos que, na presente dissertação, denomino de “parlamentares-celebridades”. “Parlamentares-celebridades” foi uma expressão cunhada pela mídia para representar os políticos que se tornaram figuras públicas por meio de práticas sociais anteriores às suas respectivas eleições. O advento de candidatos-celebridades vem aumentando no país ao longo dos últimos anos, em razão de configurarem-se como puxadores de voto para as siglas partidárias, o que provém do nosso sistema eleitoral baseado na aplicação dos quocientes eleitoral e partidário. Dessa forma, lançar candidatos-celebridades é uma ferramenta partidária para eleger mais representantes.

Assim, é possível observar o lançamento de candidaturas que incluem jogadores de futebol, apresentadores de TV, cantores, artistas, dançarinos etc. para cargos do Executivo e Legislativo, tanto na esfera federal quanto nas esferas municipal, estadual e distrital.

A exemplo do fenômeno acima caracterizado, tem-se os deputados Romário, Jean Wyllys e Tiririca, todos eleitos em 2010. O senador Randolfe Rodrigues também integra essa comitiva representada na capa da edição em análise, mas não o classificarei como parlamentar-celebridade por entender que ele se diferencia dos demais por ter se tornado conhecido em razão das suas atividades enquanto político.

Romário, conhecido como “baixinho”, é ex-jogador de futebol, foi campeão mundial em 1994 e, no mesmo ano, foi eleito o melhor jogador do mundo. Entrou para a política em 2009, filiando-se ao PSB (Partido Social Brasileiro). Em 2010, foi eleito deputado federal

pelo Rio de Janeiro com mais de 146 mil votos. Suas principais bandeiras políticas dão-se a respeito de: direitos das pessoas com necessidades especiais e com doenças raras, combate às drogas e organização da Copa das Confederações e Copa do Mundo no Brasil²⁸.

Jean Wyllys tornou-se nacionalmente popular após ganhar uma edição do *reality show Big Brother Brasil*, da Rede Globo, em 2005. Foi eleito pelo PSOL do Rio de Janeiro em 2010 com aproximadamente 13 mil votos – votação baixa, conseguindo uma vaga na Câmara Federal em razão do número elevado de votos que teve o seu companheiro de partido, deputado Chico Alencar. As bandeiras políticas do deputado são: pauta LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Transgêneros), direitos humanos e liberdades individuais, envolvendo os direitos dos povos indígenas, educação para diversidade, enfrentamento ao racismo e ao estigma de pessoas com doenças raras²⁹.

Tiririca³⁰ ficou conhecido pela sua atuação como cantor, compositor, humorista e palhaço. Em 2010, foi eleito com aproximadamente 1,3 milhão de votos pelo PR (Partido da República) de São Paulo, sendo o segundo deputado mais votado em toda a história do Brasil, atrás apenas de Enéas Carneiro. Sua principal bandeira dá-se a respeito da comunidade circense.

Randolfe Rodrigues³¹ é senador da república pelo PSOL; foi o senador mais jovem do Brasil à época de sua eleição e o mais votado na história do Amapá, com cerca de 203 mil votos. Foi deputado estadual por dois mandatos consecutivos. É professor e historiador. Tornou-se conhecido por ser um dos mais atuantes parlamentares do Congresso Nacional. Apesar de integrar o grupo anunciado no discurso da capa ora em análise, compreendo que o senador Randolfe Rodrigues não possui o mesmo perfil dos demais, em razão de ter se tornado conhecido por meio do exercício da sua vida pública enquanto político, e não em função de outras práticas sociais (como Romário, Jean Wyllys e Tiririca).

Focando-se ao texto da capa e em relação às categorias de Halliday (*processos, participantes e circunstâncias*), destaca-se no enunciado a presença da atividade denotada pelo verbo “honram”. “Honrar” remete a qualidades morais entre as quais se salientam a

²⁸ Informações fornecidas pela assessoria do deputado Romário na Câmara Federal

²⁹ Informações fornecidas pela assessoria do deputado Jean Wyllys na Câmara Federal

³⁰ Disponível em [http://pt.wikipedia.org/wiki/Tiririca_\(artista\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Tiririca_(artista)). Acesso em 24/04/2014

³¹ Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Randolfe_Rodrigues. Acesso em 24/04/2014

honestidade, ou seja, os parlamentares em questão estão honrando os seus mandatos na medida em que o exercem com verdade, seriedade, probidade. O verbo leva para a ideia de que os referidos parlamentares estão exercendo bons mandatos no Congresso Nacional.

Quanto aos participantes, esses são representados pelos agentes da ação verbal, quais sejam: Romário, Jean Wyllys, Tiririca e Randolfe Rodrigues. Os referidos atores sociais são, portanto, representados pela categoria *inclusão*, de modo a expor a público como está se dando as suas atividades parlamentares.

