

SCRIPTA

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

Grão-Chanceler: Dom Walmor Oliveira de Azevedo
Reitor: Dom Joaquim Giovani Mol Guimarães
Vice-Reitora: Patrícia Bernardes
Assessor Especial da Reitoria: José Tarcísio Amorim
Chefe de Gabinete do Reitor: Paulo Roberto de Souza
Pró-Reitores: Extensão – Wanderley Chieppe Felipe; Gestão Financeira – Paulo Sérgio Gontijo do Carmo; Graduação – Maria Inês Martins; Logística e Infraestrutura – Rômulo Albertini Rigueira; Pesquisa e Pós-Graduação – Sérgio de Moraes Hanriot; Recursos Humanos – Sérgio Silveira Martins; Arcos – Jorge Sundermann; Barreiro – Renato Moreira Haddad; Betim – Eugênio Batista Leite; Contagem – Robson dos Santos Marques; Poços de Caldas – Iran Calixto Abrão; São Gabriel – Miguel Alonso de Gouvêa Valle; Guanhães e Serro – Ronaldo Rajão Santiago
Secretário de Comunicação: Mozahir Salomão Bruck
Secretário-Geral: Ronaldo Rajão Santiago
Secretária de Cultura e Assuntos Comunitários: Maria Beatriz Rocha Cardoso
Secretário de Planejamento e Desenvolvimento Institucional: Carlos Barreto Ribas
Diretora do Instituto de Ciências Humanas: Carla Santiago Ferretti (Diretora)
Chefe do Departamento de Letras: Juliana Alves Assis
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Letras: Juliana Alves Assis
Coordenadora do Centro de Estudos Luso-afro-brasileiros: Raquel Beatriz Junqueira Guimarães

EDITORA PUC MINAS

Comissão Editorial: Ângela Vaz Leão (PUC Minas); Graça Paulino (UFMG); José Newton Garcia de Araújo (PUC Minas); Maria Zilda Cury (UFMG); Oswaldo Bueno Amorim Filho (PUC Minas)
Conselho Editorial: Antônio Cota Marçal (PUC Minas); Benjamin Abdalla Jr. (USP); Carlos Reis (Univ. de Coimbra); Dídima Olave Farias (Univ. Del Bío-Bío – Chile); Evando Mirra de Paula e Silva (UFMG); Gonçalo Byrne (Lisboa); José Salomão Amorim (UnB); José Viriato Coelho Vargas (UFPR); Kabengele Munanga (USP); Leonardo Barci Castriota (UFMG); Philippe Remy Bernard Devloo (Unicamp); Regina Leite Garcia (UFF); Rita Chaves (USP); Sylvio Bandeira de Mello (UFBA)
Coordenação Editorial: Cláudia Teles de Menezes Teixeira
Assistente Editorial: Maria Cristina Araújo Rabelo
Revisão/preparação dos originais: Ev'Angela Batista Rodrigues de Barros
Tradução e revisão de resumos em língua estrangeira: Priscila Campolina de Sá Campello, Arthur Passos, Kevin Lima e Brenda Michelle Buhr Pedro
Capa e diagramação: Jefferson Ubiratan de Araújo Medeiros
Imagem da capa: F. Luis Mora (1874-1940) [Public domain], via Wikimedia Commons.
Acesso em : 27 set. 2018. Disponível em: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Francis_Luis_Mora_-_Subway_riders_in_NYC.jpg

CESPUC — CENTRO DE ESTUDOS LUSO-AFRO-BRASILEIROS • Av. Dom José Gaspar, 500, Prédio 20, Sala 211 • 30535-901 Belo Horizonte, Minas Gerais - Brasil • Tel.: (31) 3319-4368 • E-mail: cespuc@pucminas.br

EDITORA PUC MINAS — Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais • Rua Dom Lúcio Antunes, 180, Coração Eucarístico • 30535-490 • Belo Horizonte, Minas Gerais — Brasil • Tel.: (31) 3319-9904 Fax: (31) 3319-9907 • E-mail: editora@pucminas.br

SCRIPTA

LINGUÍSTICA

Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras e do
Centro de Estudos Luso-afro-brasileiros da PUC Minas

Mídia e Discurso

Organizada por

Daniella Lopes Dias Ignácio Rodrigues

Ângela Carrato



CESPUC - MG
CENTRO DE ESTUDOS
LUSO-AFRO BRASILEIROS
DA PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE
CATÓLICA DE MINAS GERAIS



Scripta é uma publicação semestral do Departamento de Letras da PUC Minas, do Programa de Pós-graduação em Letras e do Centro de Estudos Luso-afro-brasileiros – Cespuc - MG. A revista publica números alternados com matéria de Literatura ou de Linguística e Filologia, o que se indica no subtítulo: I – Literatura; II – Linguística e Filologia.

Comissão de publicações:

Presidente: Ivete Lara Camargos Walty
Editora geral da revista **Scripta**: Raquel Beatriz Junqueira Guimarães
Editora da revista **Scripta** de Linguística e Filologia: Juliana Alves Assis
Editora da revista **Scripta** de Literatura: Terezinha Taborda Moreira
Secretárias: Ev' Angela Batista Rodrigues de Barros
Sandra Maria S. Cavalcante

Conselho Editorial:

Dra. Adriana Fischer (FURB)	Dra. Laura Cavalcante Padilha (UFF)
Dra. Adriane Teresinha Sartori (UFMG)	Dra. Lília Santos Abreu-Tardelli (UNESP)
Dra. Adelia Toledo Bezerra de Menezes (USP)	Dra. Lilian Aparecida Arão (CEFET-MG)
Dr. Adilson Ribeiro de Oliveira (IFMG)	Dr. Luis Maffei (UFF)
Dra. Ana Elisa Ribeiro (CEFET-MG)	Dr. Luiz Carlos Travaglia (UFU)
Dra. Ana Maria e Mattos Guimarães (UNISINOS)	Dra. Luzia Bueno (USF)
Dra. Ana Maria Nápoles Villela (CEFET-MG)	Dr. Manoel Luiz Gonçalves Corrêa (USP)
Dra. Anna Christina Bentes da Silva (UNICAMP)	Dr. Marco A. de Oliveira (PUC Minas)
Dr. Benjamin Abdala Junior (USP)	Dra. Maria Angela P. T. Lopes (PUC Minas)
Dra. Delaine Cafiero Bicalho (UFMG)	Dra. Maria Beatriz N. Decat (UFMG)
Dra. Dora Riestra (UNRN)	Dra. Maria das Graças R. Paulino (UFMG)
Dra. Dorotea Frank Kersch (UNISINOS)	Dra. Maria Helena de Moura Neves (UNESP)
Dr. Edimilson de Almeida Pereira (UFJF)	Dra. Maria Teresa Salgado (UFRJ)
Dra. Elzira Divina Perpétua (UFOP)	Dra. Maria Theresa Abelha Alves (UFRJ)
Dra. Eneida Rego Monteiro Bonfim (PUC-RJ)	Dra. Maria Zilda Ferreira Cury (UFMG)
Dra. Enilce do Carmo Albergaria Rocha (UFJF)	Dra. Marta Passos Pinheiro (CEFET-MG)
Dra. Eulália Vera Lúcia Fraga Leurquin (UFC)	Dra. Patrícia R. T. Baptista (CEFET-MG)
Dra. Ev' Angela B. R. de Barros (PUC Minas)	Dr. Paulo Henrique Aguiar Mendes (UFOP)
Dra. Fabiana Cristina Komesu (UNESP)	Dra. Prisca A. de Almeida Pereira (UFJF)
Dr. Francisco Noa (UEM)	Dra. Regina Zilberman (UFRGS)
Dr. Gilcinei Teodoro Carvalho (UFMG)	Dra. Renata Flavia Silva (UFF)
Dr. Hugo Mari (PUC Minas)	Dra. Renata Soares Junqueira (UNESP)
Dra. Ida Maria Santos Ferreira Alves (UFF)	Dr. Renato Caixeta da Silva (CEFET-MG)
Dra. Jane Fraga Tutikian (UFRGS)	Dr. Rogério Barbosa da Silva (CEFET-MG)
Dra. Jane Quintiliano Guimarães Silva (PUC Minas)	Dra. Rosane de Andrade Berlinck (UNESP)
	Dra. Sandra M. S. Cavalcante (PUC Minas)
	Mais...

Indexadores: Latindex, Ulrichs, Clase, MLA, LLBA, Icap, Dialnet, Redib, DOAJ, Diadorim, World-Cat, EZB, CIRC, Erihplus, MIAR.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.

S434

Scripta – v. 1, n. 1, 1997 – Belo Horizonte: Ed. PUC Minas, 2018.

E-ISSN 2358-3428 - ISSN 1516-4039

Quadrimestral

1. Literaturas de língua portuguesa – Periódicos. 2. Língua portuguesa – Periódicos.

I. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-graduação em Letras. II. Centro de Estudos Luso-afro-brasileiros.

CDU: 82.03(05)

Sumário

Apresentação

Materialidades discursivas e construção de sentidos <i>Daniella Lopes Dias Ignácio Rodrigues</i>	7
---	---

Literaturas

“Vultos da República” na mídia: análise discursiva das narrativas de vida de políticos <i>Flávia Pereira Dias Menezes e André Luiz Silva</i>	13
Circulação de um enunciado na mídia: religião e acontecimento <i>Edvania Gomes da Silva</i>	25
#JeSuisCharlie & #PeaceForParis: appropriation, reformulation, and circulation of “Liberty leading the people” on socio-digital networks during the Paris attacks <i>Justine Simon</i>	37
Meu amigo não é mais secreto: uma análise das estratégias de legitimação do discurso feminista no Facebook <i>Erika Cristina Dias Nogueira</i>	55
Metamidialidade e literatura: uma leitura do romance Sweet Tooth , de Ian McEwan <i>Caio Antônio Nóbrega</i>	69
Relações dialógicas entre gênero social, discurso e mídia na análise da publicidade <i>Graziela Frainer Knoll</i>	81
O discurso midiaticizado: <i>mídiu</i> m, gênero de discurso e identidades <i>Anderson Ferreira</i>	97
#BelaRecatadaEDoLar: uma reflexão sobre questões de gênero implicadas no processo de rejeição e de destituição da Presidenta Dilma Rousseff <i>Mariana Jantsch de Souza</i>	111
Análise crítica da construção discursiva de um “voto” polêmico no processo do <i>impeachment</i> de Dilma Rousseff: uma perspectiva bourdesiana sobre a luta pelo poder político <i>Alexcina Oliveira Cirne e Karl Heinz Efken</i>	123

Sentidos do enunciado verbovisual em pôsteres publicitários de Bastardos inglórios <i>Grenissa Bonvino Stafuzza</i>	137
O crime ambiental de Mariana: omissão e convivência da mídia brasileira <i>Ângela Carrato, Geraldo Elísio e</i> <i>Sofia M. C. Diniz</i>	151
Guerra da pós-verdade: a batalha político-midiática do Movimento Brasil Livre <i>Alberto Rodrigues de Freitas Filho e</i> <i>Pollyana Ferrari Teixeira</i>	163
A imagem da mídia: o telejornalismo brasileiro sob suspeita <i>Renata Aiala de Mello e</i> <i>Renato de Mello</i>	179
Dominar o corpo da mulher é violentá-lo: a progressão metafórica no texto “Os 18 vendilhões”, de Eliane Brum <i>Aline Aver Vanin, Letícia Presotto,</i> <i>Gabriele Honscha Gomes e Ana Rachel Salgado</i>	191
Discurso e mídia: totalitarismo e linguagem totalitária <i>Hugo Mari e</i> <i>Eliara Santana</i>	205
Entrevistas	
Entrevista com o Professor Dr. Sírio Possenti <i>Daniella Lopes Dias Ignácio Rodrigues</i>	219
Resenhas	
Resenha da obra Escrita de pesquisa e para a pesquisa <i>Juliane Ferraz Oliveira</i>	223

Materialidades discursivas e construção de sentidos

Daniella Lopes Dias Ignácio Rodrigues*

O estudo da relação entre *mídium* e discurso nunca se mostrou tão necessário quanto hoje. Maingueneau (2001) já evidenciou a revolução que os *mídiuns* audiovisuais e digitais proporcionaram às práticas de escrita e de leitura e ao modo como consumimos textos engendrados por e nessas manifestações materiais dos discursos; Silverstone (2014) já postulou o estudo da mídia como uma tarefa humanista; e, para oferecer mais um argumento, Chomsky já nos perguntou: “Em que tipo de mundo e de sociedade queremos viver e, sobretudo, em que espécie de democracia estamos pensando quando desejamos que essa sociedade seja democrática?” (CHOMSKY, 2013, p. 9).

É inegável, também, o papel da mídia no processo de construção e circulação de saberes, dos mais variados tipos, daqueles construídos nas práticas mais corriqueiras até as mais institucionalizadas, o que a eleva à prática discursiva de inegável importância na investigação científica, acionando várias disciplinas – filosofia, história, semiologia, linguística – na proposição de quadros teórico-metodológicos que possibilitem explicar as subjetividades, as ideologias, as identidades, as tecnologias, os acontecimentos discursivos, a dialogia, as emoções, enfim, o funcionamento da linguagem no discurso midiático.

Importa, pois, de início, esclarecer as noções de *mídium* e de mídia que aqui se atualizam entre um artigo e outro.

O termo *mídium* foi traduzido por Cecília Peres de Souza-e-Silva e Décio Rocha em **Análise de textos de comunicação**, de Dominique Maingueneau, em referência a *médium*, termo utilizado na obra de Debray, **Curso de midiologia geral**, traduzido no Brasil em 1993 pela editora Vozes, ao qual faz referência Maingueneau. Segundo os tradutores, a opção por *mídium* pareceu mais recomendável por fazer analogia à forma midiologia da obra de Debray e pela existência da palavra *médium*, que faz referência a outro conceito. Para Maingueneau (2001), o *mídium* refere-se ao suporte material dos discursos (papel, televisão, tela do computador, rádio) que “modifica o conjunto de um gênero de discurso” (MAINGUENEAU, 2001, p. 72).

Já mídia refere-se a um sistema cultural complexo, constituído de

uma dimensão simbólica – num constante jogo entre signos e sentidos –, que compreende a (re)construção, armazenamento, reprodução e circulação de produtos repletos de sentido, tanto para quem os produziu (os media) como para quem os consome (leitores, espectadores, telespectadores, etc.) [...] e de uma dimensão contextual – temporal e espacial – na medida em que esses produtos são fenômenos sociais situados em contextos que têm aspectos técnicos e comunicativos e propriedades estruturadas e estruturantes (THOMPSON, 1995 *apud* MEDRADO, 2000, p. 244).

Embora haja essa distinção, vez por outra, esses termos podem aparecer como sinônimos neste dossiê, que se intitula **Mídia e Discurso** e objetiva trazer à cena editorial acadêmico-científica pesquisas sobre as manifestações materiais dos discursos e a construção de sentidos e de efeitos de sentidos, tomando como foco eventos sociopolíticos do Brasil e da França, o debate feminista contemporâneo sobre gênero, como também a circulação e o consumo da atividade literária. Com isso, esse número temático se contrapõe à visão de que o *mídium* é apenas um meio de transporte do discurso. Nas palavras de Maingueneau (2001, p. 72), “muitas mutações sociais se manifestam

* Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Letras da PUC Minas. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Mídia e Discurso (MiD).

através de um simples deslocamento ‘midiológico’”. Fenômenos sociais como o debate feminista, as eleições políticas e até mesmo problemas familiares (podem-se citar como exemplo *talk-shows* como o programa Casos de Família, exibido pela TV SBT, que exhibe problemas familiares, que em outras décadas eram discutidos em consultórios de psicologia ou em escritórios de advocacia) são apreendidos e (re)apresentados de formas diferentes a depender da mídia em que se materializam. Não temos, nesses casos, como bem lembra Maingueneau (2001), uma simples troca de canal, mas toda uma transformação social.

Uma das questões levantadas neste dossiê é a que diz respeito à emergência de linguagens totalitárias, discussão realizada por Hugo Mari e Eliara Santana, que partem da abordagem de Hannah Arendt sobre totalitarismo, a fim de encorpar o debate tão necessário e atual sobre o espaço da imprensa – no caso do Brasil, da imprensa corporativa – “como um campo de ação social e um lugar de organização globalizante das relações de poder, das relações de força, em que a informação é um dispositivo discursivo que confere poder a quem o domina” (p. 206).

Renata Aiala de Mello e Renato de Mello, tomando como objeto o jornalismo brasileiro, contribuem com o dossiê propondo uma reflexão cujo objetivo geral “é analisar discursivamente a construção das identidades dessa instituição e o uso das emoções para se justificarem e acusarem umas as outras” (p. 179). Para isso, trazem como arcabouço teórico trabalhos de vários estudiosos da imagem de si (*ethos*) e das emoções (*pathos*) no discurso (*logos*), sobretudo Charaudeau, Plantin e Amossy.

De acordo com Charaudeau (2006), o discurso midiático é uma atividade lingüística que possibilita o vínculo social sem o qual não haveria posicionamentos identitários, noção discutida por Anderson Ferreira, a partir de aportes teóricos da Análise do Discurso de linha francesa, examinando o discurso midiático, a fim de verificar como “o dispositivo midiático engendra atravessamentos no interior de cada mídiun, afetando, desse modo, a relação recíproca entre gênero e tipo de discurso e a construção das identidades” (p. 97).