No enunciado, a *inclusão* é manifestada pela categoria *ativação*, uma vez que os parlamentares nominados são os agentes da ação verbal “honram”. Dessa forma, o sujeito da oração é composto e constituído pelos núcleos dos nomes próprios dos parlamentares, que estão, portanto, linguisticamente manifestados como atores do processo.

Pela *inclusão*, o produtor do texto utiliza a *personalização*, categoria que denota a humanização dos atores sociais representados. Assim, quatro parlamentares são nominalmente incluídos no discurso.

Partindo-se para as subcategorias da *personalização*, passa-se à realização da *determinação*: as identidades dos parlamentares representados na capa são reveladas por meio do uso dos seus nomes próprios. A *determinação* possui várias ramificações, iniciando-se pela *diferenciação* dos atores sociais representados, visto que os atores sociais presentes no discurso são diferenciados uns dos outros pontualmente por meio da *nomeação*. Dessa forma, os atores sociais são representados pela categoria *nomeação*: os parlamentares Romário, Jean Wyllys, Randolfe Rodrigues e Tiririca são representados pelas suas identidades individuais, únicas.

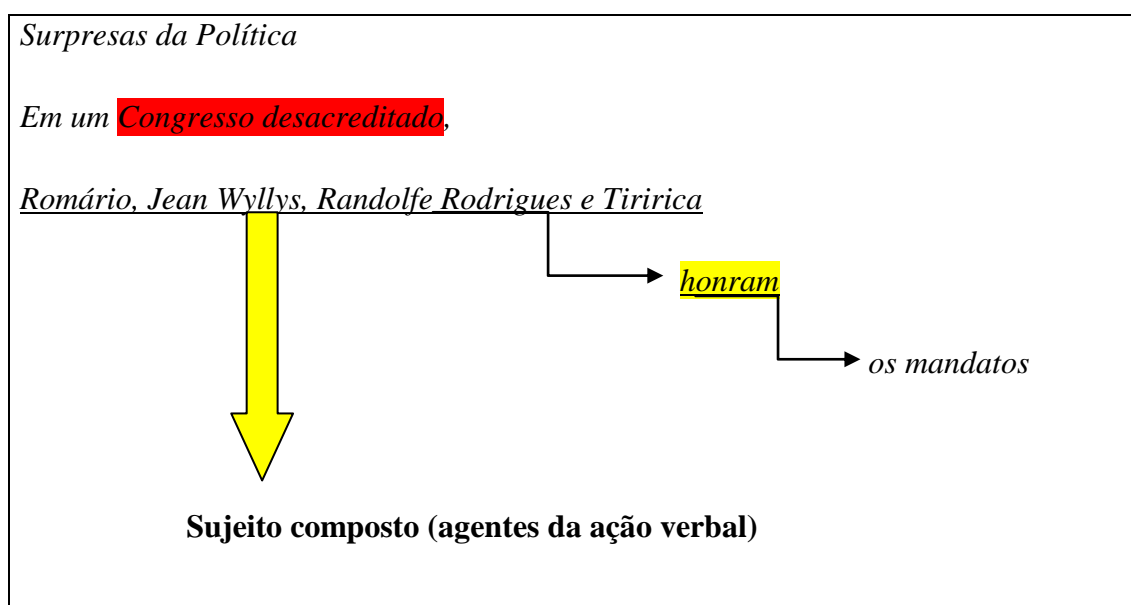
Apesar de os parlamentares em destaque estarem sendo representados pela *nomeação*, é possível apreender do discurso identidades e funções que eles compartilham entre si. A *categorização*, dessa forma e nesse contexto, não pode ser eliminada totalmente, pois os atores têm em comum a identidade parlamentar, bem como o perfil social de celebridade (excetuando-se o senador Randolfe Rodrigues). Assim, ao mesmo tempo em que o produtor do texto vale-se da *nomeação* para representar os atores sociais, ele utiliza também a *categorização* para agrupá-lo quanto às suas práticas sociais.

A *categorização* no discurso é manifestada, assim, pela *funcionalização*. Os parlamentares que constituem a capa de revista em questão são identificados por meio das atividades que exercem enquanto parlamentares e enquanto figuras conhecidas popularmente.

Dessa forma, o produtor do texto emprega a *sobredeterminação*. É possível verificar que os parlamentares em destaque estão sendo representados em função de duas práticas sociais distintas: (i) parlamentar brasileiro e (ii) celebridade.

Outro modo de identificar o uso da *personalização* na presente capa é por meio da subcategoria *especificação*, que se contrapõe à *genericização*. A *especificação* representa os atores sociais como sujeitos individuais ou grupos plenamente identificáveis, por meio da *individualização* e da *assimilação*. No discurso em análise, há a *individualização*, porque os nomes dos parlamentares estão linguisticamente manifestados no enunciado.