Para entender como um evento noticiado como o Crime Ambiental de Mariana é encenado pela mídia, Ângela Carrato, Geraldo Elísio e Sofia M. C. Diniz analisam publicações sobre o fato em veículos da mídia tradicional regional e nacional, oferecendo como conclusão o silenciamento dos interesses da cidadania em prol dos interesses empresariais e políticos. Nesse artigo, temos um bom exemplo de como as relações de poder podem funcionar nos processos de silenciamento. Os não ditos na mídia, e em outros discursos, claro, têm efeitos de sentido como têm os ditos. Segundo Eni Orlandi,

há um modo de estar em silêncio que corresponde a um modo de estar no sentido e, de certa maneira, as próprias palavras transpiram silêncio. Há silêncio nas palavras; o estudo do silenciamento nos mostra que há um processo de produção de sentidos silenciados que nos faz entender uma dimensão do não-dito absolutamente distinta da que se tem estudado sob a rubrica do “implícito” (ORLANDI, 2007, p. 11-12).

Em outras palavras, o silenciamento trabalha na delimitação de sentidos pelo mecanismo de apagamento, o que nos mostra as autoras ao afirmar que “o silenciamento sobre as causas do crime foi tamanho que a opinião pública passou a fazer coro com a versão de ‘acidente’ e até parte dos atingidos também começou a repeti-la acriticamente”.

Outros acontecimentos de repercussão internacional, assim como foi o da barragem de Fundão, em Mariana, foram os atentados em uma boate de Paris em 7 de janeiro de 2015, em que dois irmãos armados de rifles invadiram a redação do jornal Charlie Hebdo e mataram 12 pessoas, e as 80 mortes ocorridas em um show do Eagles of Death Metal, na sala de concertos Bataclan, na mesma cidade. Quando Paris foi atacada, as mídias sociais correram para mostrar seu apoio ao criarem as *hashtags* #JeSuisCharlie e #PeaceForParis. Um desenho, criado por Jean Jullien, da Torre Eiffel dentro de um círculo, conhecido como “Paz para Paris”, percorreu a internet, acompanhado com a *hashtag*.

Figura 1 - “Paz para Paris”



Fonte: Publicado em 13 nov. 2015 pelo designer francês Jean Jullien em suas redes sociais. Disponível em: https://www.instagram.com/p/-CvRmhhFJP/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=h65hsw8h9f8j. Acesso em: 26 set. 2018.

A proposta do artigo de Justine Simon, intitulado “#JeSuisCharlie & #PeaceForParis: appropriation, reformulation and circulation of ‘Liberty leading the people’ on socio-digital networks during the Paris attacks”, “diz respeito aos mecanismos de apropriação, reformulação e circulação dessa pintura nas redes digitais durante esses dois trágicos eventos” (p. 80), trazendo ao debate a relação entre mídia e discurso e a criação de *hashtags* (#), popularizadas pela rede social Twitter, que são uma forma de comunicação que a cultura digital nos proporciona, uma espécie de “sinonímia” dos cartazes que as gerações anteriores à internet usavam para fazer suas manifestações políticas de rua.

Os protestos/manifestações atualizados na rede e inteiramente articulados às novas tecnologias de comunicação evidenciam, reiterando Maingueneau (2001), que as tecnologias não são apenas elementos materiais por onde os discursos são transmitidos, definição que é amplamente aceita por aqueles que utilizam a teoria social da mídia de John B. Thompson (1995) em **A mídia e a modernidade**. Elas, ao contrário, são formas novas de criação e (des)construção de realidades. Quando alguém faz ativismo por meio das “redes sociais”, não está simplesmente reproduzindo algo, mas está também produzindo, transformando realidades, alterando(-se), assim, de forma inédita, o ativismo político e social e os modos de participação nos discursos. Um bom exemplo desse fenômeno midológico é oferecido por Maingueneau (2001) sobre uma reunião eleitoral na França do século XIX. Nessa época, relata o autor, o discurso do orador se realiza sem a ajuda de nenhuma tecnologia, o que o obriga a falar em voz alta e os participantes a não emitirem um único sussurro. Décadas depois, no rádio, um político pode falar em voz suave, e os ouvintes não são mais aqueles que compartilham da mesma ideologia do orador do século XIX, mas pessoas – de ideologias várias – que se encontram em outro espaço diferente daquele do orador. Com o surgimento da televisão, os debates tomam lugar do discurso de um só. Segundo o autor, não podemos dizer que o gênero é o mesmo, pois “os diferentes *mídiuns* transformam radicalmente os conteúdos e as maneiras de dizer, a própria natureza do que se chama ‘discurso político’ e ‘política’” (MAINGUENEAU, 2001, p. 73).

Nessa seara de eventos políticos, Mariana Jantsch de Souza analisa os “desdobramentos do que chamamos de processo político, jurídico e social de rejeição e de destituição da Presidenta Dilma Rousseff” (p. 111), tomando como foco as questões de gênero, sintetizadas na fórmula #BelaRecatadaEDoLar, revelando o papel protagonista que a mídia assumiu no contexto do *impeachment* da presidenta ao conduzir “os processos de significação em direção ao desfecho político que vivenciamos, seja pelo excesso de repetições, seja pelo modo de significar a mulher” (p. 111).

Esse acontecimento político gerou uma série de efeitos de sentidos a partir dos inúmeros textos jornalísticos que foram publicados, tornando o acontecimento um objeto de estudo de singular importância na agenda da Análise do Discurso (AD) e de outras vertentes linguísticas, como também de outras áreas de conhecimento científico – sociologia e psicologia, para citar algumas. Para se ter uma ideia, em uma busca no Google Acadêmico, foram encontrados 11.700 resultados de trabalhos,

incluindo aí citações, sobre o *impeachment* ocorrido no ano de 2016 e o papel da mídia nesse processo. Nesse contexto, Alexcina Oliveira Cirne e Karl Heinz Efken analisam, neste dossiê, o convite que o deputado federal Eduardo da Fonte fez ao seu filho de 15 anos para votar em seu lugar no processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, reproduzido numa reportagem do **Jornal do Comércio**. Para isso, os autores utilizam como principal fundamentação os trabalhos de Bourdieu (2007, 2003, 2004, 2008), no que diz respeito aos conceitos de “agente autorizado, *habitus*, capital linguístico, campo e mercado linguístico” (p. 123).

Outro estudo da mídia impressa que este dossiê oferece a seus leitores é a proposta de Aline Aver Vanin, Letícia Presotto, Gabriele Honscha Gomes e Ana Rachel Salgado com o estudo do texto **Os 18 vendilhões**, de Eliane Brum. As autoras se propõem a apresentar e discutir a progressão metafórica presente nesse texto que foi publicado em uma coluna de opinião de um periódico renomado. A partir do instrumental teórico-metodológico da Linguística de *Corpus*, as autoras mostram como “política, religião e raça contribuem para a construção da argumentação da autora sobre o poder estruturalmente construído que os homens ainda têm sobre as mulheres em diferentes cenários” (p. 191).

Trazendo para a discussão outras formas de materialização do discurso midiático, Graziela Frainer Knoll analisa, dialogicamente, a publicidade dos produtos MEN, de O Boticário, com foco nos construtos de gênero, usando os aportes de Bakhtin e seu Círculo. “A análise demonstra os índices axiológicos presentes na linguagem empregada pela marca na campanha publicitária e por consumidores-comentaristas na mídia social” (p. 81).

Tomando a mesma esfera de atividade – publicitária – que o artigo anterior como objeto de análise, assim como o mesmo quadro teórico, Grenissa Bonvino Stafuzza elege cinco pôsteres publicitários estadunidenses do filme **Bastardos Inglórios (Inglourious Basterds)**, 2009, de Quentin Tarantino, cotejando o enunciado verbovisual situado em uma esfera midiática com a história e com a literatura, especialmente, com os contos de fadas, revelando os possíveis sentidos que nascem do gênero em estudo.

Seguindo as propostas de pesquisa, Edvania Gomes da Silva propõe um estudo do enunciado “Umbanda e Candomblé não são religiões”, o qual faz parte da sentença emitida pelo Juiz Eugenio Rosa de Araújo, titular da 17ª Vara Federal do Rio de Janeiro, em 28 de abril de 2014, e reportado em algumas notícias da mídia impressa brasileira. O objetivo do trabalho é verificar “de que forma a emergência do referido enunciado na mídia funciona como um acontecimento discursivo, tal como definido por Pêcheux (2006, p. 25)”.

Sobre o Facebook, “espaço comunicativo altamente popular na atualidade e propício à atuação ciberativista”, Erika Cristina Dias Nogueira propõe uma análise discursiva das denúncias de violência de gênero divulgadas durante a campanha “Meu Amigo Secreto”, movimento que resultou “em grande participação e repercussão na Internet, discussões reflexivas *on-line* e *off-line* e, principalmente, um aumento das denúncias policiais de violência” (p. 55).

Como as mídias coexistem, temos, no Brasil, uma divulgação impressa mensal, a revista **Piauí**, “que nasceu com a proposta de romper com os modelos da mídia tradicional e apresenta-se como ‘uma revista para quem gosta de ler’”. Flávia Pereira Dias Menezes e André Luiz Silva pesquisam “as estratégias utilizadas pelos jornalistas ao relatarem as trajetórias de vida” dos deputados federais Jean Wyllys (PSOL) e Jair Bolsonaro (PSL), na coluna “Vultos da República” desse periódico, “a fim de mostrar como a revista construiu as narrativas de vida dos sujeitos conhecidos pelo grande público por apresentarem posicionamentos políticos e ideológicos opostos entre si” (p. 14).

Finaliza este dossiê um estudo também necessário na chamada “era digital” que diz respeito ao letramento midiático. A proposta é de Caio Antônio Nóbrega, que objetiva analisar “como o romance **Sweet Tooth**, escrito por Ian McEwan, na condição de objeto de mídia literário, representa aspectos midiáticos da própria literatura – operação” (p. 69) nomeada pelo autor de representação metamidiática.

Compõe também este volume uma resenha de autoria de Juliane Ferraz Oliveira que descreve e comenta a organização do livro de minha autoria **Escrita de pesquisa e para a pesquisa**. A proposta do livro é pensar o funcionamento da linguagem sob uma perspectiva discursiva, a qual defendo – às vezes até como um exercício de militância! – e na qual me formei. Sua abordagem são as estratégias de discursivização da escrita acadêmico-científica. No dizer de Oliveira, o objetivo do livro não é o de “produzir um manual recheado de prescrições normativas que visem, quase que exclusivamente, à reprodução de regras aplicáveis no processo de escrita”, pois, usando as palavras da resenhista, acredito que “a lógica predominantemente tecnicista” tem tornado os estudantes no nível acadêmico – acredito que na escola básica também – “copiadores de regras” e não produtores de conhecimento (p. 223).

Para finalizar, Sírío Possenti, representante exponencial da AD produzida no Brasil, nos concede uma entrevista em que mostra os vínculos necessários entre sociedade, mídia e conhecimento, bem como a importância dos acontecimentos para a análise do discurso porque “‘produzem’ *corpus*: primeiro, as notícias; depois, sua associação a outros acontecimentos (evoca-se uma memória, fala-se de um a partir de outro)” (p. 220). Essa associação, nas palavras do autor, “pode mostrar que o mesmo discurso volta sempre que ocorrem coisas semelhantes: voltam as mesmas palavras, com os mesmos ou com outros sentidos. [...] Constroem-se metáforas: fala-se de ‘soja louca’ porque se falou de ‘vaca louca’, de um ‘tsunami eleitoral’ porque antes se falou de um tsunami prototípico...” (p. 220).

Com sua clareza de sempre, Possenti fecha este dossiê temático que esperamos ser de contribuição para o debate científico e político sobre os efeitos do aparelho ideológico midiático na construção de sentidos e de efeitos de sentido em tempos tão ameaçadores de nossa tão frágil democracia.

Enfim, “nunca, na história deste país” tivemos tanto dado para análise linguística e discursiva. Foi considerando esse momento que propusemos esta publicação da **Revista Scripta**. Esperamos que os textos que aqui reunimos sejam um dos instrumentos da “coragem da verdade” na construção de um país mais igualitário porque acreditamos na função do discurso científico para alicerçar essa construção. Essa “coragem da verdade” é uma grade de leitura, entre tantas outras, sobretudo a do povo, que fundamenta a ação política que aqui sugerimos. Mas, atenção, uma grade que se define

por um domínio de objetos, um conjunto de métodos, um corpo de proposições consideradas verdadeiras, um jogo de regras e de definições, de técnicas e de instrumentos: tudo isto constitui uma espécie de sistema anônimo à disposição de quem quer ou pode servir-se dele, sem que o seu sentido ou a sua validade estejam ligados ao seu inventor. (FOUCAULT, 2004, p. 30).

Boa leitura!

Referências

- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução de Angela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHOMSKY, N. Propaganda Política e Manipulação. São Paulo: Martins Fontes, 2013.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. Tradução de Cecília Peres de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.
- MEDRADO, Benedito. Textos em cena: a mídia como prática discursiva. In: SPINK, Mary Jane. **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas**. 3a. ed. São Paulo: Cortez, 2004.
- ORLANDI, E. **As formas do silêncio no movimento dos sentidos**. 6ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.
- SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2014.
- THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis-RJ: Vozes, 1995.

“Vultos da República” na mídia: análise discursiva das narrativas de vida de políticos

Flávia Pereira Dias Menezes*

André Luiz Silva**

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar as estratégias utilizadas pelos jornalistas ao relatarem as trajetórias de vida de dois sujeitos empíricos, os deputados federais Jean Wyllys (PSOL) e Jair Bolsonaro, inicialmente filiado ao Partido Progressista (PP) e, em 7 de março de 2018, filiou-se ao Partido Social Liberal (PSL), vislumbrando uma candidatura à Presidência da República. Essas trajetórias de vida foram (re)construídas na imprensa escrita, mais especificamente na coluna “Vultos da República”, da revista brasileira mensal **Piauí**. A ideia é mostrar como a revista construiu as narrativas de vida dos sujeitos conhecidos pelo grande público por apresentarem posicionamentos políticos e ideológicos opostos entre si. Para tanto, busca-se averiguar como os políticos se projetaram, criaram imagens de si e quais as fontes/vozes evocadas no discurso para a construção das imagens dos entrevistados, sendo que elas contribuem para o direcionamento da composição da narrativa. Conclui-se que as narrativas reforçaram os imaginários sociais dos “já-ditos” cristalizados na população brasileira a respeito dos dois políticos: a de Jean Wyllys, um batalhador, que sofre preconceitos pela homossexualidade; e a de Jair Bolsonaro, um sujeito ríspido e de opiniões bem tradicionais, mas que, mesmo assim, tem muitos adeptos e simpatizantes.

Palavras-chave: Narrativas de vida. Mídia. Jean Wyllys. Jair Bolsonaro.

“Vultos da República” in the media: discursive analysis of the life narratives of politicians

Abstract

The objective of this article is to analyze the strategies used by journalists in reporting on the life trajectories of two empirical subjects: federal deputies Jean Wyllys (PSOL) and Jair Bolsonaro (PP), who was initially affiliated with the Progressive Party (PP) and, on March 7th, 2018, joined the Social Liberal Party (PSL), envisaging his candidacy for the Presidency of the Republic. These life trajectories were (re)constructed in the written press, more specifically in the monthly Brazilian magazine *Piauí*'s column “Vultos da República”. Our purpose is to show how the magazine constructed the life narratives of these subjects known by the general public as they present opposing political and ideological positions. For such, we intend to investigate how these politicians projected themselves, how they created their self-images and what voices were evoked in their discourses for the construction of the interviewees' image, adding to the orientation of the narrative's composition. We concluded that the narratives reinforced the social imaginaries crystallized in the Brazilian population regarding both politicians: Jean Wyllys as a fighter who suffers homophobia; and Jair Bolsonaro as a rude man with very traditional opinions, but who still has many supporters and sympathizers.

Keywords: Narratives of life. Media. Jean Wyllys. Jair Bolsonaro.

Recebido: 27/09/2017

Aceito: 20/06/2018

* Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG). Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens.

** Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG). Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens.

Introdução

A exposição pública diária das experiências vivenciadas em acontecimentos que giram em torno do sujeito e a exibição de sua intimidade nas redes sociais são um fenômeno contemporâneo e vêm conquistando muitos adeptos/usuários da internet. O ato de contar tudo de si, narrar e revelar detalhes da vida privada, por meio de fotos, textos e vídeos, tem sido praticado por anônimos e personalidades públicas que corroboram a espetacularização da vida em aplicativos como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* e *blogs*. Vigora, portanto, na contemporaneidade, a crescente necessidade de o sujeito mostrar os “bastidores” de sua vida, fatos do cotidiano, reforçando, por conseguinte, a midiaticização¹ da sociedade.

O desejo e o ato de narrar o “eu”, as situações e as experiências, no entanto, não são novidades, o homem, desde a era pré-histórica, por meio da arte rupestre, faz uso das narrativas para contar histórias. É uma prática de (re)construção do passado que exige uma organização da memória e certa ficcionalização dos fatos. A narrativa de vida está localizada em documentos estritamente genealógicos, como biografia, autobiografia, memorial e diário, e em gêneros “transgressivos”, como os poéticos e os midiáticos (MACHADO, 2016). Como parte do gênero jornalístico informativo, pode-se incluir o perfil ou reportagem-perfil, sendo sua característica a narração de passagens relevantes da vida e carreira do entrevistado, bem como opiniões em assuntos importantes, declarações de amigos e desafetos e a abordagem do como faz o que faz.

As narrativas de vida, de modo geral, se caracterizam pela capacidade de um sujeito-enunciador ordenar a trajetória de si mesmo ou a de outro sujeito, sendo que, para isso, o indivíduo rearranja momentos trazidos pelas suas próprias lembranças e/ou informações embasadas em documentos escritos e ditos por outros personagens, conferindo, assim, um “ordenamento” às etapas de uma trajetória pessoal e profissional. As construções biográficas e autobiográficas em diferentes mídias desempenham papéis culturais fundamentais na sociedade, ganhando uma dimensão relevante na contemporaneidade ao atribuir sentido a um mundo marcado pela dispersão.

Nesse contexto de construções de narrativas de vida de celebridades, artistas, políticos e até mesmo de pessoas anônimas, em diferentes suportes e gêneros midiáticos, este artigo privilegia o estudo de dois relatos de vida de dois políticos brasileiros divulgados no jornalismo impresso, a saber: os deputados federais Jean Wyllys (PSOL) e Jair Bolsonaro (PP)². Ambos tiveram fragmentos de suas vidas, seus desejos, motivações e alguns significados de suas ações divulgados pela revista brasileira mensal **Piauí**. Sabe-se que certos homens políticos gostam de expor propositalmente sua vida ao grande público, contando fatos de sua vida particular, buscando, assim, visibilidade e maior notoriedade. Uma das características das narrativas biográficas e autobiográficas é justamente mostrar o lado pessoal, íntimo e os bastidores que instigam e causam a curiosidade em muitas pessoas.

O objetivo deste artigo é analisar os meios estratégicos e argumentativos utilizados pelos jornalistas/narradores para contar/relatar a trajetória de vida dos dois deputados federais e, ainda, verificar como os políticos em questão se projetaram e criaram imagens de si. Para isso, são analisadas duas reportagens, de cunho biográfico, centradas em torno dos dois sujeitos empíricos veiculadas na coluna “Vultos da República”, da revista **Piauí**. A ideia é mostrar como a revista construiu as narrativas dos sujeitos conhecidos pelo grande público por apresentarem posicionamentos políticos e ideológicos opostos entre si. Pretende-se ainda verificar as fontes/vozes evocadas no discurso para a construção da imagem dos entrevistados, sendo que elas contribuem para o direcionamento da composição do texto.

1 Hepp (2014, p. 51) define midiaticização “[...] como o conceito usado para analisar a inter-relação (de longo prazo) entre a mudança da mídia e da comunicação, por um lado, e a mudança da cultura e da sociedade, por outro, de uma maneira crítica”.

2 Em 7 de março de 2018, deixou o Partido Progressista (PP) e filiou-se ao Partido Social Liberal (PSL), vislumbrando uma candidatura à Presidência da República.

Jean Wyllys é o único deputado federal assumidamente homossexual do país e defende, entre outras causas, os direitos dos negros e das minorias. Com o título da reportagem “A bancada de um homem só”, divulgada em novembro de 2015, a jornalista Adriana Abujamra resgata a história do político desde os seis anos de idade, passando pela sua participação em um *reality show* de visibilidade nacional, até a sua chegada ao Congresso Nacional como deputado, sua atuação política e suas expectativas. Na matéria jornalística “Direita, Volver”, de setembro de 2016, o entrevistado pela jornalista Consuelo Dieguez foi o capitão reformado do exército e deputado federal Jair Bolsonaro. A reportagem traça o perfil do político considerado ultradireitista e católico, destacando seus pensamentos, posições e desafios. As histórias deles se entrecruzam no cenário político da Câmara dos Deputados por episódios em que se “enfrentaram” por apresentarem posições pessoais contrárias e por críticas mútuas com relação às questões de gênero e homossexualidade.³

A finalidade da coluna “Vultos da República” é traçar perfis de figuras que lidam com engrenagens do poder político e, dessa forma, a revista reconstrói a trajetória das personalidades políticas, aborda suas singularidades e excepcionalidades, assemelhando-se a uma narrativa ficcional. Criada em 2006, a **Piauí** difere das revistas tradicionais presentes no mercado editorial brasileiro por praticar o jornalismo literário,⁴ uma narrativa jornalística que emprega recursos literários associados ao aprofundamento no assunto com o propósito de conquistar o leitor. As características mais evidentes de um texto jornalístico literário são a atribuição do caráter estético à escrita e as reportagens contextualizadas. O estilo não obedece à lógica da pirâmide invertida,⁵ dispensando a “objetividade” textual e recusando a linguagem padronizada das mídias tradicionais.

Entendendo que a narrativa se constrói somente no e pelo discurso, a modalidade será abordada como agenciamento discursivo que sintetiza a vida dos personagens políticos.

1 Reflexões sobre narrativas de vida e a mídia como espaço (auto)biográfico

Narrativa de vida, de acordo com Carvalho (2016), é o processo discursivo assumido por um sujeito que conta a vida de um indivíduo que existe ou existiu, sendo ele o próprio narrador de sua história ou outro. O processo de contar a vida de outra pessoa acontece também na mídia quando um jornalista/narrador da história seleciona os fatos que pretende mostrar, desvelar, esclarecer em torno do sujeito biografado e, ao mesmo tempo, conscientemente ou não, silencia dados e deixa certas informações no nível do velado.

Os sintagmas biografia, autobiografia, relatos de vida, história de vida, ato-de-se-contar ou falar-de-si, narrativas de vida, entre outros axiológicos, são utilizados, de modo geral, para remeter a uma situação em que um entrevistador solicita a um outro que lhe conte a sua história de vida ou parte dessa trajetória.

Biografias, autobiografias, confissões, memórias, diários íntimos, correspondências dão conta, há pouco mais de dois séculos, dessa obsessão por deixar impressões, rastros, inscrições, dessa ênfase na singularidade, que é ao mesmo tempo busca de transcendência. [...] Mas na trama da cultura contemporânea, outras formas aparecem disputando o mesmo espaço: entrevistas, conversas, perfis,

3 No plenário da Câmara dos Deputados, durante o processo de *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff, em 2016, após terminar de anunciar o voto, Jean Wyllys cuspiu em direção ao parlamentar Jair Bolsonaro. No seu discurso, Bolsonaro fez menção e enalteceu o ex-chefe de um dos órgãos de repressão da ditadura militar.

4 Lima (1995) explica que jornalismo literário é a narrativa jornalística que emprega recursos literários e esses recursos precisam ter profundidade e qualidade literária para conquistar o leitor. O estilo literário dentro da grande-reportagem faz com que a narrativa cresça, ou seja, consiga ser capaz de conduzir o leitor para que ele se sinta dentro do que está sendo transmitido. Característica geralmente presente na literatura.

5 Pirâmide invertida é uma técnica de construção das notícias que privilegia a disposição das informações em ordem decrescente de importância. Assim, os fatos mais interessantes são escritos no início do texto, enquanto os de menor relevância aparecem na sequência.

retratos, anedotários, testemunhos, histórias de vida, relatos de autoajuda, variantes do show — *talk show*, *reality show*... No horizonte midiático, a lógica informativa do “isso aconteceu”, aplicável a todo registro, fez da vida — e, consequentemente, da “própria” experiência um núcleo essencial de tematização. (ARFUCH, 2010, p. 15).

Arfuch (2010) traz o conceito de “espaço biográfico” para explicar essa emergência das narrativas de si na sociedade contemporânea, as diversas possibilidades de manifestação da dimensão biográfica em diferentes espaços e os gêneros não tradicionais marcados para esse fim.

Documentos que fogem dos modelos genealógicos canônicos das narrativas são considerados por Machado (2016) como “transgressivos”, ou seja, eles escapam do convencional, do esperado. A autora aponta quatro possibilidades que motivam certos indivíduos a empreenderem uma narrativa de suas vidas ou de parte delas: a do sujeito-narrador testemunha de uma fatalidade; a do sujeito-narrador intelectual e criador de ideias, que quer deixar algo de seu trabalho ou de sua vida dedicada a esse trabalho para a posteridade; a do sujeito-narrador político, a quem são solicitadas lembranças ligadas a seu passado; e a do sujeito-narrador irônico, aquele que ri de si mesmo.

Como a proposta deste artigo é analisar as narrativas de dois políticos, é relevante considerar os elementos, levantados por Ansart, citado por Machado e Lessa (2013, p. 101), que estão presentes na construção da narrativa do ser político que reescreve ou é levado a falar de seu passado: “(i) reorganiza lembranças e reinterpreta sua história e a de suas origens; (ii) renova o culto a personalidades fundadoras; e, finalmente, (iii) torna-se narrador e, ao mesmo tempo, herói da história”.

O pacto (auto)biográfico entre leitor e autor proposto por Lejeune (2014) postula que as biografias são marcadas pela categoria da semelhança em dois níveis: da exatidão e da fidelidade. A exatidão é a busca de informações corretas, visando à completude; e o nível da fidelidade se refere à interpretação fiel e objetiva dos fatos resgatados e relatados. Para o autor, os gêneros autobiográficos se caracterizam por uma crença, por parte do leitor, de que existem coincidências nas identidades do autor, narrador e protagonista da história.

De modo geral, as formas de narrar o “eu” utilizam a diacronia para a (re)construção da vida de um personagem e são produzidas com uma sensação de ordenamento, apreensão de uma totalidade de uma trajetória e unidade coerente de uma vida. É o que Pierre Bourdieu, citado por Rondelli e Herschmann (2000), considera “ilusão biográfica”, essa ilusão de uma narrativa estável e autônoma. Essa linearidade e coerência do indivíduo, conforme Bourdieu, são ilusórias, já que a trajetória de um indivíduo varia no tempo e não cessa de ser reconfigurada pelas histórias verdadeiras e fictícias que um sujeito conta de si mesmo.

O apelo à memória e ao passado como recurso para compensar o ritmo acelerado das mudanças contemporâneas foi denominado por Rondelli e Herschmann (2000, p. 202) de “âncoras temporais”. Eles consideram que as formas de “âncoras temporais” acontecem à medida que as coordenadas territoriais e espaciais das pessoas se esmaecem ou são absorvidas pela crescente mobilidade do mundo. As que mais chamam atenção hoje são as biográficas.

As narrativas biográficas e autobiográficas oferecem um enquadramento retrospectivo e prospectivo ao ordenarem a vida articulando memória e aspirações (“projetos”) dos indivíduos, suas motivações e os significados de suas ações numa conjuntura própria de vida, conferindo uma sequência às etapas de uma trajetória pessoal. (RONDELLI; HERSCHMANN, 2000, p. 203).

A narrativa surge justamente do “[...] equilíbrio feito pelo *sujeito-narrador* entre seu testemunho factual incrementado por fatores ficcionais. Estes últimos tentam preencher lacunas da própria fala ou da escrita. Seja como for, memória e imaginação andam sempre de mãos dadas”. (MACHADO, 2016, p. 80, grifo no original).

Dosse (2009) destaca essa tensão constitutiva do gênero biografia por estar “navegando” entre o factual e a vontade estética. Ele considera a biografia um gênero híbrido, ou seja, situa-se numa tensão da vontade de reproduzir um vivido real passado por meio do resgate das vivências pela memória

e o polo imaginativo do biógrafo, que depende da dimensão histórica e da dimensão ficcional. Para ele, é preciso gerir o procedimento para criar aspectos de credibilidade e efeito de real na narrativa, mantendo o pacto da veracidade.

Nessa “avalanche” da narração da vida de anônimos e conhecidos pelo grande público na contemporaneidade, Sibilia (2004, p. 2) chama a atenção para a proliferação dos “espetáculos do eu”, referindo-se à exposição pública da intimidade dos usuários da internet. O “eu”, para a autora, seria uma entidade fictícia, “[...] uma unidade ilusória construída na linguagem a partir da multiplicidade caótica de toda e qualquer existência individual”. A mídia, nesse contexto, torna-se um suporte de divulgação das narrativas e é entendida como espaço da memória e não só de fragmentos.

Essa nova forma do fazer biográfico indica um traço da contemporaneidade, que é a ênfase na subjetividade (ARFUCH, 2010). A entrevista midiática é vista como uma forma de registro da experiência e concentra funções, tonalidades e valores biográficos. O espaço biográfico, na entrevista, para a autora, define-se como um conjunto de momentos autobiográficos.

Diante de tudo isso, serão analisadas as entrevistas de dois políticos que defendem posições distintas entre si. As entrevistas midiáticas estão sendo consideradas como um espaço de relatos de vida, mesmo que fragmentário e anedótico. Para Arfuch (2010), a entrevista na mídia encena a oralidade da narração e torna visível a atribuição da palavra, gerando um efeito de espontaneidade e autenticidade.

A entrevista política no meio jornalístico é especificada pelo contrato midiático no qual temos o entrevistador, o entrevistado e o ouvinte. Segundo Charaudeau (2010, p. 215), a entrevista política é um “[...] gênero que se presume pôr à disposição da opinião pública uma série de julgamentos e de análises que justifiquem o engajamento do entrevistado. Esse gênero se baseia então num ‘é-preciso-dizer-a-qualquer-preço’”. O entrevistado é um representante de si mesmo ou de um grupo que participa da vida política, além de cidadão; ele sabe que suas opiniões serão interpretadas de diversas maneiras pelo público.

2 Análise do corpus

2.1 Entrevista com Jean Wyllys

O título da entrevista com o deputado Jean Wyllys, “A bancada de um homem só”, e a fotografia do parlamentar sozinho em um gabinete aparentemente espaçoso já revelam suas nuances na vida política: não possui importantes influências no meio político; conta com o apoio de poucos deputados do partido ao qual é filiado, o Partido Socialismo e Liberdade (PSOL); é o único deputado *gay* assumido no Congresso Nacional.

Na introdução da entrevista, o locutor (jornalista) narra uma sessão no Senado Federal em que a pauta é a legalização do aborto. A presença de pessoas ligadas a igrejas evangélicas e outros grupos religiosos contra a legalização do aborto é posta na *mise-en-scène*. Em minoria, havia a presença de ativistas de grupos feministas que eram favoráveis à causa em debate. Ao descrever a situação de comunicação, o locutor introduz o entrevistado (sujeito-enunciador⁶) em cena no momento em que ele é citado no plenário e, estando ausente, logo é avisado pela assessora; nervoso, dirige-se ao local. A cena é descrita com muitos detalhes do local e das pessoas que ali assistiam à sessão, como num conto. Assim foi iniciada a narrativa sobre Jean Wyllys:

6 Para Charaudeau (2012, p. 76), o enunciador é protagonista da enunciação e este “[...] realiza papéis languageiros intervindo ou apagando-se no discurso”. Considera-se que a narrativa de vida examinada é comandada pelo locutor (jornalista que assume a narração, conduz e enquadra a fala de Jean Wyllys) e pelo sujeito-enunciador (entrevistado).

Na manhã do último dia 6 de agosto, numa sala lotada do Senado Federal, uma senhora orava, concentrada. Perto dela, duas moças — os cabelos compridos, as saias na altura dos tornozelos e um terço nas mãos — se dividiam entre orações, sorrisos e cochichos. Rapazes de terno e gravata brandiam cartazes com a imagem de um bebê sorridente e a mensagem: “Brasil vivo! Sem aborto!” Um garoto vibrava como se estivesse num estádio de futebol. (WYLLYS, 2015, p. 32).

No decorrer da entrevista, o locutor vai revelando as convicções políticas e bandeiras levantadas pelo sujeito-enunciador, que podem ser assim resumidas: o deputado é a favor da legalização do aborto e das drogas e luta pela defesa dos direitos dos negros e das minorias estigmatizadas, como a comunidade LGBT (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros). O locutor projeta imagens do sujeito-enunciador a partir de marcas em seu discurso, que sinalizam as suas ideologias e crenças. Tons de sofrimento, angústia, nostalgia, mas também de superação das adversidades vividas estão na narrativa.

O locutor revela ainda a personalidade do sujeito-enunciador ao referenciar: “não leva desaforo para casa”; “Wyllys deixou o recinto ofegante”; “Sorriu para fotos com simpatizantes que estavam ali”; “Tinha o ar cansado de quem trabalhara até de madrugada”. Subentende-se que o deputado é um sujeito questionador e destemido ao emitir suas opiniões; a constante adjetivação caracteriza o jeito de ser do deputado: uma pessoa acessível, atenciosa, atuante na vida política e trabalhadora.

O excerto seguinte desvenda, pelas vozes do locutor e sujeito-enunciador, que o parlamentar teve que se impor para ser respeitado no meio político, tradicionalmente marcado pelo machismo, e talvez por isso precisasse passar uma postura e imagem de homem firme: “Jean Wyllys estreou no Congresso em 2011, e não foi de mansinho. ‘Meti o pé na porta. Ou, para usar uma expressão cara aos machistas, botei o pau na mesa. Ou fazia isso ou era engolido’.” (WYLLYS, 2015, p. 34).

A narrativa se desenha em ordem cronológica e diacrônica da vida do parlamentar, mas com algumas “interrupções”, ou seja, com algumas intervenções de outras vozes. Essas vozes revelam que, como outra pessoa qualquer, há quem simpatize com a pessoa e com o profissional Jean Wyllys e há quem faça críticas a ele. Na narrativa, há a evocação de vozes de desafetos e também de pessoas próximas, como amigos e família, mãe, irmã, professor de semiótica da faculdade de Jornalismo e um antropólogo, fundador do Grupo Gay da Bahia, Luiz Mott. Este mostrou as qualidades do entrevistado e também destacou três ressalvas em relação ao deputado: ele age com “estrelismo de franco-atirador”, tomando iniciativas no Congresso sem consultar a base LGBT; a fotografia de Jean Wyllys na capa da revista Rolling Stones, em 2011, como o revolucionário cubano Che Guevara, não foi vista com bons olhos pelo antropólogo, pois, segundo este, Che Guevara era homofóbico; a terceira ressalva está ligada ao apoio à reeleição presidencial de Dilma Rousseff — para o antropólogo, um gay assumido não poderia ter apoiado Dilma, já que ela não se demonstrou uma aliada das causas LGBT.

O relato é conduzido desde o nascimento, a infância pobre e sofrida; descobertas da sexualidade quando criança; humilhações e preconceitos, incluindo os impetrados pelo pai, com relação à sexualidade; alguns percalços da vida; a entrada em um *reality show*; e algumas conquistas, como a entrada no curso de Jornalismo em uma universidade federal e a vida política como deputado federal. O encerramento da entrevista se dá com as expectativas e planos futuros. Acentua-se uma transformação do sujeito no que diz respeito à postura, posicionamentos e trajetória de sucesso. A história de sucesso de Jean Wyllys se assemelha à de muitos “heróis” (auto)biográficos, ou seja, a narrativa se desenvolve mostrando as dificuldades sofridas na infância ou em algum período de sua vida, depois os subterfúgios para a superação dos obstáculos e, finalmente, o alcance do sucesso. Enfim, história de um predestinado.