A seguir, apresento o esquema do corpo linguístico da capa em exame da revista *CartaCapital*, bem como as categorias utilizadas pelo produtor do texto para representar os parlamentares Romário, Jean Wyllys, Randolfe Rodrigues e Tiririca:



Quadro 7 – Corpo linguístico – Revista CartaCapital (processos e participantes)

| Categorias de <i>inclusão</i> (Representação de Atores Sociais – Capa 4 – Revista <i>CartaCapital</i>) | | |
|---|--------------------------------|-------------------|
| Ativação | Personalização | |
| | Determinação | |
| Diferenciação | Nomeação + Categorização | Sobredeterminação |
| | Funcionalização | |
| | Especificação | |
| | Individualização | |

Quadro 8 Com base em Van Leeuwen (1997)

Para contrapor a imagem positiva dos parlamentares relacionados na presente capa em análise da revista *CartaCapital*, o produtor do texto constrói a imagem do Congresso Nacional de modo geral como “Congresso desacretidado”. A presença dos parlamentares como cumpridores de sua função política reforça a imagem de um Congresso “falido” institucionalmente. Dessa forma, o produtor do texto coloca a figura do Parlamento brasileiro como uma instituição que perdeu o crédito ou a reputação com a sociedade, causando surpresa na sociedade, portanto, a atuação dos parlamentares listados. Com isso, a seleção lexical em “surpresas” e “honram” remetem a avaliações positivas em relação aos exercícios dos referidos políticos.

2) As imagens – a modalidade imagética

Os recursos imagéticos, mais uma vez, irão confirmar e harmonizar-se com o que o corpo linguístico da capa em análise está anunciando. Essa é a capa do *corpus* que apresenta um maior número de itens semióticos.

Em primeiro lugar, os parlamentares relacionados nas estruturas linguísticas, além de serem nominalmente representados, possuem as suas respectivas imagens estampadas na capa por meio de caricaturas. Caricatura³² é um desenho de personagens da vida real, exagerando

³² Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Caricatura>. Acesso em 24/04/2014

as características da pessoa de uma forma humorística. As caricaturas que definem cada parlamentar são os recursos semióticos utilizados pelos produtores do texto para dar humor e representatividade individual aos políticos em questão. Destaca-se na capa que Romário e Tiririca estão olhando para trás, o que sugere, no discurso, certo distanciamento desses parlamentares em relação aos demais que compõem o Congresso Nacional, de forma a diferenciá-los (Romário e Tiririca) positivamente em relação aos outros.

Em segundo lugar, no plano intermediário, encontram-se desenhos que reproduzem a imagem de ratos. Pelas estruturas lexicais do corpo linguístico e pelo contexto situacional, é possível apreender que se trata dos outros políticos que compõem o Congresso Nacional. Assim, os parlamentares no geral estão sendo representados como ratos, o que simboliza políticos que roubam e são protagonistas de escândalos e corrupção, ratificando a imagem do Congresso como instituição em decadência. Romário, Jean Wyllys, Randolfe Rodrigues e Tiririca não fazem parte desse grupo (de acordo com a capa em análise), por isso estão estampados no primeiro plano da capa. Romário e Tiririca, inclusive, estão olhando para os ratos (distanciamento), o que os exime de fazer parte dessa totalidade.

Em terceiro lugar, tem-se a imagem ao fundo do Congresso Nacional, designando, portanto, a instituição a que pertencem os “políticos ratos” e os parlamentares-celebridades ora listados. Convém salientar que os parlamentares-celebridades estão distantes do Parlamento, retratando, assim, que eles são a surpresa do momento porque suas atuações enquanto parlamentares estão surpreendendo positivamente a sociedade.

A capa representa, assim, os políticos de modo geral como ratos e os parlamentares-celebridades, ora listados, como as surpresas positivas da política.

As imagens presentes na capa podem ser analisadas de acordo com as macrofunções da linguagem verbal: ideacional – o produtor do texto apreende as atuações dos políticos listados e as representa (ressaltando ainda que existe uma instituição por detrás que também interfere na produção); textual – as imagens apresentam um equilíbrio semântico para a produção de um sentido coerente para a informação.

O *design* visual da capa apresenta as duas estruturas propostas por Van Leeuwen (1996), a saber: *narrativa* e *conceitual*. A narrativa está presente nas ações delimitadas pelas imagens, como os deputados Romário e Tiririca olhando para os ratos no plano intermediário e para o Congresso ao fundo. Já a conceitual materializa-se por meio dos desenhos dos ratos:

os outros parlamentares do Congresso são, dessa forma, representados em termos de sua significação, ou insignificação em termos do papel social que deveriam cumprir.

Já a macrofunção textual do *design* visual, segundo o valor da informação, estando essa posicionada à esquerda da capa, denota que os elementos são tidos como “dado”, ou seja, a informação já é conhecida pelo leitor.