Na tentativa de construir uma linearidade e coerência na trajetória de vida do enunciador, o locutor utiliza-se de meios estratégicos: “Jean Wyllys de Matos Santos nasceu no dia 10 de março de 1974”; “Na primeira tentativa no vestibular, passou na Universidade Federal da Bahia (UFBA), para cursar Jornalismo”, “Aos 10 anos, o menino e o irmão George foram trabalhar nas ruas de Alagoinhas,

vendendo algodão-doce, calendários do Sagrado Coração de Jesus e livros de ervas medicinais”; “O baiano costuma dizer que se inscreveu no Big Brother com o intuito de fazer uma investigação etnográfica do programa para entender sua engrenagem”. (WYLLYS, 2015, p. 35).

Esse último excerto demonstra uma espécie de “vergonha” de uma experiência vivenciada no passado. Em sua trajetória, revela, nas entrelinhas, que cometeu um deslize no percurso de sua vida ao tentar justificar a sua entrada em um programa popular de televisão, um *reality show*. Programa este que pode ser visto aos olhos do público como um episódio que não acrescenta nenhum conhecimento e que não seria um espaço adequado para um estudioso, intelectual. São justamente esses desdobramentos que constituem e caracterizam o espaço biográfico. “Permite-se a corroboração ou correção de certas circunstâncias significativas, esclarecer, ilustrar, desdizer; em última instância, ‘passar a limpo’ a própria história” (ARFUCH, 2010, p. 178). A autora ressalta que os políticos utilizam da prática metalinguística que se volta sempre para seus ditos e fatos para deixar uma marca na memória pública.

Muitas falas do sujeito-enunciador são reconstruídas na narrativa a partir de eventos de que o deputado participou ou até mesmo das sessões da Câmara dos Deputados. Frases de efeito ditas pelo sujeito-enunciador são postas com aspas pelo locutor: “Sou amado, mas também odiado”; “Homens decentes não assistem a vídeo pornô em plena sessão plenária, homens decentes não são condenados por improbidade administrativa, por roubar dinheiro público”; “Não tenho medo de coronéis, os tempos mudaram. Ele e todos os fascistas desta Casa vão ter de me engolir, vão ter de me engolir. Eu sou homossexual assumido, sim, e se acostume com isso”. (WYLLYS, 2015, p. 38).

A citação do deputado federal Jair Bolsonaro na narrativa de Wyllys foi para tratar de um episódio envolvendo os dois políticos no que diz respeito a um “*kit gay*” preparado pelo Ministério da Educação que seria distribuído em escolas públicas. Marca-se o que Bolsonaro pensa a respeito de Wyllys e da temática homossexualidade, postura e posicionamentos. O locutor assim descreve: “Para Bolsonaro, Wyllys não passa de ‘um ativista *gay* com projetos absurdos que não somam nada para que se valorize a família’”. (WYLLYS, 2015, p. 34). A menção de Wyllys na matéria sobre Jair Bolsonaro foi feita quando pessoas que odeiam Bolsonaro são citadas, incluindo Wyllys e a situação em que, durante a votação do processo de abertura de *impeachment* da então presidente Dilma, ele teria dado uma cusparada em Bolsonaro.

2.2 Análise da entrevista com Jair Bolsonaro

Na entrevista com o deputado federal Jair Bolsonaro, mesmo tendo a mesma intencionalidade de traçar um perfil do entrevistado, a construção da narrativa se desenvolveu com algumas diferenças com relação à de Jean Wyllys. A narrativa de Bolsonaro não resgata acontecimentos e vivências da infância e juventude do entrevistado, ela fica centralizada em sua entrada e atuação política. O título “Direita, volver” e a fotografia do parlamentar simulando empunhar um fuzil já sinalizam o que o leitor poderá encontrar nas páginas seguintes. Na esfera política, o termo “direita” tem sido usado para fazer referência a diferentes posições políticas, representando uma visão mais conservadora ligada a um comportamento tradicional. O termo “volver” significa mover-se de um lado para outro e é utilizado pelas forças militares em exercícios de ordem unida. Unindo os dois sintagmas “direita” e “volver”, pode-se fazer algumas inferências e começar a traçar um perfil do deputado e da narrativa que se segue: um político com postura rígida de um militar e com convicções conservadoras.

No preâmbulo da entrevista, a locutora⁷ descreve o local onde é realizada a entrevista, a postura e os gestos do entrevistado também são considerados. A narrativa em tom ficcional, com a localização

⁷ Assim como foi feito na análise da entrevista de Jean Wyllys, aqui a jornalista/locutora assume a narração, conduz e enquadra a fala de Jair Bolsonaro, o sujeito-enunciador.

espaço-temporal, o modo como se encontrara com o entrevistado e a postura deste diante da entrevistadora podem ser observados no enunciado abaixo:

Jair Bolsonaro estava acomodado atrás de uma mesa de madeira escura, repleta de papéis, quando o encontrei em seu gabinete, na Câmara dos Deputados, num final de tarde de julho. Resfriado, aparentava cansaço. Antes mesmo que me sentasse, perguntou se eu havia gostado dos quadros na parede. Eram fotos emolduradas dos generais que ocuparam a presidência da República durante a ditadura militar. Humberto Castello Branco, Arthur da Costa e Silva, Emílio Garrastazu Médici, Ernesto Geisel e João Baptista Figueiredo. “Você queria que eu colocasse a foto de quem aí? Da Dilma?”, e riu alto. Em seguida, já com o cenho franzido, determinou: “Pergunta. Pode perguntar o que você quiser que eu respondo”. [...] Não é preciso muito esforço para arrancar respostas do deputado. Elas costumam ser incisivas e não raro se confundem com um ataque ao interlocutor. Suas posições e a maneira como as exprime já lhe renderam acusações de ser racista, misógino, xenófobo, homofóbico e fascista. “Se bobear, sou até gordofóbico”, ele riu novamente. Bolsonaro rejeita as imputações. Acusa “a imprensa imbecil” — imbecil é um termo que ele emprega com frequência — de interpretar mal suas palavras, isso quando não age de maneira desonesta. (BOLSONARO, 2016, p. 18).

Nessas primeiras palavras de introdução do texto, é possível perceber o tom que o locutora quer transmitir a respeito do sujeito-enunciador, ao delinear um perfil do entrevistado. Diante do exposto, a narrativa revela um parlamentar grosseiro ao emitir suas opiniões e ao se expressar, um sujeito exaltado, debochado, preconceituoso, homofóbico, intolerante e que apresenta um jeito ríspido para tratar as pessoas. Essa postura, segundo a matéria, já lhe rendeu processos judiciais e desavenças. O enunciado revela ainda ser uma pessoa conivente com a ditadura militar, o regime instaurado no Brasil de 1964 a 1985, que foi marcado por censura política, tortura, repressão e cerceamento dos direitos civis.

Todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Para tanto, não é necessário que o locutor faça seu autorretrato, detalhe suas qualidades nem mesmo fale explicitamente de si. Seu estilo, suas competências linguísticas e enciclopédicas, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação de sua pessoa. Assim, deliberadamente ou não, o locutor efetua em seu discurso uma apresentação de si. (AMOSSY, 2013, p. 9).

Os pontos de vista são construídos pelo locutora a partir de adjetivações sobre o parlamentar, e esse meio argumentativo é utilizado durante toda a narrativa, como pode ser observado nos enunciados: “Bolsonaro é odiado”; “Não tem espaço cativo nos meios de comunicação”; “Ele foi o único a agir, ferozmente, em defesa dos militares”; “O assunto migrou para o MST, outro inimigo de Bolsonaro”; “Bolsonaro ficou tão alterado ao falar do assunto”. (BOLSONARO, 2016, p. 23). As expressões revelam, assim, um político que tem muitas desavenças no meio político, de difícil convivência e com intolerância quando se trata de minorias e grupos marginalizados da sociedade.

As marcas da presença do locutora na encenação são postas durante toda a entrevista, revelando-se, dessa forma, uma heterogeneidade discursiva. O autor, ao se desdobrar em personagem, projeta diversos biografemas, ou seja, fragmentos que se sustentam entre ficção e realidade (ARFUCH, 2010). Para Barthes (2003), biografemas seriam representações dos fragmentos de uma vida. Espécie de invenção pautada num modelo real imaginário que visa a garantir contornos específicos a uma biografia. Para a entrevista, constata-se que os biografemas utilizados como critérios para a construção do roteiro foram: entrada na vida política, os desafetos e o êxito na política.

Uma dessas vozes é a do cientista político e professor da Universidade de São Paulo André Singer, que comentou sobre a popularidade de Bolsonaro e explicou que é preciso cautela quanto ao “fenômeno” Bolsonaro. “O que essa opção por Bolsonaro vocaliza? Um antipetismo radical? O apoio à volta dos militares? Uma onda conservadora ligada à intolerância religiosa? O sentimento anticomunista? Sim, porque embora não exista comunismo, sabemos que o anticomunismo existe.” (SINGER apud BOLSONARO, 2016, p. 20).

Outro cientista político, Eduardo Giannetti, é evocado no texto, e ele chama a atenção para o discurso do medo, que, para ele, é típico da direita em todo o mundo, e aqui é representado por Bolsonaro. Os questionamentos levantados pelos cientistas políticos podem revelar uma intencionalidade do locutor em estimular uma reflexão por parte da população brasileira sobre o possível apoio político a Bolsonaro, já que este tem como meta chegar à presidência da República em 2018.

As convicções políticas do deputado ficaram claras na narrativa, o parlamentar é contra Fidel Castro, Hugo Chávez, Lula, Dilma, PT, MST, ou seja, personalidades políticas que compartilham (ou compartilhavam) de ideais políticos progressistas. É contra também a lei do desarmamento, as cotas raciais, é crítico ao Bolsa Família (programa de governo de transferência de renda), contrário à educação sexual nas escolas que aborde questões de gênero e homossexualidade. Ele tem apoio de pessoas ligadas à igreja evangélica, da classe alta da sociedade e vem conquistando simpatia do público jovem com inserção no mundo das redes sociais.

Quando se pensa que as qualidades do entrevistado serão ressaltadas na reportagem pelo locutor ao fazer uma descrição de suas características físicas, o discurso sobre o jeito sisudo do entrevistado é retomado, como pode ser observado nas linhas seguintes: "Bolsonaro é um homem alto, de cabelos lisos, pele clara, olhos de um azul intenso e expressão permanentemente crispada." (BOLSONARO, 2016, p. 20).

Até mesmo as falas do sujeito-enunciador são carregadas de preconceitos e intransigências que não contribuem para ressaltar as suas qualidades e melhorar a sua imagem, como pode ser percebido nestes enunciados: "Se depender de mim, proprietário rural vai ter fuzil em sua propriedade para combater o MST"; e "Eu quero saber se você gostaria de ser operada por um médico que entrou na universidade pelo sistema de cotas". (BOLSONARO, 2016, p. 21).

Para Charaudeau (2012, p. 58), o "discurso político se caracteriza por um jogo polêmico que utiliza constantemente contratos e estratégias para convencer ou seduzir o outro". O autor considera que, no discurso político, há uma construção e uma imagem de "fusão identitária" como estratégia de dramatização, com o intuito de que todos os cidadãos se sintam integrados. Por exemplo, quando um político deixa sua marca sinalizando que todos, sem distinção, serão beneficiados com tal compromisso, está-se querendo passar essa imagem de "fusão identitária". Essa estratégia não é vista em Bolsonaro, sendo que ele demarca claramente as suas preferências e seu engajamento político-ideológico.

3 Construções biográficas que projetam *ethos*

"O orador que mostra em seu discurso um caráter honesto parecerá mais digno de crédito aos olhos de seu auditório" (EGGS, 2013, p. 29). O autor destaca o enunciado para tratar do *ethos* aristotélico, que se encaixa nas entrevistas midiáticas analisadas neste artigo. A entrevista é uma oportunidade para o entrevistado de ter visibilidade social e mostrar suas qualidades, pretensões, anseios e intenções para o grande público e, com isso, conseguir mais simpatizantes, estratégia importante e necessária principalmente no caso dos políticos.

Nas narrativas analisadas, percebe-se que as locutoras/jornalistas delinearam os perfis das duas personalidades políticas, explorando não só acontecimentos vividos pelos personagens, mas revelando marcas de subjetividade e atribuindo traços de caráter (*ethos*) aos seus entrevistados ao relatar as crenças, valores, sentimentos e relações interpessoais. Percebe-se que esses sujeitos emitiram suas opiniões durante a narrativa, mesmo que veladamente. Enfim, não temos discursos neutros. Os acentos valorativos, mesmo que implícitos, assumem representações que já estão cristalizadas pela memória coletiva sobre os dois deputados federais.

As narrativas reforçaram os imaginários sociais dos já-ditos cristalizados na população brasileira a respeito dos dois políticos: o de Jean Wyllys, um batalhador, que sofre preconceitos pela homossexualidade; e o de Jair Bolsonaro, um sujeito ríspido e de opiniões bem tradicionais, mas que, mesmo assim, tem muitos adeptos e simpatizantes. A narrativa biográfica de Jean Wyllys é pautada no ordenamento de uma rotina de um ser comum, que perde e ganha na vida, tem decepções, mas também apresenta virtudes e se consolida com uma trajetória profissional de sucesso. Em Jair Bolsonaro, tanto o entrevistado quanto o entrevistador não estão preocupados em passar uma imagem de bom moço, pessoa generosa, que precisa ser aceito, de ser benquisto.

Os imaginários, considerados o modo de apreensão do mundo, são mobilizados no processo de reconstrução das memórias dos biografados. “O imaginário é efetivamente uma imagem da realidade, mas imagem que interpreta a realidade, que a faz entrar em um universo de significações.” (CHARAUDEAU, 2006, p. 203). Os imaginários nascem dos mecanismos das representações sociais, as quais transformam a realidade em real significante. (CHARAUDEAU, 2007). São resultados de um processo de simbolização e significação do mundo, de caráter afetivo-racional, por meio da intersubjetividade das relações humanas, que se depositam na memória coletiva.

Subentende-se que os consumidores da revista **Piauí** são leitores adeptos a reportagens aprofundadas, textos longos e demarcados pela contextualização. Normalmente, as narrativas se caracterizam pela inclusão do narrador como parte integrante do enredo por meio de falas explícitas de sua inserção. Pode-se presumir que os leitores da coluna “Vultos da República” já possuem um conhecimento prévio de quem são esses dois políticos em questão e algumas de suas posturas e ideologias.

Ao narrar-se, o sujeito recorre à memória e a lembranças de experiências e acontecimentos vividos e, assim, estrutura a vida e constrói sua identidade pela sua atuação na sociedade e no relacionamento com os outros. Trabalhar com os relatos (auto)biográficos de personalidades políticas dentro do escopo midiático é revelar, portanto, a riqueza de possibilidades de estudo sobre as narrativas em diferentes materialidades discursivas e favorecer a discussão sobre um espaço de produção de sentidos. É, dessa forma, desvelar as máscaras do “eu” presentes nas narrativas e refletir sobre a relação do sujeito com a coletividade.

Referências

- AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de *ethos* à análise do discurso. In: AMOSSY, Ruth. (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. São Paulo: Contexto, 2013. p. 9-28.
- ARFUCH, Leonor. **O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea**. Tradução de Paloma Vidal. Rio de Janeiro: Eduerj, 2010.
- AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. Heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva: elementos para uma abordagem do outro no discurso. In: AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. **Entre a transparência e a opacidade: um estudo enunciativo do sentido**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.
- BARTHES, Roland. **Roland Barthes por Roland Barthes**. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.
- BOLSONARO, Jair. Direita, volver. Pré-candidato à presidência, Jair Bolsonaro coloca o ultraconservadorismo no jogo eleitoral. Entrevista concedida a Consuelo Dieguez. **Revista Piauí**, ed. 120, p. 18-26, set. 2016.
- CARVALHO, Aline Torres Souza. Relações teórico-metodológicas entre a AD e a Narrativa de Vida. In: MACHADO, Ida Lúcia; MELO, Mônica Santos de Souza. (Org.). **Estudos sobre narrativas em diferentes materialidades discursivas na visão da Análise do Discurso**. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, FALE/UFGM, 2016. p. 21-42.
- CHARAUDEAU, Patrick. Os imaginários de verdade do discurso político. In: CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso político**. Tradução de Fabiana Komesu e Dílson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2006. p. 187-208.
- CHARAUDEAU, Patrick. Les stéréotypes, c'est bien, les imaginaires, c'est mieux. In: BOYER, Henri. **Stéréotypage, stereotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène**. Langue(s), discours. Paris: Harmattan, 2007. v. 4, p. 49-63.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discursos das mídias**. 2. ed. Tradução de Ângela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2010.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. São Paulo: Contexto, 2012.
- DOSSE, François. **O desafio biográfico: escrever uma vida**. Tradução de Gilson César Cardoso de Souza. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009.
- EGGS, Ekkehard. *Ethos* aristotélico, convicção e pragmática moderna. In: AMOSSY, Ruth. (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. São Paulo: Contexto, 2013. p. 29-56.
- FIORIN, José Luiz de. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2006.
- HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da "mediação de tudo". **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.
- LEJEUNE, Philippe. **O pacto autobiográfico: de Rousseau à internet**. Tradução de Jovita Maria Gerheim Noronha e Maria Inês Coimbra Guedes. Belo Horizonte: Editora UFGM, 2014.
- LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. 2. ed. Campinas: Unicamp, 1995.
- MACHADO, Ida Lúcia. **Reflexões sobre uma corrente de análise do discurso e sua aplicação em narrativas de vida**. Portugal: Grácio Editor, 2016.
- MACHADO, Ida Lúcia; LESSA, Cláudio Humberto. Reflexões sobre o gênero narrativa de vida do ponto de vista da Análise do Discurso. In: JESUS, Sérgio, N.; SILVA, Sueli, M. R. (Org.). **O discurso e outras materialidades**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2013. p. 102-122.

RONDELLI, Elizabeth; HERSCHMANN, Micael. A mídia e a construção do biográfico - o sensacionalismo da morte em cena. **Tempo Social, Revista de Sociologia da USP**, São Paulo, v. 12, n.1, p. 201-218, maio 2000.

SIBILIA, Paula. O “eu” dos *blogs* e das *webcams*: autor, narrador ou personagem: In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004, Porto Alegre. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2004. CD ROM.

WYLLYS, Jean. A bancada de um homem só. O único deputado federal assumidamente homossexual do país tenta fazer frente à pauta conservadora do Congresso e sofre cobranças do movimento *gay*. Entrevista concedida a Adriana Abujamra. **Revista Piauí**, ed. 110, p. 32-39, nov. 2015.

Circulação de um enunciado na mídia: religião e acontecimento

Edvania Gomes da Silva*

Resumo

Neste artigo, analisamos o enunciado “Umbanda e Candomblé não são religiões”, que faz parte da sentença emitida pelo Juiz Eugenio Rosa de Araújo, titular da 17ª Vara Federal do Rio de Janeiro, em 28 de abril de 2014, e foi retomado em algumas notícias da mídia escrita brasileira. Na análise, verificamos de que forma a emergência do referido enunciado na mídia funciona como um acontecimento discursivo, tal como definido por Pêcheux (2006); e como o referido acontecimento vai se (re)inscrevendo na memória dos coenunciadores por meio de estratégias textuais, como as ilhas ou ilhotas textuais, estudadas por Authier-Revuz (1998; 2004) e Maingueneau (2002), e as aforizações, conforme Maingueneau (2014). Os resultados mostraram que as diferentes maneiras de a mídia se referir à sentença do juiz se constituem como um acontecimento discursivo, pois, a partir da aforização destacada da referida sentença, surgem outras possibilidades de uma “desestruturação-reestruturação das redes e trajetos de interpretação”, de acordo com Pêcheux (2006, p. 56).

Palavras-chave: Discurso religioso. Religiões de matriz africana. Acontecimento discursivo. Aforização.

Circulation of a story in the media: religion and event

Abstract

This article analyzes the statement “Umbanda and Candomblé are not religions”, which is part of the sentence issued by Judge Eugênio Rosa de Araújo, chief judge of the 17th Federal Court of Rio de Janeiro, Brazil, on April 28th, 2014, and it was resumed in some news of the Brazilian written media. In this analysis, we verified how the emergence of that statement in the media functions like a discursive event, as defined by Pêcheux (2006); and how this event is (re)inscribed in the memory of the co-enunciators by means of textual strategies like the textual “islands”, studied by Authier-Revuz (1998; 2004) and Maingueneau (2002), and aphorization, according to Maingueneau (2014). The results demonstrated that different ways of referring to the judge’s statement constitute a discursive event; this is due to the fact that, from the detached aphorization of that statement, other possibilities of “disruption-reconstitution of the networks and paths of interpretation” emerge, as stated by Pêcheux (2006, p. 56).

Keywords: Religious discourse. African religions. Discursive event. Aphorization.

Recebido: 20/10/2017

Aceito: 12/06/2018

* Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). Docente do Programa de Pós-Graduação em Memória: Linguagem e Sociedade e do Programa de Pós-Graduação em Linguística. Membro do Grupo de Pesquisa em Análise de Discurso (GPADis) e do Centro de Pesquisa FEStA - Fórmulas e Estereótipos: Teoria e Análise, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

Considerações iniciais

Neste artigo, analisamos a emergência, na mídia escrita brasileira, do enunciado “Umbanda e Candomblé não são religiões”. O referido enunciado é parte da sentença emitida pelo Juiz Eugenio Rosa de Araújo, titular da 17ª Vara Federal do Rio de Janeiro, em 28 de abril de 2014, em resposta a uma Ação Civil Pública, impetrada pelo Ministério Público Federal (MPF),¹ solicitando que a Justiça Federal obrigasse o Google a retirar 15 vídeos que supostamente ofenderiam a Umbanda e o Candomblé, postados no *site* YouTube. O objetivo da análise é verificar de que forma a emergência do referido enunciado na mídia funciona como um acontecimento discursivo, tal como definido por Pêcheux (2006); e como o referido acontecimento vai se (re)inscrevendo na memória dos coenunciadores por meio de estratégias textuais, como as ilhas ou ilhotas textuais (AUTHIER-REVUZ, 1998; 2004; MAINGUENEAU, 2002) e as aforizações (MAINGUENEAU, 2014).

1 sobre o acontecimento

No início de 2014, a Associação Nacional de Mídia Afro (ANMA) levou ao conhecimento do Ministério Público Federal do Rio de Janeiro, por meio da Procuradoria Regional dos Direitos do Cidadão, um conjunto de vídeos veiculados na internet através do *site* YouTube, que pertence à empresa Google. Segundo essas gravações:

As religiões de origem africana estão ligadas ao “mal” e ao “demônio”. Um dos vídeos afirma que “não se pode falar em bruxaria e magia negra sem falar em africano” e outro associa o uso de drogas, a prática de crimes e a existência de doenças como a Aids a essas religiões. (O ESTADO DE S. PAULO, 16/05/2014. Disponível em: <<http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral>>, grifos nossos).

O MPF entendeu que os vídeos disseminam o preconceito, a intolerância e a discriminação religiosa e enviou uma recomendação ao Google no Brasil para que retirasse as gravações da internet. A empresa não atendeu à solicitação, alegando que o material divulgado “nada mais é do que a manifestação da liberdade religiosa do povo brasileiro” (GOOGLE apud O ESTADO DE S. PAULO, 16/05/2014. Disponível em: <<http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral>>) e que os vídeos apresentados não violam as regras da empresa. Diante da postura do Google, o MPF foi à Justiça para pedir a retirada dos vídeos. Contudo, o juiz do caso, Eugenio Rosa de Araújo, da 17ª Vara Federal do Rio de Janeiro, também não atendeu ao pedido e, em sentença, emitida em 28 de abril de 2014, afirmou que:

A retirada dos vídeos referentes a opiniões da igreja Universal sobre a crença afro-brasileira envolve a concorrência não a colidência entre alguns direitos fundamentais, dentre os quais destaco:

- Liberdade de opinião;
- Liberdade de reunião;

¹ O Ministério Público Federal (MPF) do Brasil faz parte do Ministério Público da União (MPU), que também é composto pelo Ministério Público do Trabalho, pelo Ministério Público Militar e pelo Ministério Público do Distrito Federal e Territórios (MPDFT). Juntos, o MPU e os Ministérios Públicos Estaduais formam o Ministério Público do Brasil. O Chefe da instituição é o Procurador-Geral da República. As atribuições e os instrumentos de atuação do Ministério Público estão previstos no art. 129 da Constituição Federal, dentro do capítulo “Das funções essenciais à Justiça”. As funções e atribuições do MPU estão na Lei Complementar nº 75/93. Cabe ao Ministério Público Federal defender os direitos sociais e individuais indisponíveis (direito à vida, dignidade, liberdade, etc.) dos cidadãos perante o Supremo Tribunal Federal, o Superior Tribunal de Justiça, os tribunais regionais federais, os juízes federais e juízes eleitorais. O MPF atua nos casos federais, regulamentados pela Constituição e pelas leis federais, sempre que a questão envolver interesse público, seja em virtude das partes ou do assunto tratado. Também cabe ao MPF fiscalizar o cumprimento das leis editadas no país e daquelas decorrentes de tratados internacionais assinados pelo Brasil. Além disso, o Ministério Público Federal atua como guardião da democracia, assegurando o respeito aos princípios e normas que garantem a participação popular. (http://www.prr4.mpf.gov.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=19. Consultado em 01/10/2018)

- Liberdade de religião.

Começo por delimitar o campo semântico de liberdade, o qual se insere no espaço de atuação livre de intervenção estatal e de terceiros.

No caso, ambas as manifestações de religiosidade não contêm os traços necessários de uma religião a saber, um texto base (corão, bíblia, etc.), ausência de estrutura hierárquica e ausência de um Deus a ser venerado. Não se vai entrar, neste momento, no pantanoso campo do que venha a ser religião, apenas, para ao exame da tutela, não se apresenta malferimento de um sistema de fé. As manifestações religiosas afro-brasileiras não se constituem em religiões, muito menos os vídeos contidos no Google refletem um sistema de crença — são de mau gosto, mas são manifestações de livre expressão de opinião.

Quanto ao aspecto do direito fundamental de reunião, os vídeos e bem como os cultos afro-brasileiros, não compõem uma vedação à continuidade da existência de reuniões de macumba, umbanda, candomblé ou quimbanda. Não há nos autos prova de que tais “cultos afro-brasileiros” — expressão que será desenvolvida no mérito — estejam sendo efetivamente turbados pelos vídeos inseridos no Google.

[...]

Isto posto, revogo a decisão de emenda da inicial, indefiro a tutela pelas razões expostas e determino a citação da empresa ré para apresentar a defesa que tiver no prazo legal. (RIO DE JANEIRO, 28/04/2014).

Na mídia, a sentença do juiz passou a circular por meio do seguinte enunciado “Umbanda e Candomblé não são religiões”, geralmente, precedido (ou seguido) de uma expressão formada com o substantivo “juiz” e um verbo de dizer (diz, afirma, define, etc.), como podemos constatar nas seguintes manchetes:

1. Juiz diz que umbanda e candomblé não são religiões (**O Estado de S. Paulo**, 16/05/2014. Disponível em: <<http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral>>);
2. Umbanda e candomblé não são religiões, diz juiz federal (**Folha de S. Paulo**, 16/05/2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder>>);
3. Em decisão, juiz diz que umbanda e candomblé não são religiões (**Jornal Opção**, 18/05/2014. Disponível em: <<http://www.jornalopcao.com.br/ultimas-noticias>>);
4. Justiça Federal define que cultos afro-brasileiros, como a umbanda e candomblé, não são religiões (**Gospel Mais**, 15/05/2014. Disponível em: <<http://noticias.gospelmais.com.br>>).

A partir do acontecimento acima descrito, perguntamos: quais operações linguísticas ocorrem na construção do enunciado a partir do qual a sentença do juiz passa a ser referida na/pela mídia? De que forma essas mudanças e/ou adequações linguísticas mostram/materializam certo funcionamento discursivo? E, finalmente, quais memórias entram em funcionamento para que a retomada que a mídia faz da sentença do juiz seja possível?

Para responder a essas questões, partimos da hipótese de que a frase que sintetiza a sentença do juiz Eugenio Rosa de Araújo nos textos publicados na/pela mídia atualiza uma polêmica discursiva que há algum tempo circula na sociedade brasileira, principalmente no campo religioso, mas também em outros campos, como o político e o jurídico. Essa polêmica diz respeito ao estatuto de religião de algumas denominações religiosas existentes no Brasil, tais como aquelas de matriz africana, como é o caso do Candomblé e da Umbanda, mas também de outras manifestações religiosas, como é o caso da Igreja Adventista do Sétimo Dia, considerada por algumas denominações cristãs como sendo uma “seita”, e do Espiritismo Kardecista. Estendemos um pouco mais nossa hipótese e defendemos que essa memória, que remete em princípio ao funcionamento das religiões na sociedade brasileira, está relacionada à questão religiosa de uma forma mais geral, pois também esteve presente em outras

sociedades e em outras épocas, mesmo que, em cada uma delas, apresente características próprias, as quais dizem respeito às condições de possibilidade que permitem as diferentes configurações/reconfigurações da referida polêmica.² Nessa polêmica, busca-se determinar/definir quais denominações, dentre as tantas existentes, “podem” ser consideradas “religião”. Essa questão está relacionada àquilo que Foucault (2002) chama de “modalidades enunciativas”. Trata-se, portanto, de saber “qual é o *status* dos indivíduos que têm — e apenas eles — o direito regulamentar ou tradicional, juridicamente definido ou espontaneamente aceito, de proferir semelhante discurso?” (FOUCAULT, 2002, p. 57). Ou seja, *quem fala* do lugar da religião?

1.2 Candomblé e Umbanda no Brasil: algumas considerações

Apesar de o foco deste artigo não ser o estudo das religiões de matriz africana, apresentamos, neste tópico, uma breve discussão acerca da origem do Candomblé e da Umbanda no Brasil, a fim de compreendermos melhor o funcionamento discursivo tanto da solicitação do Ministério Público Federal quanto da sentença do juiz Eugenio Rosa de Araújo.

O Candomblé é uma religião de matriz africana, cuja origem está relacionada com o grupo dos Yorubás. De acordo com Verger (2002), o termo *Yorùbá* aplica-se a um grupo linguístico que se une culturalmente, mas jamais se uniu politicamente. Nesse sentido, o Yorubá constitui uma unidade linguística (mesma língua) que, ainda segundo o autor, “teve a tendência de ser posteriormente aplicada a um povo, a uma nação ou a um território” (VERGER, 2002, p. 11). Os reinos dos Yorubás, que estão localizados na atual Nigéria, passaram por diversas transformações históricas, as quais estiveram relacionadas a crises, guerras entre reinos irmãos, e também ao comércio de escravos, com destaque para o grande reino de *Oyó* (um dos reinos Yorubá), que alimentou, durante grande parte do século XIX, a escravidão, principalmente, no Brasil, em Cuba e na Jamaica.

No Brasil, a descendência Yorubá tornou-se uma das mais importantes referências para formação da cultura brasileira. Assim, por meio de narrativas míticas, os principais ensinamentos acerca da natureza do mundo e da sua estrutura física e espiritual são perpetuados como um sistema de crenças Yorubá, transmitido oralmente, permitindo aos descendentes da cultura africana reviver no Brasil suas tradições e memória. A história dos Yorubás na África é reinterpretada no Brasil, misturada nos espaços culturais e religiosos afro-brasileiros com traços africanos, ameríndios e cristãos, fazendo surgir novos elementos culturais e religiosos.

O Candomblé pode ser definido como uma religião, concebida no Brasil, e que tem suas origens na herança sociocultural deixada pelos negros africanos durante o tráfico de escravos. Essa religião foi se consolidando no Novo Mundo a partir de adaptações dos cultos a entidades espirituais, como os Orixás, Voduns e Inquices, trazidos da África e reconfigurados nas terras brasileiras. Trata-se, mais especificamente, de uma nova religião que funciona tendo como uma de suas bases o arquétipo de

2 Para Foucault, as “condições de possibilidade” dizem respeito a todo o sistema que permite o surgimento de diferentes objetos discursivos. Dessa forma, é possível afirmar que tal conceito relaciona-se com as práticas discursivas que circulam socialmente. Assim, Foucault (2002) defende que as emergências discursivas devem ser consideradas a partir de suas condições históricas associadas tanto ao seu surgimento quanto à sua legitimação, pois todo saber se define em um espaço epistêmico singular, o qual pode ser datado e analisado em sua historicidade. Dessa forma, para a análise das diferentes práticas discursivas e de suas regras características, a fim de estabelecer as condições de realização dos enunciados, Foucault propõe uma arqueologia, asseverando que “as descrições arqueológicas, em seu desenrolar e nos campos que percorrem, articulam-se com outras disciplinas: procurando definir, fora de qualquer referência a uma subjetividade psicológica ou constituinte, as diferentes posições de sujeito que os enunciados podem implicar, a arqueologia atravessa uma questão que é colocada hoje, pela psicanálise; tentando fazer aparecer as regras de formação dos conceitos, os modos de sucessão, encadeamento e coexistência dos enunciados, ela se depara com o problema das estruturas epistemológicas; estudando a formação dos objetos, os campos nos quais emergem e se especificam, estudando também as condições de apropriação dos discursos, se depara com a análise das formações sociais” (FOUCAULT, 2002, p. 235).

Ogunjá: “[...] divindade responsável pela transmissão dos valores e normas culturais; a divindade da guerra por excelência” (ADÉKÒYÁ, 1999, p. 94). Assim, os comportamentos e pensamentos formados no interior do Candomblé podem ser percebidos principalmente no que diz respeito às características de suas relações culturais. É por isso que o termo “Candomblé” designa tanto uma organização religiosa de matriz africana, que expressa um conjunto de valores, crenças e mitos, quanto pode designar também, em um sentido mais espacial, o terreiro, lugar onde acontece o culto. É o que mostram, respectivamente, as duas citações abaixo:

O termo ‘Candomblé’, abandonado nos modernos dicionários da língua e na vasta literatura etnográfica, é de uso corrente na área linguística da Bahia para designar os grupos religiosos, caracterizados por um sistema de crenças em divindades chamadas de santos ou orixás e associados ao fenômeno de possessão ou transe mítico (LIMA, 2003, p. 118).

O lugar em que os negros da Bahia realizam as suas características festas religiosas tem hoje o nome de candomblé, que antigamente significou somente as festas públicas anuais das seitas africanas, e em menor escala os nomes de terreiro, roça ou aldeia, este último no caso dos candomblés de influência ameríndia (CARNEIRO, 2008, p. 35).

Em relação à Umbanda, verificamos que há também uma relação com os grupos dos Yorubás, afinal, como dito acima, os referidos grupos estão relacionados, com mais ou menos ênfase, a todas as religiões de matriz africana. Contudo, a Umbanda é ainda mais fruto da mistura que formou a cultura brasileira. Em relação a essa mistura, Gruzinski afirma:

A mistura dos seres humanos e dos imaginários é chamada de mestiçagem, sem que se saiba exatamente o que o termo engloba, e sem que nos interroguemos sobre as dinâmicas que ele designa. Misturar, mesclar, amalgamar, interpretar, cruzar, interpretar, superpor, justapor, interpor, imbricar, colar, fundir etc., são muitas as palavras que se aplicam à mestiçagem e afogam sob uma profusão de vocábulos a precisão das descrições e a indefinição dos pensamentos (GRUZINSKI, 2001, p. 42).