4.1.4.2 A prática discursiva

A produção, distribuição, consumo e contexto em que se deram a referida Edição nº 744 da revista *CartaCapital* ocorreram após dois anos das eleições dos parlamentares nomeados na manchete de capa. A matéria principal destaca a desconfiança que se depositava nos respectivos atores sociais enquanto políticos. Entretanto, de acordo com a matéria no interior da revista, os referidos parlamentares surpreenderam no exercício dos seus mandatos, sendo caracterizados como “assíduos, atuantes e corajosos no Congresso Nacional”. Tem-se, portanto, uma avaliação feita por membros que compõem a edição da *CartaCapital* a respeito de como está se dando os mandatos dos quatro parlamentares nomeados.

O gênero capa de revista caracteriza e veicula, portanto, a opinião da *CartaCapital* em relação às atuações dos quatro parlamentares. Avaliando-os, a revista consequentemente os compara aos outros membros do Congresso, sendo esses representados por ratos (imagem) e sem credibilidade (“Congresso desacreditado”).

A intertextualidade encontrada na capa realiza-se por meio da imagem de ratos ao fundo. Dessa forma, o produtor do texto traz a seu discurso uma comparação usualmente realizada na sociedade de políticos brasileiros como ratos, ou seja, políticos que roubam. Trata-se, portanto, da intertextualidade *constitutiva*, proposta por Fairclough (2001): convenções discursivas são introduzidas na produção do texto.

Já a coerência textual no discurso veiculada pela referida capa é manifestada pela conjugação dos elementos linguísticos e imagéticos que compõem a edição: os parlamentares-celebridades localizados à frente e fisicamente distantes dos “ratos” e do Congresso Nacional configuram o caráter distinto dos seus mandatos, surpreendendo, portanto, positivamente as suas atuações no Parlamento.

4.1.4.3 A prática social

Apesar de a referida edição da revista *CartaCapital* apresentar dois nomes de políticos brasileiros filiados ao PSOL (Jean Wyllys e Randolfe Rodrigues), não há no discurso em análise qualquer orientação político/partidária. A ideologia que perpassa a elaboração das formas simbólicas a serem transmitidas pela capa dá-se no sentido de conceber os parlamentares do Congresso Nacional, excetuando-se os quatro nominados no discurso, como sem credibilidade e representados simbolicamente como ratos.

Dessa forma, o enunciado concebe os atores sociais Romário, Jean Wyllys, Randolfe Rodrigues e Tiririca como os parlamentares que estão “salvando” a credibilidade do Parlamento brasileiro, e, conseqüentemente, a sua imagem (do Parlamento) perante a sociedade. A partir do momento em que o produtor do texto escolhe representar o Congresso Nacional como um “Congresso desacreditado”, ele opta por colocar todos os demais parlamentares como não dignos da credibilidade da sociedade (generalização).

A metáfora que configura essa representação depreciativa dos outros parlamentares é materializada pela imagem de ratos que está presente no plano intermediário da capa em exame. Assim, os demais políticos que compõem o Congresso são compreendidos em termos de aspectos que caracterizam os ratos (remetendo-se, dessa forma, à façanha de roubar queijos; no caso dos políticos, seria à façanha de roubar dinheiro público).

4.2 Os dados comparados

Em todas as quatro capas selecionadas para o *corpus* do presente estudo, configuram-se formas simbólicas que detêm significados a serem perpassados pelo discurso. Dessa forma, o caráter significativo das formas simbólicas dá-se pelos cinco aspectos propostos por Thompson (2011), a saber: aspecto *intencional*, aspecto *convencional*, aspecto *estrutural*, aspecto *referencial* e aspecto *contextual*. É possível apreender dos discursos veiculados pelas capas de revistas que estas expressam a intenção dos produtores dos textos ao representar de determinada maneira o ator social político brasileiro (*intencional*); o aspecto *convencional* manifesta-se por meio do vocabulário, alfabeto e códigos que constroem os discursos das capas; o aspecto *estrutural* remete à organização – padrões do sistema linguístico – que

compõe as capas, remetendo-se também ao gênero capa de revista; todas as quatro capas representam o ator social político brasileiro, referindo-se a ele de certos modos, dependendo das intenções dos produtores do texto (*referencial*); o aspecto *contextual* é constatado por meio dos processos socialmente estruturados em que as capas são geradas.

Por meio das análises pontuais das capas de revista selecionadas para o *corpus* desta pesquisa, é possível verificar que, em todas as capas, a categoria *inclusão*, de Van Leeuwen, foi utilizada para representar os parlamentares discursivamente. Os atores sociais parlamentares brasileiros foram, portanto, o objeto de representação escolhido pelo produtor do texto para proferir e perpetuar o seu discurso.