Nessa perspectiva, a Umbanda é fruto de uma grande mistura, pois é uma religião brasileira formada a partir da relação entre elementos de outras religiões como catolicismo, espiritismo kardecista, além de elementos da cultura africana e da cultura indígena. A palavra é derivada de *u’mbana*, um termo que significa “curandeiro” na língua banta falada na Angola, o quimbundo. O culto umbandista é realizado em templos, terreiros ou centros apropriados para o encontro dos praticantes, os quais entoam cânticos e fazem uso de instrumentos musicais como o atabaque. O culto se assemelha ao do Candomblé, no entanto, trata-se de religiões que possuem práticas distintas.³

Ao longo do tempo, a Umbanda passou por transformações e foi se demarcando de outras religiões. Também criou ramificações, dentre as quais, citamos: i) Umbanda Tradicional, criada no Rio de Janeiro por Zélio Fernandino de Moraes, que tem relação com o Candomblé, mas também “assimilou preces, devoções e valores católicos que não fazem parte do universo do candomblé” (PRANDI, 2004, p. 266); ii) Umbandomblé ou Umbanda Traçada, culto em que um mesmo sacerdote pode realizar sessões distintas de Umbanda ou de Candomblé; Umbanda Branca, que utiliza elementos do espiritismo kardecista, seus adeptos usam roupas brancas; iii) Umbanda de Caboclo, que tem forte influência da cultura indígena brasileira.

3 Algumas das diferenças entre Candomblé e Umbanda: i) no Candomblé, os cultuados, os Orixás [ou Orijás], são considerados deuses, já na Umbanda, ainda que o culto também invoque e evoque Orixás, esses são considerados meros espíritos ancestrais mais antigos, que figuram ao lado de numerosas outras entidades representativas de ancestrais mais modernos e/ou contemporâneos; ii) na Umbanda, os ancestrais são vistos como antepassados mesmo, pessoas mortas, homens e mulheres proeminentes e/ou sábios ou, ainda, perversos. São espíritos que “baixam” no culto [evocação, sem incorporação] ou incorporam nas pessoas [invocação] a fim de atuar no mundo dos vivos, já no Candomblé, os santos são como os heróis e deuses gregos, grandes reis, guerreiros e personagens que foram mitificados e, assim, alcançaram a condição de divindades.

3 Análise: do destacamento à aforização

Para empreender a análise a que nos propomos, buscando responder às perguntas de pesquisa, partimos de alguns conceitos operacionais que fazem parte do quadro teórico da Escola Francesa de Análise de Discurso: i) o conceito de “acontecimento discursivo”, tal como definido por Pêcheux (2006), bem como sua relação com a noção de “memória discursiva”, também definida por Pêcheux (2007); e ii) os conceitos de “ilhas ou ilhotas textuais” (AUTHIER-REVUZ, 1998; 2004; MAINGUENEAU, 2002) e de “aforização” (MAINGUENEAU, 2014). No decorrer das análises, apresentamos os aspectos que nos interessam em relação aos referidos conceitos.

Como dito no tópico 1 deste trabalho, a sentença do juiz Eugenio Rosa de Araújo passou a circular na mídia a partir de uma frase que, supostamente, resumiria o conteúdo da referida sentença. Vejamos, primeiramente, como se deu o destacamento operado pelo enunciador para produzir esse enunciado. Para tanto, apresentamos, abaixo, o trecho do qual a frase foi retirada:

No caso, ambas as manifestações de religiosidade não contêm os traços necessários de uma religião, a saber, um texto base (corão, bíblia, etc.), ausência de estrutura hierárquica e ausência de um Deus a ser venerado. Não se vai entrar, neste momento, no pantanoso campo do que venha a ser religião, apenas, para ao exame da tutela, não se apresenta malferimento de um sistema de fé. As manifestações religiosas afro-brasileiras não se constituem em religiões, muito menos os vídeos contidos no Google refletem um sistema de crença — são de mau gosto, mas são manifestações de livre expressão de opinião (RIO DE JANEIRO, 28/04/2014, grifos nossos).

No excerto acima, vemos que o trecho “As manifestações religiosas afro-brasileiras não se constituem em religiões” tem um efeito de frase “destacada”, pois se trata de um enunciado autônomo do ponto de vista textual, uma vez que “não precisamos considerar o que precede e o que segue para compreendê-lo”. (MAINGUENEAU, 2014, p. 14). Além disso, o referido enunciado apresenta um caráter generalizante ou genérico, produzido principalmente pela expressão referencial definida “As manifestações religiosas afro-brasileiras”, que materializa um “pré-construído” segundo o qual há algo que pode ser nomeado por essa expressão e que, como o próprio nome indica, corresponde a uma “manifestação religiosa”. Vale salientar que o conceito de pré-construído, cunhado por Pêcheux (1975/1988), diz respeito a uma marca em um enunciado de um discurso anterior a ele. Trata-se, portanto, de um “já-dito” que sustenta cada palavra e/ou enunciado, permitindo que seja realizada a remissão de um dizer a toda uma filiação de outros dizeres. Corresponde, assim “ao ‘sempre-já-ai’ da interpelação ideológica que ‘fornece-impõe’ a ‘realidade’ e seu ‘sentido’ sob a forma da universalidade” (PÊCHEUX, 1975/1988, p. 164).

Contudo, esse caráter generalizante do enunciado é quebrado, em certa medida, pela sua continuidade, pois tal continuidade se constitui como uma negação polêmica. E, por definição, na negação polêmica, “o locutor, assimilando-se ao enunciador E2 da recusa, opõe-se não a um *locutor*, mas a um enunciador E1, que coloca em cena no seu próprio discurso” (DUCROT, 1987, p. 204, grifo do original). Nesse caso, o caráter genérico do enunciado é questionado pela instauração desse enunciador E1, o qual mostra que o enunciado se opõe a algo e que, portanto, não é tão generalizante quanto se poderia supor. Dessa forma, temos um jogo discursivo entre o posto, segundo o qual “As manifestações religiosas afro-brasileiras não se constituem em religiões” e um pressuposto, que pode ser extraído do mesmo enunciado, segundo o qual “As manifestações religiosas afro-brasileiras se constituem em religiões”. Há, portanto, a instauração de uma interlocução, o que faz com que o enunciado sob análise não seja uma aforização *stricto sensu*. Afinal, de acordo com Maingueneau, uma das características da aforização é ter como efeito centrar a enunciação no locutor. Isso porque, ainda segundo Maingueneau, “a aforização institui uma cena de fala onde não há interação entre dois protagonistas colocados no mesmo plano” (MAINGUENEAU, 2010, p. 13). Outra característica

dos enunciados aforizados, ligada à anterior, é que, “na aforização, o enunciado pretende exprimir o pensamento de seu locutor, alguém de qualquer jogo de linguagem” (MAINGUENEAU, 2010, p. 14), o que não ocorre no caso em tela, já que há, na frase sob análise, um jogo entre argumentação e contra-argumentação, materializado justamente na/pela negação polêmica.⁴ Por tudo isso, a frase “As manifestações religiosas afro-brasileiras não se constituem em religiões” só pode ser considerada uma aforização se, como sugere Maingueneau, “partindo do postulado de que a aforização resulta de uma operação de destacamento que é pertinente” (MAINGUENEAU, 2010, p. 15), justifiquemos, por meio do que o autor chama de “atitude hermenêutica”, o caráter aforizante do referido enunciado.

Em síntese, no que se refere ao texto-fonte (a sentença do juiz), verificamos que há uma sequência destacável e que é justamente essa sequência que, por questões textuais, mas também discursivas, passa a circular na mídia, por meio de um destacamento forte, aquele em que o enunciado destacado é separado do texto-fonte. No próximo tópico, veremos como essa sequência retirada do texto-fonte (re)aparece nas notícias e reportagens da mídia.

3.1 Sobre as retomadas do enunciado na/pela mídia

Mostramos, no tópico 1 deste artigo, algumas das manchetes que retomam a frase que, supostamente, resumiria a sentença do juiz Eugenio Rosa de Araújo. Algumas delas retomam o texto do juiz por meio de uma citação em discurso direto, como em: “Umbanda e candomblé não são religiões, diz juiz federal”; e outras recorrem ao discurso indireto, como é o caso de: “Em decisão, juiz diz que umbanda e candomblé não são religiões”. Nesse último caso, vemos que a locução adverbial “em decisão” indica a força argumentativa do enunciado do juiz, pois mostra que este não foi proferido em uma situação informal, mas em uma decisão judicial. Há, ainda dentre as manchetes que retomam a frase do juiz, um caso bastante interessante: trata-se do seguinte enunciado “Justiça Federal define que cultos afro-brasileiros, como a umbanda e candomblé, não são religiões”. Nesse caso, o aforizador (no caso, o responsável pelo recorte do texto-fonte e por sua utilização na manchete) atribui a outro enunciatador a autoria do enunciado: não se trata mais do juiz Eugenio Rosa de Araújo, mas da Justiça Federal. Essa mudança de enunciatador potencializa o caráter de aforização do enunciado. Isso porque, ao indicar que o autor do enunciado não é alguém que pode ser identificado como um indivíduo do mundo (mesmo que, como mostram as outras manchetes, não se trate de qualquer indivíduo, mas de um juiz federal), o aforizador confere à frase um efeito de verdade inquestionável, pois atribui a responsabilidade por essa não a um produtor empírico, mas a uma instância subjetiva que possui um *status* bastante elevado na sociedade brasileira contemporânea, a Justiça Federal. Dessa forma, a Justiça Federal valida e corrobora a verdade do enunciado, afinal, trata-se do órgão federal responsável justamente pela aplicação da Lei, a qual, devido a um efeito de memória, relaciona-se com certa noção de verdade. Nesse caso, é possível responder à pergunta de Foucault (2002) acerca do *status* do enunciatador da seguinte forma: quem fala é a Justiça Federal, é o órgão responsável pela apuração e aplicação da verdade. O efeito que se cria com isso é o de que, se a Justiça Federal diz que candomblé e umbanda não são religiões, é porque, de fato, não o são.

Ainda em relação às manchetes, houve também aquelas que retomaram a frase do juiz, mas não como a informação central do enunciado. É o que ocorre nos dois exemplos abaixo:

5. OAB critica decisão de juiz que disse que umbanda e candomblé não são religiões (**Notícias Jusbrasil**, 22/05/2014. Disponível em: <<http://nelcismenes.jusbrasil.com.br/noticias>>);

6. Ato criticará juiz que disse que umbanda e candomblé não são religiões (**O Globo**, 20/05/2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade>>).

⁴ Nesse caso, é como se o enunciatador E1 introduzisse o argumento de que “As manifestações religiosas afro-brasileiras se constituem em religiões”, e o enunciatador E2 contra-argumentasse dizendo que “As manifestações religiosas afro-brasileiras não se constituem em religiões”.

Nas duas manchetes, a frase do juiz, que aparece materializada por meio do discurso indireto, não é o ponto central da manchete, mas é retomada como memória e atualizada nos acontecimentos que são anunciados: a crítica feita por parte da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) à decisão do referido juiz; e o ato em que a referida decisão será criticada. Nesse caso, verificamos que, como defende Pêcheux (2006), o acontecimento funciona como o ponto de encontro de uma atualidade (a crítica da OAB e o ato de protesto) com uma memória (a sentença do juiz, referida por meio do enunciado “Umbanda e candomblé não são religiões”). E, ainda com base em Pêcheux, constatamos que a memória discursiva restabelece “os ‘implícitos’ (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos, etc.) de que sua leitura necessita” (PÊCHEUX, 2007, p. 52), pois a interpretação das manchetes depende da retomada de uma memória, a qual se encontra materializada nos enunciados por meio da citação em discurso indireto do enunciado proferida pelo juiz na sentença.

Por fim, além das manchetes, a sentença do juiz é também retomada/reconfigurada no interior das notícias e reportagens veiculadas na/pela mídia. É o que mostram os seguintes excertos:

7. Ao negar a retirada, pelo YouTube, de 15 vídeos que denigrem e deslegitimam as práticas afro-brasileiras, postados por pastores ou representantes de igrejas evangélicas, *Rosa sustenta que uma religião deve ser baseada num livro central, como o Corão ou a Bíblia, e que deve ter um “deus único a ser venerado”*. (Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/religiao/>>, em 17/06/2014, grifos nossos).

8. Em decisão de 28 de abril de 2014, o juiz Eugênio Rosa de Araújo, titular da 17ª Vara Federal, *afirmou que as crenças afro-brasileiras “não contêm os traços necessários de uma religião”*. *De acordo com o magistrado, as características essenciais a uma religião seriam a existência de um texto base (como a Bíblia ou Alcorão), de uma estrutura hierárquica e de um Deus a ser venerado*. (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/>>, em 16/05/2014, grifos nossos).

9. RIO - O juiz federal Eugenio Rosa de Araújo, da 17ª Vara Federal do Rio, *afirmou em uma sentença que “as manifestações religiosas afro-brasileiras não se constituem em religiões”*. *Referindo-se à umbanda e ao candomblé, o magistrado afirmou que “não contêm os traços necessários de uma religião” por não terem um texto-base (como a Bíblia ou o Corão), uma estrutura hierárquica nem “um Deus a ser venerado”*. (Disponível em: <<http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral/>>, em 16/05/2014, grifos nossos).

Nos excertos acima, grifamos os trechos que retomam, por meio de discurso reportado (direto, indireto e/ou suas variações, como é o caso das “ilhas textuais”), a sentença do juiz Eugenio Rosa de Araújo. Em relação às ilhas ou ilhotas textuais, Authier-Revuz (1998) afirma que elas são um tipo de Discurso Indireto (DI) “quase-textual”. Ainda segundo a autora, “essa forma particular de DI corresponde à descrição — errônea — que é dada do DI” (AUTHIER-REVUZ, 1998, p. 157-158). Trata-se, portanto, de uma subordinação a partir de um Discurso Direto (DD), com os ajustes mínimos feitos por essa subordinação nos elementos dêiticos, mas que conserva todas as escolhas lexicais da menção relatada. Nesse sentido, ainda segundo Authier-Revuz (1998), esse caso particular de DI quase-textual não deve ser confundido com um DI seguido de DD, pois a parte entre aspas não é DD, já que “o funcionamento dos dêiticos — calculado na situação E (situação de enunciação) — o exclui dessa possibilidade” (AUTHIER-REVUZ, 1998, p. 158). Em outro texto que também trata das ilhas textuais, Authier-Revuz (2004) defende que, assim como o funcionamento dos dêiticos impede que o fragmento entre aspas seja considerado um caso de Discurso Direto, na ausência dos dêiticos, “a regularidade sintática do funcionamento — categorial, funcional —, da ilhota textual em seu contexto frástico, igualmente proíbe de confundi-lo com um fragmento autonímico — recategorizado como nome, e funcionando como tal em contexto metalinguístico” (AUTHIER-REVUZ, 2004, p. 196). Em síntese, a ilha textual é um caso particular de DI, que não se confunde nem com o DD, como em: “Ele disse: ‘Eu estou feliz’”, já que, no caso da ilha textual, haveria um tratamento especial para as marcas

dêiticas (algo como: “ele disse estar ‘feliz’”); nem com a modalização autonímica, pois, nesse caso, o termo “feliz”, devido ao funcionamento sintático da frase em questão, não deve ser confundido com o que ocorre numa frase como: “A palavra ‘feliz’ o irrita”. Contudo, para a análise que propomos aqui, o mais interessante em relação à ilha ou ilhota textual diz respeito tanto a seu efeito discursivo quanto a suas formas de circulação. Quanto a isso, Maingueneau afirma que essa forma híbrida de discurso relatado “é um procedimento bastante frequente na imprensa.” (MAINGUENEAU, 2002, p. 151).

Retomando a análise dos excertos 7, 8 e 9, verificamos que os dois trechos retomados da sentença são, por um lado, a frase “As manifestações religiosas afro-brasileiras não se constituem em religiões”, que figurou na maioria das manchetes como uma espécie de aforização — assumindo aqui a atitude hermenêutica da qual trata Maingueneau (2010, p. 15); e a parte em que o juiz diz que “ambas as manifestações de religiosidade não contêm os traços necessários de uma religião, a saber, um texto base (corão, bíblia, etc.), ausência de estrutura hierárquica e ausência de um Deus a ser venerado”. Contudo, as formas de retomada desse último trecho são bastante diversas: i) no exemplo 7, o verbo usado é “sustenta”, que confere ao enunciado um tom enfático, o qual é reforçado pela modalidade deontica “deve ser”; ii) no exemplo 8, o enunciado do juiz é apresentado como pertencendo ao campo das possibilidades e não mais do dever, tal mudança é marcada pelo uso do modalizador epistêmico “seriam”; iii) o exemplo 9 é aquele que mais se aproxima do efeito de sentido materializado no/pelo texto-fonte, pois recorre bastante a ele, por meio de ilhas textuais, o que produz um efeito de objetividade, uma vez que o locutor da reportagem dá “voz” ao enunciador citado.

4 Síntese dos recursos linguísticos analisados

Em relação ao texto-fonte (a sentença do juiz), verificamos que há uma sequência destacável e que é justamente essa sequência que, por questões textuais, mas também discursivas, passa a circular na mídia, por meio de um destacamento forte, aquele em que o enunciado destacado é separado do texto-fonte. Portanto, o recurso linguístico que focalizamos na análise da sentença do juiz foi justamente a noção de destacamento, conforme apresentada por Maingueneau (2010).

No que diz respeito às retomadas feitas na/pela mídia do texto-fonte, verificamos que o conceito de aforização, conforme postulado por Maingueneau, é a base para compreendermos as diferentes estratégias utilizadas para retomar o enunciado colhido na frase da sentença do juiz Eugenio Rosa de Araújo. Contudo, há diferentes formas de retomar o enunciado aforizado presente na sentença do referido juiz. As diferentes formas de discurso relatado, principalmente o discurso direto, o discurso indireto e as ilhas textuais, são usadas pela mídia para retomar a referida sentença e, por isso mesmo, também fazem parte dos recursos linguísticos aqui analisados. Vimos, ainda, que, nas manchetes, recorre-se mais ao discurso direto e ao discurso indireto, mas, no interior das notícias e reportagens, o recurso mais utilizado são as ilhas ou ilhotas textuais. O que muda nesses casos são as formas de modalização e os verbos de dizer utilizados.

Considerações finais

Os resultados mostram que o enunciado que sintetiza, nos textos publicados na/pela mídia brasileira, a sentença do juiz Eugênio Rosa de Araújo atualiza uma polêmica discursiva acerca do direito de certas manifestações religiosas alçarem o *status* de religião. Trata-se, portanto, de uma polêmica acerca do direito de “ser”, de “existir” como religião. No caso do acontecimento materializado na frase “Umbanda e Candomblé não são religiões”, vemos que a referida polêmica se mostra na própria estrutura do enunciado, pois se trata de uma frase com uma negação, a qual revela a presença de,

no mínimo, dois enunciadores (E1 e E2). Além disso, o fato de o enunciado sob análise ter sido destacado do texto-fonte e aparecer como uma aforização secundária em várias manchetes de notícias e de reportagens, que tratam da sentença do juiz e de sua repercussão, mostra que o enunciado em questão possui um caráter polêmico e, por isso, merece destaque na mídia. Por fim, os demais trechos da sentença do juiz que foram destacados na/pela mídia, bem como as operações textuais utilizadas para fazer referência a esses trechos (como o uso de ilhas textuais, que retomam algumas frases da sentença, mostrando o que, dentre o que foi “dito”, é posto em destaque nas notícias e reportagens) reafirmam a hipótese de que a polêmica atualizada nesse acontecimento discursivo gira em torno dos diferentes modos de (poder) ter o *status* de religião. Nesse sentido, vemos o encontro de uma “memória”, que traz à baila o milenar conflito acerca da legitimidade das diferentes religiões, com uma “atualidade”, a intolerância religiosa de alguns brasileiros em relação às religiões de matriz africana, como a Umbanda e o Candomblé, o que constitui o acontecimento discursivo, que é a sentença do juiz, a qual é retomada e reconfigurada pela mídia, principalmente, por meio de uma aforização.

Em síntese, no dado aqui analisado, mostramos que há um jogo entre um acontecimento e as diferentes formas de enunciá-lo. Nesse sentido, defendemos que as diferentes maneiras de a mídia se referir à sentença do juiz também se constituem como um acontecimento discursivo, pois, a partir da aforização destacada da sentença, surgem outras possibilidades de uma “desestruturação-reestruturação das redes e trajetos de interpretação”. (PÊCHEUX, 2006, p. 56).

Referências

- ADÉKÒYÁ, Olùmúyiwá Anthony A. **Yorùbá**: tradição oral e história. São Paulo: Terceira Margem, 1999.
- ATO criticará juiz que disse que umbanda e candomblé não são religiões. **O Globo**, 20 maio 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade>>. Acesso em: 17 jun. 2015.
- AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. Observações sobre a categoria da “ilhota textual”. In: AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. **Entre a transparência e a opacidade**: um estudo enunciativo do sentido. Apresentação de Marlene Teixeira; revisão técnica da tradução: Leci Borges Barbisan e Valdir do Nascimento Flores. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.
- AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. **Palavras incertas**: as não coincidências do dizer. Campinas: Editora da UNICAMP, 1998. Coleção Repertórios.
- CARNEIRO, Edson. **Candomblés da Bahia**. São Paulo: Editora WMF/Martins Fontes, 2008.
- DUCROT, Oswald. Esboço de uma teoria polifônica da enunciação. Tradução de Eduardo Guimarães. In: DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987. p. 161-219.
- EM decisão, juiz diz que umbanda e candomblé não são religiões. **Jornal Opção**, 18 maio 2014. Disponível em: <<http://www.jornalopcao.com.br/ultimas-noticias>>. Acesso em: 18 jun. 2015.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 6. ed. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- GRUZINSKI, Serge. **O pensamento mestiço**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- JUIZ diz que umbanda e candomblé não são religiões. **O Estado de S. Paulo**, 16 maio 2014. Disponível em: <<http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral>>. Acesso em: 17 jun. 2015.
- JUSTIÇA Federal define que cultos afro-brasileiros, como a umbanda e candomblé, não são religiões. **Gospel Mais**, 15 maio 2014. Disponível em: <<http://noticias.gospelmais.com.br>>. Acesso em: 17 jun. 2015.
- LIMA, Vivaldo da Costa. **A família de santo nos candomblés jejes-nagôs da Bahia**: um estudo de relações intragrupais. Salvador: Corrupio, 2003.
- MAINGUENEAU, Dominique. Aforização: enunciados sem texto?. Tradução de Ana Raquel Motta. In: MAINGUENEAU, Dominique; SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília Perez de; POSSENTI, Sírio (Org.). **Doze conceitos em Análise do Discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010. p. 9-24.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 3. ed. Tradução de Maria Cecília Perez de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2002.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Frases sem texto**. Tradução de Sírio Possenti *et al.* São Paulo: Parábola Editorial, 2014.
- OAB critica decisão de juiz que disse que umbanda e candomblé não são religiões. **Notícias Jusbrasil**, 22 maio 2014. Disponível em: <<http://nelcismgomes.jusbrasil.com.br/noticias>>. Acesso em: 17 jun. 2015.
- “PARA os desavisados, isso pode fundamentar ações malucas”, diz sacerdote candomblecista. **O Globo**, 17 junho 2014. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/religiao>>. Acesso em: 17 jun. 2015.
- PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. 4. ed. Tradução de Eni P. Orlandi. Campinas: Pontes, 2006.
- PÊCHEUX, Michel. Papel da memória. In: PÊCHEUX, Michel *et al.* **Papel da memória**. 2. ed. Tradução e introdução de José Horta Nunes. Campinas: Pontes, 2007. p. 49-57.

PÊCHEUX, Michel. (1975). **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução de Eni P. Orlandi *et al.* Campinas: Editora da UNICAMP, 1988.

PRANDI, Reginaldo. O Brasil com axé: candomblé e umbanda no mercado religioso. **Estudos Avançados**: dossiê religiões no Brasil, São Paulo, v. 18, n. 52, set./dez. 2004.

RIO DE JANEIRO. 17ª Vara Federal. Sentença do Juiz Eugênio Rosa de Araújo. Rio de Janeiro, 28/04/2014. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/sites/default/files/religiao_desicao_justica_federal_0.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2015.

UMBANDA e candomblé não são religiões, diz juiz federal. **Folha de S. Paulo**, 16 maio 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder>>. Acesso em: 18 jun. 2015

VERGER, Pierre Fatumbi. **Orixás deuses iorubás na África e no Novo Mundo**. Salvador: Corrupio, 2002.

#JeSuisCharlie & #PeaceForParis: appropriation, reformulation, and circulation of “Liberty leading the people” on socio-digital networks during the Paris attacks

Justine Simon*

Abstract

The discourse analysis which is proposed concerns mechanisms of appropriation, reformulation and circulation of the painting *Liberty Leading the People* of Eugène Delacroix on socio-digital networks during the events of Paris : attack against *Charlie Hebdo* the 07/01/2015 and attacks in Paris the 13/11/15. The article studies how net surfers have compared the events of Paris with the symbolic strenght of the famous painting. Its aims to enlighten the processes of circulation of discourses on socio-digital networks and also wants to analyse the interdiscursive dimension of the original reformulations.

Keywords: Discourse analysis. Appropriation. Reformulation and circulation of discourses. Interdiscursive dialogism. Social-digital networks.

#JeSuisCharlie & #PeaceForParis : Appropriation, reformulation et circulation de “La Liberté guidant le peuple” sur les réseaux socionumériques durant les événements de Paris

Resumé

L’analyse du discours qui est proposée s’intéresse aux mécanismes d’appropriation, de reformulation et de circulation de la toile La Liberté guidant le peuple d’Eugène Delacroix sur les réseaux socionumériques durant les deux événements tragiques que Paris a connu en 2015 : l’attentat contre Charlie Hebdo le 07/01/2015 et les attaques de Paris le 13/11/15. L’article étudie comment les internautes confrontent ces événements à la force symbolique de la toile. Il a pour objectif de souligner les processus de circulation des discours sur les réseaux socionumériques ainsi que d’éclairer la dynamique interdiscursive des reformulations.

Mots clés: Analyse du discours, Appropriation, reformulation et circulation des discours, Dialogisme interdiscursif, Réseaux socionumériques

Recebido: 03/11/17

Aceito: 12/06/2018

* University of Lorraine, France.

The proposed discourse analysis concerns multimodal tweets that posted the painting “Liberty leading the people” by Eugène Delacroix during the Paris attacks of 2015.

In 2015, France was subjected to two tragic terrorist attacks on January 7, 8, and 9 – with the most famous attack against the satiric newspaper *Charlie Hebdo* and the hostages being taken in a *kosher* supermarket – and a series of shootings and murderous suicide attacks on November 13 in Paris and Saint-Denis. In reaction to these attacks, several events to support the victims were organized. Several gatherings, called the Republican Marches, in tribute to the victims took place on January 10 and 11. However, following the November 13 events, demonstrations on the public highway were forbidden when a state of emergency was declared by President François Hollande the day after.

At the same time, socio-digital networks constituted a privileged space for militant and citizen expression allowing people to share their points of view and emotions. This kind of 2.0 citizenship belongs to a participative culture. In homage to the victims, some citizens reclaimed, for instance, the symbolic force of the painting “Liberty leading the people”. This famous picture by Eugène Delacroix is one of his best known works in France and other countries. It generally establishes the symbol of a united people, fighting for Freedom. In the contexts of these two attacks in Paris, it particularly became a symbol of Freedom of expression – both Freedom of expression of the press (in support for the murdered *Charlie Hebdo*’s caricaturists) and Freedom of expression of citizens (Freedom to give a point of view and demonstrate it on the public highway). Moreover, the meaning of Delacroix’s painting shifted from a symbol of Liberty to a symbol of Freedom of expression, then to a symbol of national unity (January attacks), and finally a call for solidarity with Paris (November attacks).

The discourse analysis proposed in this article concerns the mechanisms of appropriation, reformulation, and circulation of this painting on socio-digital networks during these two tragic events. The appropriation concerns the faithful use of the original painting, the reformulation corresponds to a personal reinterpretation of the work, and the phenomena of circulation can occur in an intermedia manner (in relation to other media information or to information published on other socio-digital networks) or in an intramedia manner, within a particular socio-digital network. In these three configurations of “reproducibility” (ROBIC, 2008), “Liberty leading the people” was interpreted by people online by putting it into a new sociopolitical context.

As a result, this article raises the question of the sense and the interpretation, given that nothing can be put into discourse without interpretation (RASTIER, 2007)¹. The aim here is to better understand the various interpretations of Delacroix’s painting by people online in different historic and cultural contexts. The work of Delacroix regained prominence in new historic situations and was thus given new value by networkers. More specifically, the dual objective of this study is to shed light on the processes of circulation of discourses on socio-digital networks and to analyze the interdiscursive dimension of the original reformulations of “Liberty leading the people”. The two questions we wish to answer are: 1) what are the communicational goals of networkers’ publications and 2) what are the differences in their reactions to the two events?

The article is composed of two parts. First, we will analyze the original discourse², the painting of Delacroix, and demonstrate that it can be qualified as a “visual formula” because of its reappropriation on socio-digital networks. Then, we will synthesize every form of reprise and reformulation of the painting with all the data we gathered on Twitter. This approach has the advantage of offering both a quantitative and qualitative vision to our analysis of 421 multimodal tweets.

¹ The discourse analysis carried out herein is also dependent on an act of interpretation corresponding to an objectivizing construction of the data.

² The notion of “discourse” is considered by using a multimodal approach. It corresponds to any discursive production being a matter of an act of enunciation. Discourse is extended to any production, which simultaneously mixes several codes such as verbal, visual, audiovisual, and sound codes.

1. “Liberty leading the people”, a visual formula circulating on socio-digital networks

1. 1 The symbolic force of the painting

1. 1. 1 Context of creation and constitutive elements of the painting

“Liberty leading the people” – symbol of the struggle of the French people for Freedom – is one of the most famous French paintings. It refers to a precise moment in French history – July 28, 1830. Since 1789, regimes have succeeded each other rapidly. After Napoleon’s definitive defeat in 1815, the French monarchy was restored. Twenty years after the French Revolution, two brothers of King Louis XVI successively came to power. The second, Charles X, a tenacious defender of the Church and of the monarchical tradition, had been on the throne for six years when, on July 26, 1830, he made a mistake by censoring the press and reducing the right to vote, which was already very limited. It was a violation of the Constitution. The reaction was immediate. The people of Paris led by Polytechnic School students built barricades and rebelled. During the so-called “Three Glorious” days (July 27, 28, and 29), revolution came to the streets of Paris. Charles X was dethroned and forced to leave France. However, the monarchy was not replaced by a republic. The bourgeoisie preferred to entrust power to the former king’s cousin, Duke Louis-Philippe d’Orléans, a more liberal and, to all appearances, bourgeois prince who rapidly revealed himself to be just as authoritarian and unpopular as his predecessors. All in all, no real change followed until, eighteen years later, the next revolution managed to install the Second Republic. Thus 1830 was in reality a failed revolution.

This historic episode inspired Delacroix, who created the painting during the time when France was not a republic but a kingdom. Most analyses in art history refer to Delacroix’s painting having a set of characteristic features. Let us consider five constitutive elements of the painting:

1) On the painting, the scene takes place in Paris, as indicated by the towers of the Notre-Dame Cathedral emerging out of smoke in the right corner of the background;

2) A crowd of rebels is breaking through a barricade made up mostly of ordinary men, laborers and workers. The only character with a different profile is the Polytechnic School student situated in the left corner of the background. The representation of a rebelling people is the second constitutive element of the painting. The scene represents a bloody conflict staging real fighting characters as well as fictional characters. The victorious dominate the victims represented in the foreground. The young man in the center of the background, situated to the left of the central character, is the symbol of youth outraged by injustice. With his velvet beret he evokes the character of Gavroche from “*Les misérables*”, which would be published thirty years later;

3) One mythical character is present in the left foreground: the character of the half-naked body of Hector, a hero from the Trojan War who is dragged by Achilles’ cart. The presence of weapons and of victims of the conflict helps to define the third constitutive element: fighting and rebellion;

4 & 5) On the top of the pyramid of corpses, at the point where slanting lines meet, Delacroix painted a half-naked woman who attracts the eye. The rifle that she is holding in her left hand is a 1816 model that makes her real, contemporary, and modern. Her breast, her bare feet, and the serpentine line of her body are borrowed from Ancient Greek statues of goddesses such as Aphrodite of Milos. She incarnates an abstract idea and is in fact an allegory for Freedom. This lively, dashing common girl is a new vision of the allegory of Freedom and incarnates rebellion and victory. She wears a red Phrygian cap with her hair fluttering on her neck and evokes the 1789 Revolution, the *sans-culottes*,

and the sovereignty of the people. The flag symbolizing the struggle seems to be a unity with her arm as it unfolds, and undulates backwards in blue, white, and red. Two constitutive elements can be emphasized: the allegory of Freedom and the republican symbols (Phrygian cap and the blue, white, and red flag). It should be noted that these two elements are closely related. This association means that the central character is both a symbol of Freedom and a “Marianne”, an allegory for the French Republic.

Delacroix’s painting is very different from other ones representing the “Three Glorious” days. Rather than remaining on a strict level of authentication, Delacroix juggles with several modes of narration, namely monstration, which authenticates the real event (representation of Paris, fighting characters); fiction (representation of the young Gavroche before his time, the mythical figure of Hector); and the representation of symbols (republican symbols and allegory of Freedom).

1. 1. 2 Reformulations through the centuries

“Liberty leading the people” is a 19th century painting and one of the most used in the 20th century for official, advertising, or scholarly purposes (HADJINICOLAOU, 1979). Its heavy political resonance has meant that it has often been used to convey strong messages about the struggle for Freedom or for Freedom of expression. In France and abroad, its patriotic roots make it a republican symbol that was also reused at the start of the 21st century. However, its historic roots in the “Three Glorious” days of 1830 are sometimes forgotten by the general public. The painting is often associated with the 1789 Revolution as it ignites the memory of these moments of Freedom. The symbolic force of the painting goes beyond its historic roots, which is one of the reasons for its great reappropriation through the centuries and beyond French borders.

It is interesting to underline the fact that Delacroix’s painting has been interpreted in various ways over the centuries in connection with several political events, which were completely different from the 1830 Revolution, whether it be by artists or by ordinary contemporary networkers, as we shall see it in the analytical part.

Furthermore, in a previous article analyzing several reformulations of “Liberty leading the people” (SIMON, to be published in 2017), we insisted on the fact that this painting is part of a *déjà vu* (in reference to the concept of dialogism suggested by the Circle of Bakhtin), which is endlessly reactivated in contemporary contexts. Every discourse, independently of its semio-discursive materiality, is part of a continuous communication. Applied to the analysis of a visual discourse, we can say that “Liberty leading the people” also works by ceaselessly reactivating a form of *déjà vu*.