Da *inclusão*, passa-se à observação da *ativação* e da *passivação* nas construções discursivas. Três capas apresentaram os atores sociais representados pela *ativação*, sendo os agentes dos processos verbais que caracterizam os respectivos enunciados, assumindo, portanto, “responsabilidade” na agência verbal. Uma capa (a revista *IstoÉ*) apresenta os atores sociais pela *passivação*: os atores sociais “deputados e senadores” e “Congresso Nacional” sofrem a ação verbal de “contamina” e “leva”. Nesse caso, o produtor do texto quis enfatizar o sujeito/agente da oração “um festival de escândalos”. Entretanto, ao mesmo tempo em que ele enfatiza o agente, é possível apreender do contexto social que a origem do festival de escândalos encontra-se nos próprios exercícios dos parlamentares representados. Assim, mesmo que eles não se configurem como agentes da ação verbal, eles são a origem dela.

Os atores sociais políticos brasileiros foram representados em todas as capas por meio da *personalização* e *determinação*. A *determinação* especifica qual é o grupo que está sendo representado pelo discurso: as capas representam os parlamentares enquanto deputados e senadores que compõem o Parlamento brasileiro.

Nas três primeiras capas, a *determinação* é realizada por meio da *indiferenciação*, *categorização*, *determinação única* e *associação*. Assim, os parlamentares, nessas capas, são representados sem distinção, sendo categorizados por meio da função que exercem enquanto políticos, sendo que na primeira e terceira capas a subcategoria *avaliação* pode ser constatada por meio das seleções lexicais utilizadas para caracterizar o Parlamento brasileiro.

A *genericização* perpassa as três primeiras capas do *corpus*. Por fim, constato, pautada na análise das três primeiras capas de revista desta dissertação, que, ao representar o político brasileiro enquanto grupo social que compõe o Congresso Nacional, os produtores dos textos

se valem das categorias mencionadas para generalizar a figura do político depreciativamente, sendo que o discurso é construído pesadamente por meio de escolhas lexicais que denotam ações verbais que denigrem a imagem dos respectivos atores sociais. Além das composições linguísticas das capas, estruturas imagéticas são utilizadas para ratificar o discurso, de modo que o produtor do texto elabora *designs* que carregam sentidos potencialmente ideológicos negativamente para representar os parlamentares brasileiros. Dessa forma, por meio de textos multimodais, os atores sociais políticos brasileiros são representados genericamente de forma negativa, tendo as suas imagens, portanto, denegridas pelas escolhas estruturais (linguísticas e imagéticas) da capa. Configura-se, com isso, a representação genérica do parlamentar brasileiro, caracterizando um dos *modi operandi* da mídia para a representação desse ator social.

A quarta capa assemelha-se com as demais quanto à representação, também genérica, dos parlamentares que não estão sendo nominados no discurso: as imagens dos ratos representam os parlamentares que constituem o Congresso Nacional. Em contrapartida, o produtor do texto, por meio da *diferenciação, nomeação e categorização, sobredeterminação, especificação e individualização*, representa os quatro parlamentares-celebridades (Romário, Jean Wyllys, Randolfe Rodrigues e Tiririca) de forma positiva, valendo-se do processo verbal “honram” para designar o caráter enobrecedor dos exercícios dos mandatos dos parlamentares listados. A escolha lexical em “surpresas” também assinala sentido positivo a esses atores sociais. Configura-se, assim, outro *modus operandi* da mídia brasileira, diferindo-se da anterior quanto à presença de atores sociais que são representados positivamente e levando-se em conta tanto a prática social de político brasileiro dos atores quanto a prática social de celebridade. Mas, por outro lado, também ratifica a significação negativa dos demais parlamentares que compõem o Congresso Nacional, “Palácio dos Horrores”.

O processo de generalização observado nas quatro capas (constatado na categoria *genericização* de Van Leeuwen) denuncia um conhecimento por parte dos jornalistas, produtores desses textos, traduzido em termos propostos por Marcuschi de cognição contingenciada no domínio discursivo do jornalismo. Esse contingenciamento é uma construção de crenças, valores e “verdades” que as informações podem potencializar nos possíveis leitores das revistas em análise.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após as análises das quatro capas de revistas selecionadas para compor o *corpus* desta dissertação de mestrado, apresento agora as considerações finais, mas não definitivamente últimas, e as reflexões a que pude chegar e que foram resultantes do diálogo entre as teorias que embasaram esta pesquisa e a metodologia qualitativa. É imprescindível salientar, entretanto, que o presente estudo não busca esgotar a temática a respeito da representação social do parlamentar brasileiro na mídia, e, sim, expor dois *modi operandi* – identificados nos dados – da mídia brasileira quando ela objetiva representar o ator social político.

Como **objetivo geral**, propus-me a investigar de que modo/s a mídia impressa, particularmente, as capas selecionadas das revistas *Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital*, valem-se para construir a representação do ator social político brasileiro. Assim, pude observar, pautada sempre nos dados, dois *modi operandi* da mídia em relação à representação parlamentar:

- (i) Representação Genérica do Parlamentar brasileiro;
- (ii) Representação do Parlamentar-Celebridade.

Para descrever como se deram esses dois *modi operandi* da mídia, expô-los-ei por meio dos **objetivos específicos** que tracei nesta dissertação.

O primeiro objetivo específico foi: revelar, nas capas de revistas selecionadas, elementos linguístico-discursivos e imagéticos que concorrem para a construção da imagem genérica do parlamentar brasileiro. Na primeira, segunda e terceira capas do *corpus* de pesquisa, pude verificar esses elementos linguístico-discursivos e imagéticos por meio dos textos multimodais que as capas veiculam. A começar pelas escolhas lexicais dos corpos linguísticos que compõem as capas: esses foram significativamente construídos, de modo a denegrir a imagem do político brasileiro e a representá-lo de forma genérica. Escolhas lexicais como “desonestos, insensíveis, mentirosos...”, “O Palácio dos Horrores” e “O Congresso de Lilliput” perpetuam uma representação negativa e depreciativa do ator social político brasileiro, ratificando o discurso que se instaurou na sociedade de que nenhum político no Brasil é honesto. Somado às escolhas lexicais que são expressivamente elaboradas, tem-se a presença dos recursos imagéticos que se dão coerentemente em relação aos discursos que os corpos linguísticos das capas anunciam. **Tomate atirado, o Congresso Nacional estampado**

com **rachaduras e vegetais** ou por meio de uma **lupa** são artefatos utilizados pelos produtores dos textos para também representar, depreciativamente, os políticos brasileiros.

Na quarta capa também pude identificar a representação do parlamentar brasileiro de forma genérica, entretanto, de maneira distinta: a representação do parlamentar brasileiro (genericamente) deu-se, apenas, por meio dos recursos semióticos materializados nas figuras dos ratos ao fundo e na seleção lexical em “Congresso desacreditado”. Os ratos ao fundo são os demais parlamentares que constituem o Congresso Nacional, diferindo-se, portanto, dos parlamentares que estão sendo nominados no discurso: Romário, Jean Wyllys, Randolfe Rodrigues e Tiririca.

Assim, na quarta capa comprova-se o segundo objetivo específico proposto nesta dissertação: revelar elementos linguístico-discursivos e imagéticos de que a mesma mídia vem se valendo para a construção da imagem do parlamentar-celebridade (representação do parlamentar-celebridade). Os deputados Romário, Jean Wyllys e Tiririca e o Senador Randolfe Rodrigues são nominados no discurso. As seleções lexicais que compõem o corpo linguístico da capa concorrem para uma construção positiva da imagem desses parlamentares. Itens lexicais como “surpresas da política” e “honram” constroem positivamente a representação desses políticos no discurso a ser veiculado pela referida capa de revista. As caricaturas que definem cada parlamentar são os recursos semióticos utilizados pelos produtores do texto para dar humor e representatividade individual aos políticos em questão.

O terceiro objetivo específico desta pesquisa foi: confrontar as duas análises das representações sociais para detectar até que ponto o discurso midiático é coerente. Dessa forma, os dois *modi operandi* da mídia brasileira no quesito representação parlamentar, detectados nos dados, diferem-se tanto em relação aos elementos linguístico-discursivos quanto em relação aos elementos imagéticos que compõem cada capa. Quando há a presença da representação genérica do parlamentar brasileiro, observa-se na composição linguística e imagética, elementos depreciativos que corroboram para a construção negativa do ator social representado. Em contrapartida, quando há a presença da representação do parlamentar-celebridade, é possível detectar a presença de elementos linguísticos e imagéticos que constroem positivamente a imagem desses atores sociais. Trata-se, pois, de dois *modi operandi* da mídia brasileira no quesito representação parlamentar.

Com isso, é possível responder às questões de pesquisa que levantei para a presente dissertação: 1) Como se dá a representação social do parlamentar brasileiro na mídia? No

questo geral da representação parlamentar, pode observar, por meio dos dados da mídia impressa selecionados para o *corpus* de pesquisa, que, ao representar os políticos brasileiros enquanto grupo/classe de representantes do povo, a mídia constrói textos multimodais de forma a representar esse ator social genericamente (ou seja, os atores sociais que compartilham entre si a prática social de parlamentar brasileiro não são diferenciados, sendo representados enquanto grupo), de maneira negativa e depreciativa. 2) Como se dá a representação social do parlamentar-celebridade na mídia? Já na representação social do parlamentar-celebridade, pode constatar, por meio dos elementos linguísticos e imagéticos presentes na quarta capa, que essa representação é pautada em uma imagem positiva dos parlamentares nominados a ser acreditada pelo público-alvo, os potenciais leitores e, quem sabe, eleitores. 3) As construções discursivas das duas representações são positivas ou negativas? Há distinções? Sim, há distinções significativas; quando a mídia escolhe representar o político enquanto grupo/classe, ela o faz genérica e negativamente; já quando a mídia escolhe representar o parlamentar-celebridade, ela o faz de forma nominal/individual e positivamente. 4) Qual gênero textual foi observado para construir a imagem política do parlamentar? Essa escolha interferiu nas combinações linguísticas e imagéticas? O gênero capa de revista foi significativo para a realização dos dois *modi operandi* no quesito representação parlamentar brasileira, em função de configurar um gênero que é o “carro-forte” das edições das revistas: o gênero capa de revista contém elementos composicionais que são trabalhados expressivamente com objetivos específicos de despertar a atenção do leitor para que ele adquira o produto e de perpetuar as ideologias institucionais das revistas por meio das formas simbólicas que veiculam. A escolha do gênero capa de revista interferiu, portanto, nas combinações linguísticas e imagéticas, em razão de as informações veiculadas pelas capas terem de passar por uma valorização econômica para “seduzir” o seu público-alvo consumidor.

As revistas que veicularam as capas selecionadas para o *corpus* de pesquisa configuram a mídia de massa nacional e estão construindo o social por meio dos discursos que perpetuam. Trata-se de uma comunicação assimétrica, porque o leitor não tem, via de regra, como interferir nas construções multimodais que as revistas operam, e muitas vezes, ele acredita nas informações ali veiculadas – como a informação de que todos os políticos são corruptos e desonestos ou que os quatro parlamentares nominados na quarta capa estão surpreendendo positivamente no exercício de seus mandatos. É salutar destacar que esses discursos perpetuados e compartilhados pela mídia impressa selecionada são uma posição

institucional e uma leitura de cada revista e pode não representar fielmente a realidade (ou vice-versa). Não estou dizendo, por exemplo, que os quatro parlamentares nominados não estão prestando bons serviços aos cidadãos; não pesquisei a fundo as suas atuações parlamentares e não posso afirmar nem que estão realizando bons mandatos nem que estão realizando maus mandatos. O que posso afirmar é que os dados utilizados pela revista para representar esses parlamentares como os “heróis” do Parlamento brasileiro são superficiais para colocá-los como tal, e que generalizar a figura negativa do político brasileiro como classe é desprestigiar aqueles que estão realmente trabalhando pelo povo. Acredito, sim, que existem parlamentares brasileiros que estão realizando excelentes trabalhos para o crescimento do país, e que o melhor instrumento do cidadão é a sua própria fiscalização: atualmente há diversas maneiras de se fiscalizar deputados federais e senadores, por exemplo, por meio dos *sites* institucionais do Congresso, bem como por meio de *blogs* que veiculam as informações de cada parlamentar.

O discurso da mídia detém diversos “poderes”: político, econômico e o próprio “poder da informação” – poder discursivo. Esse poder discursivo é o meio através do qual a mídia influencia a opinião de milhões de pessoas, perpetuando e legitimando crenças e valores, ideologias e visões de mundo sem que as pessoas se apropriem desse processo. É imprescindível registrar que as construções multimodais veiculadas pelas quatro capas de revista selecionadas para o *corpus* desta dissertação objetivam, antes de tudo, a venda do produto, e, para tanto, devem causar impacto emocional no potencial leitor de modo a chamar a sua atenção para a compra da mercadoria. Assim, os elementos linguísticos e imagéticos que compõem as capas servem a esse propósito “chamariz”.

Reconheço que há políticos que poluem a imagem da democracia brasileira, mas continuo a acreditar que também há aqueles que enobrecem os Poderes Legislativo e Executivo, e que devem, também, ser legitimados e reconhecidos pela mídia de massa, partindo-se das suas práticas sociais enquanto **parlamentares**. Espero que essa pesquisa possa contribuir para os estudos das práticas discursivas sobre a mídia brasileira, e que, especialmente, possa despertar no leitor a necessidade de fiscalizar o exercício de seus representantes com maior afinco e não apenas consumindo e compartilhando as formas simbólicas que são veiculadas pela mídia de massa, à vontade e a cavaleiro dessa mídia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da Criação Verbal* (Trad. Paulo Bezerra). 6ª ed. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

_____. *Problemas da poética em Dostoiévski*. (Trad. Paulo Bezerra), 3ª ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

BALDRY, A. & THIBAUT, P. J. *Multimodal Transcription and Text Analysis: a multimedia toolkit and coursebook with associated on-line course*. London: Equinox, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. *Identidad*. Buenos Aires: Losada, 2005.

BOURDIEU, P. WACQUANT, L. *An invitation to reflexive sociology*. Chicago: University of Chicago Press, 1992.

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. 4 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. *Discourse in late modernity: rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinbourg: Edinbourg University Press, 1999.

COROA, Maria Luiza Monteiro Sales. *Programa Gestão da Aprendizagem Escolar – Gestar II. Língua Portuguesa: Caderno de Teoria e Prática 3 – TP3: gêneros e tipos textuais*. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2008.

DENZIN N. K. & LINCOLN, Y. S. *O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens*. 2ª ed. Tradução de Sandra Regina Netz. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DIJK, Teun A. Van. *Discurso e contexto: uma abordagem sociocognitiva*. Tradução de Rodolfo Ilari. São Paulo: Contexto, 2012.

_____. *Discurso e poder*. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

FAIRCLOUGH, N. *Analysing Discourse*. Textual analyses for social research. New York: Routledge, 2003.

_____. *Critical Discourse Analysis*. London: Longman, 1995.

_____. *Discurso e mudança social*. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

_____. *Language and Power*. New York: Longman, 1989.

FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 2003.

GIBBS, Graham. *Análise de dados qualitativos*. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Unesp, 1991.

_____. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GITLIN, Todd. *Mídias sem limite: como a torrente de imagens e sons domina nossas vidas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade*. 10ª edição. Rio de Janeiro, DP&A, 2005.

HALLIDAY, M. A. K. *Context of situation*. In: M. A. K. HALLIDAY & R. Hasan. *Language context and text: aspects of language in a social-semiotic perspective*. London: Oxford University Press, 1991.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. *Desvendando os segredos do texto*. 7ª edição. São Paulo: Cortez, 2011.

KRESS, G. *Multimodality – A social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge, 2010.

KRESS, Gunther & Van LEEUWEN, Theo. *Multimodal Discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Hodder Education, 2001.

_____. *Reading images. The grammar of visual design*. 2ª ed. London: Routledge, 2006.

LAKOFF, G. & JOHNSON, M. *Metáforas da vida cotidiana*. Coordenação de tradução: Mara Sophia Zanotto. São Paulo: Mercado das Letras, 2002.

LIMA, Venício Artur de. *Mídia: Teoria e Política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

_____. *Revisitando as sete teses sobre mídia e política no Brasil*. In: *Comunicação & Sociedade*, Ano 30, n. 51, p. 13-37, 2009.

MAGALHÃES, Izabel. *Introdução: a Análise de Discurso Crítica*. In: *D.E.L.T.A.* São Paulo: Educ, 2005, v. 21, n. especial, pags. 1-11.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Cognição, Linguagem e Práticas Interacionais*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

_____. *Gêneros Textuais: Definição e Funcionalidade*. In: DIONISIO, Angela Paiva. MACHADO, Anna Rachel. BEZERRA, Maria Auxiliadora (Orgs.). *Gêneros Textuais & Ensino*. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

MARTINS, Jane Claudia Santin. *Deputados-Celebridades: eles valem seu voto?* Monografia – Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento – Programa de Pós-Graduação – Câmara dos Deputados. Brasília, 2012.

MEURER, J. L. *Gêneros Textuais na Análise Crítica de Fairclough*. In: MEURER, J. L. BONINI, Adair. MOTTA-ROTH, Desirée (Orgs.). *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

OLIVEIRA, Maria Marly de. *Como fazer pesquisa qualitativa*. 3ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

PORTELA, Cristiane. *As revistas semanais de informação geral no Brasil hoje: conceituações e definições*. In: XIV Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 2009, São Bernardo do Campo. COMUNICAÇÃO REGIONAL E DIVERSIDADE CULTURAL, 2009.

RESENDE, Viviane de Melo & RAMALHO, Viviane. *Análise de Discurso Crítica*. São Paulo: Contexto, 2009.

_____. *Análise de Discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa*. Campinas: Pontes, 2011.

SCALZO, M. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2003.

SCHIFFRIN, D. *Approaches to discourse*. London: Blackwell, 1994.

SILVERMAN, David. *Interpretação de dados qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações*. Tradução de Magda França Lopes. Porto Alegre: Artmed, 2009.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Revisão da tradução Leonardo Avritzer. 13ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

_____. *A nova visibilidade*. Matrizes, n. 2, 2008, p. 15-38.

_____. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 9ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

VAN LEEUWEN, T. *A representação dos atores sociais*. In: PEDRO, E.R. (org.). *Análise crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho, 1997, p.169-222.

_____. *Introducing social semiotics*. London & New York: Routledge, 2005.

_____. *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. New York: Oxford University Press, 2008.

YARED, Maria Lílian de Medeiros. *A representação da corrupção pela imprensa escrita – Uma perspectiva pela Análise de Discurso Crítica*. 2011. 135 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Instituto de Letras, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.