We also concluded with the idea that the features of this painting were close to the “formula”³ in the semantic sense defined by Alice Krieg-Planque (2009). As a textual formula, “Liberty leading the people” is characterized by its faculty to circulate and reflects ideological confrontations inherent to the public debate. These three features (reformulation, circulation, and ideological dimension) suggest a continuation of the analysis of “significant paths” (MAINGUENEAU, 2014) created by these reformulations from the point of view of their dissemination (reappropriation and diversion). This suggested that it was of interest to speak about visual formula to characterize the strong reappropriation of the original painting. The painting is not a textual discourse but we may still

³ First of all, the formula contains a discursive functioning in a sense that it corresponds to discourses, which may be observed in some tangible data. When considering a specific context, this position makes the formula to contribute to political and social issues. It is then characterized by its circulation, its capacity to be used in public debate. Moreover, the formula is intrinsically linked to the process of capturing. It is indeed constructed thanks to relatively stabilized discursive units, mainly from a semantic point of view. Finally, the formula possesses a polemical character. It is a reflection of inherent conflicts in public debate that show the ideological content of the discourse giving place to confrontations of interpretations as numerous as the different enunciation sources concerned.

consider that it works as a formula.

The communicational objectives of the diversion of the initial painting evidently depend on the context and vary in accordance with the actors concerned:

– The symbol of struggle for Freedom is an omnipresent symbol in reuses centered on weapons and on the raised arm, as in the following examples: Jean-Pierre Rey’s May 1968 photographic representation entitled “The young girl with a flag”, which became famous under the name of “The Marianne of May 68”; the painting of the Chinese artist Yue Minjun in 1995-1996; the painting of the photographer Gérard Rancinan in 2008 entitled “Disclosed liberty”; the *tableau vivant* of “Liberty leading the people” created by a group of protesting mountain climbers opposing the Sarkozy government in 2009; the *tableau vivant* of a demonstration against the oligarchic model governing Bulgaria in 2013 etc.

– Certain reformulations insist more precisely on the struggle for Freedom of expression. Olivier Schopf’s caricature of the Egyptian people rebelling against the regime of Hosni Mubarak during the 2011 Arab Spring replaces weapons with the Internet and social networks. Among the reformulations that circulated in the aftermath of the January attacks praising the struggle for Freedom of expression, we wish to insist on the following: Plantu’s press drawing “Liberty will always be stronger”, which was published on the front page of “Monde” on January 9; Stéphane Mahé’s photograph “The pencil leading the people” for the Reuters’ agency and which was on the front page of “Times” on January 12; the photograph by Martin Argyroglo baptized “The triumph of the Republic” (in reference to the statue dominating the square of the nation) appeared on the front page of “L’Obs” in the same week. These are not the only reformulations replacing weapons by “pencils” to pay tribute to the victims, and the present article aims to detail these phenomena of reappropriation, which exploited the visual metaphor (FALARDEAU, 2015, p. 163-167)⁴.

The various interpretations of Delacroix’s painting depend on different historic and cultural contexts. We shall see in the analytical part that the meaning of Delacroix’s work has shifted on socio-digital networks from a symbol of Liberty to a symbol of Freedom of expression, to a symbol of national unity (January attacks), and finally to a call for solidarity with Paris (November attacks).

1. 2 “Liberty leading the people” 2.0

We know that it is difficult to say that socio-digital networks are totally free and equal spaces insofar as the economic and legal context in which they exist is concerned. The growth of these networks has contributed to the emergence of an “informational capitalism” where Internet users give up their intellectual property rights (to images as well as ideas themselves). It is more certain that inequalities exist between users in accordance with their technical-social skills. It should be equally noted that these networks have developed a trend towards individualism (ALLARD; VANDENBERGHE, 2003), and this is not the only limit that could be pointed out. The democratic use of socio-digital networks obviously needs to be put into perspective, but they are also recognized as being digital participative spaces, which enable a form of political commitment to develop via citizens’ expression. The possibilities for interactivity offered by the device, although restrictive, help to increase the visibility of the viewpoints very quickly. In this new configuration of information exposure, every receiver is a powerful emitter. Socio-digital networks have thus reconfigured the traditional public media space. In this new form of horizontal exchange communication between peers – corresponding to what Manuel Castells (2006) calls “individual mass media” –, publications are produced on an

⁴ Plantu replaced weapons by pencils and evoked the failed revolution against Charles X, who suspended Freedom of the press, among other rights. By a metaphorical shift, the caricaturist of Charlie Hebdo has become a combatant.

individual scale and are potentially visible all over the world.

These networks have echoed current political events on multiple occasions. During the Arab Spring, they played a role in the circulation of information and in the mobilization of citizens. In the aftermath of the January attacks in Paris and during the demonstrations on January 10 and 11, there was a great participation of web users on the socio-digital networks.

The reference to republican symbols has largely been used through representations of Marianne and the French flag and, more widely, through the use of blue, white, and red from that flag. All the interdiscursive references to Delacroix's painting were not necessarily explicit, but they were made to circulate greatly thanks to Internet users. For example, Martin Argyroglo's photograph of the mobilization during the Republican March on January 11 attracted the attention of specialists on the Reddit network. It triggered, without counting the answers, 6,209 retweets and 4,162 likes for the day of January 12 alone on Twitter.

Twitter was not the only space for expression in the context of the tragedies that affected Paris in 2015. Numerous Internet users showed their creativity reappropriating Delacroix's work through drawing, photo or video montage. We could observe an improvement of original reformulations by visual arts professionals (Image 1) and by amateurs. The semiotic materiality of these reinterpretations is varied – fixed images for the majority on Facebook, Instagram, Flickr, Tumblr, or Pinterest, and animated images on Vine and Periscope.

Image 1 - "Liberty leading the people" by Romanski



Source: Facebook (ROMANSKI, 2015)

2 Twitter, an interdiscursive space defending Freedom of expression

Now that we have presented the general centering of the analysis (historical context of creation of the painting, description of its constitutive elements, contemporary context of reappropriation of the painting, use of socio-digital networks etc.), we shall move on to analyze – both quantitatively and qualitatively – the various interpretations of the painting that were made by Internet users following the tragic events of January and November 2015 in Paris. The following part synthesizes the comparative analysis of 421 multimodal tweets, which try to make an appropriation, a personal reformulation, or a circulation of reformulations of "Liberty leading the people".

2. 1 Components of the corpus

Guidelines on the role of socio-digital networks highlighting “Liberty leading the people” 2.0 were important in order to underline the scope of citizens’ expression in reaction to the Paris attacks. To shed light on the interdiscursive dynamic of the reappropriations of Delacroix’s work in the most precise way, a systematic statement of publications on Twitter was made thanks to a research via keywords.

The *corpus* that we built is composed of all multimodal tweets referring openly to the original painting – that is to say those that mention the title of Delacroix’s painting in the text of the tweet. For two searches related to the January and November events, we used the French title “*Liberté guidant le peuple*” and the English one “Liberty leading the people”. Keywords used for the search n° 1 were the following: “7 janvier”, “Charlie Hebdo”, “Je suis Charlie”, “Nous sommes Charlie”, and “Marche 11 janvier”. Keywords used for the search n° 2 were “13 novembre”, “Attentats Paris”, “Paris attacks”, “Peace for Paris”, and “Pray for Paris”.

To include reformulations that might have started on the subject of the polemic about Freedom of expression (Freedom of the press and the right to blasphemy) quickly after the attacks of *Charlie Hebdo*, we also searched for tweets containing both the reference to the painting and the following keywords: “*Je ne suis pas Charlie*”, “Charlie Coulibaly”, and “Charlie Kouachi”. This search did not give any results.

All in all, 336 multimodal tweets were found making reference to “Liberty leading the people” after the attacks of January during the period from January 7, 2015 to August 9, 2015. 85 multimodal tweets (four times fewer), from November 13, 2015 to November 30, 2015, made reference to Delacroix’s painting after the November attacks.

2. 2 Multimodality and intermediality

Multimodality has been studied by several researchers (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001; NORRIS, 2004) in Linguistics, Semiotics, and Media Studies. Multimodal discourse analysis is an approach to discourse that focuses on how meaning is made through the use of multiple modes of communication as opposed to just language. The conceptual framework that I present here concerns digital networks and more particularly multimodal tweets (SIMON; TOULLEC, 2016 and to be published 2016) while focusing on two or three communicative modes: verbal, visual, audiovisual. The objective is to analyze how the “Liberty leading the people” visual formula is reappropriated in both text and image. What are the stabilized discursive units mobilized in text and image? Do the reappropriations show their polemical character? We wish to specifically underline how networkers reinterpreted the visual formula with a specific goal. The subject also focuses on the contemporary practices of social networkers in two different social contexts: the January and November attacks.

The multimodality study aims to understand the interdiscursive dimension of multimodal tweets, and the intermediality study aims to enlighten the processes of circulation of discourses on socio-digital networks.

2. 2. 1 Multimodality

Let us specify that tweets taken in consideration highlight either directly a visual or audiovisual content or an URL link referring to an image (fixed or animated image generally present on another

socio-digital network). Furthermore, it is important to insist on the fact that the multimodal tweets we encountered involve technical or material complexity (depending on the media) and semiotic complexity (Image 2 shows this complexity).

Image 2 - Multimodal tweet with a digital photo of a scene taking place in the Louvre museum in Lens



Source: Twitter (GC, 2015)

Several types of multimodal contents have been observed: publication of one or several images that were already digitized (reappropriations of “Liberty leading the people” – an image that can easily be found on the web); digitalization of a handmade drawing; digitalization of a scene or image using a digital camera (examples of photographs of scenes during the demonstrations, photographs of the original painting in Louvre, photographs of a reproduction of the painting - selfies, among others); photo or video montages done with a specific software (compilation of photographs, photo montage copy-paste, gif montage etc.); card⁵ linked to a web publication (the image alone or accompanied by textual elements mentioning the press media or the site having initially published the visual).

2. 2. 2 Intermediality

Intermediality (MOSER, 2007) corresponds to a link relating to two publications on two different medias. The presence of a card, mentioned earlier, typically corresponds to this interdependence between two publications. In the following example, the inserted card represents a “summary large image” and allows it to be related to the original article.

⁵ When a tweeter publishes a piece of information – generally from a website –, the multimodal content is automatically added and is called a “card” by Twitter. It may be in the form of an image alone (card called “photo”), an image with text (“summary” or “summary large image” card), a slide show (card “gallery”), or a video (card “player”).

Image 3 - Multimodal tweet containing a card representing a broad summary



Source: Twitter (ROBERTS, 2015)

Intermediality does not uniquely concern the media, but also occurs at the scale of social networks. In the *corpus* created, it is interesting to note that nine other socio-digital networks are represented via tweets under study: Facebook, Twitter, Instagram, Flickr, Tumblr, Deviantart, Pinterest, Vine, and Periscope. How these links function between networks varies according to whether automated publications are involved or not and depends on each of the networks.

Let us introduce a few specifications.

Instagram gives its users the possibility to automatically publish content on another network. However, on Twitter only a link to Instagram will appear, and not the visual content. The automation of a publication could also lead to a shortened tweet – as in the following example –, which is not really ideal as far as the clarity of information is concerned.

Image 4 - Multimodal tweet containing a URL link referring to a photograph on Instagram



Source: Twitter (R., 2015)

On the contrary, Flickr's, Facebook's, and Pinterest's creators have integrated a card related to the publication, which makes the content visible directly on Twitter.

Publications on Vine relayed by Twitter allow people online to directly see the video or the gif animation. The link to the network is discretely created on the logo of the Vine brand present at the top to the right of the image.

2. 2. 3 Intramediality

With the Twitter socio-digital network, there are different ways of connecting several contents and, thus, several accounts. There are multiple possibilities for a tweeter: replying to a tweet, liking a

tweet, retweeting or creating a new tweet and mentioning the sign “RT” (retweet), often accompanied with the sign “via”, thus quoting a tweet that then appears in a specific insert.

Image 5 - Multimodal tweet created by tweet quotation



Source: Twitter (RUAULT, 2015)

The use of statements or addresses (constituted thanks to the @ (“at”) technosign)⁶ is an essential element for the principle of intramediality as it allows users to mention the enunciative origin of an original tweet or to address a particular account⁷.

2. 3 Analysis of the interdiscursive dynamic of tweets after the January attacks

2. 3. 1 General view

As can be seen in the summary chart below, the most important phenomenon to notice among multimodal tweets is the reappropriation of reformulations of Delacroix’s painting (those of Plantu, Mahé, and Argyroglo). From an enunciative point of view, we are dealing with the second level of interdiscursive dialogism (reappropriation of a reuse of the original discourse). Generally speaking, the reactions were thus largely influenced by the media coverage of the attacks (through Plantu’s caricature published in *Le Monde*) and of the mobilizations that followed (like Mahé’s and Argyroglo’s two photographic representations).

⁶ On the subtleties of the use of mentions and addresses, see Bigey & Simon (2016).

⁷ Let us notice the major difference in how the two attacks in January and November were treated. Indeed, the tweet circulation of the *sub-corpus* n° 1 was generally done by tweet quotation (36 cases out of 64, line n° 4 of the Table 1), whereas no publications are concerned by this circulation phenomenon in the *sub-corpus* n° 2.

Table 1 - Multimodal tweets referring to “Liberty leading the people” after the January attacks (from January 7, 2015 to August 9, 2015)

	Appropriation of the original painting	Appropriation of the original painting (by photograph)	Circulation of Plantu’s reformulation	Circulation of Mahé’s reformulation	Circulation of Argyroglo’s reformulation	Original reformulation	Compilation	Other	Total
Original publication	27	1	14	48	62	25	39*	10	226
Intermediality Sites / Media	/	/	2	7	10	/	/	1	20
Intermediality Social networks	4	2	/	2	6	6	/	6	26
Intramediality Circulation on Twitter	2	/	7	15	18	3	19**	/	64
Total	33	3	23	72	96	34	58	17	336

* including 4 by Plantu, 22 by Mahé, and 13 by Argyroglo

** including 19 by Mahé

Source: elaborated by the author

2. 3. 2 Appropriations of the original painting

The 36 cases (first two columns) deal with an appropriation of the original painting represented in a faithful manner⁸. The tweeters use the Liberty symbolically to pay tribute to the victims of the attacks. The keyword #Liberty is added in the text of the tweet sometimes with #Equality and #Fraternity. The name of the creator of the painting is equally emphasized. The hashtag #JeSuisCharlie is added almost systematically. Some even visited Louvre to take the photo of the painting (column n° 2), which reinforces the personal investment in the tribute. @titi1960 published a photo of the painting accompanied with the following text: “I needed to see Delacroix’s Liberty Leading The People again #JeSuisCharlie #solidarity & #Free #louvre” (January 9). In all these appropriations, the meaning of Delacroix’s painting concerns symbols of Liberty and national unity.

2. 3. 3 Personal reformulations

The phenomenon of first-hand reformulation is indicated in the sixth column. It does not deal with ordinary citizens’ reinterpretations (Plantu’s, Mahé’s, and Argyroglo’s reformulations are analyzed in the circulation part). 25 are original reformulations directly published by their creator on Twitter, 6 refer to creations present on another socio-digital network, and 3 are reformulations that were reused on Twitter according to the different means of circulation described earlier. Among these 25 reformulations there are 5 drawings. There a reference is made to two constitutive elements of the original painting: the struggle and the allegory of Freedom. The people and the republican flag are not always present. We find again the key words #Liberty and #JeSuisCharlie among these tweets. In

⁸ Whether in the context of theories of enunciation or art theories, we need to insist on the fact that, even when an image is reproduced faithfully (as in a photographic reproduction), as soon as it is reinvested by a different enunciator, it will “never be the same image” (ROBIC, 2008, p. 14).

a motivational dynamic, @elenabubuch created the hashtag #AVosCrayons on January 11. The logic largely used in all reformulations is that of the substitution of weapons by pencils, paintbrushes or quills in order to emphasize Freedom of expression. These reformulations use a visual metaphor to insist more precisely on the struggle for Freedom of expression. Image 6 is a characteristic example marked by a high degree of personal investment as it represents Freedom of expression that is both wounded and struggling.

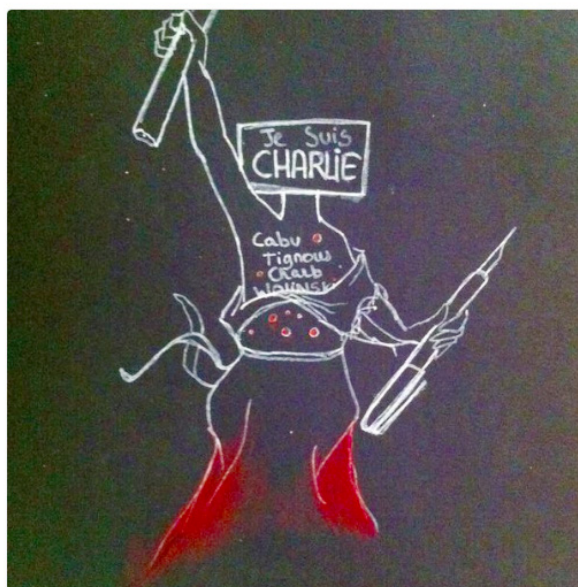
Image 6 - Reformulation in the form of a drawing



ana bernard @anabernard1 · 11 janv. 2015

Une nouvelle ère de Liberté (cf: La Liberté guidant le peuple-Delacroix)

#SoireeJeSuisCharlie



← ↻ ❤ 1 ...

Source: Twitter (BERNARD, 2015)

Photo and video montages also highlighted the weapon for Freedom of expression: the pencil. @marcusaurele insists on the fact that “we could not have thought of a better name for Liberty leading the people #CharlieHebdo #JeSuisCharlie #Freedom”. It shows the original painting, which is modified with the superposition of pencils and the front page of *Charlie Hebdo*. Modification by reproduction in the form of a hashtag (as in Image 2) or in the form of a text – with the formula “Je suis Charlie” (example of the tweet by @MarinaVirtuelle, published on January 11) – while making the original painting visible in the background is an efficient way of creating a strong analogy between the attacks and the republican symbol.

Several exceptions to these representations aiming at fostering “national unity” can also be noted. On January 12 @jesuisnicoaussi published a diversion of Mahé’s photograph, which was at the second level of reformulation. It replaces the man brandishing the pencil with Nicolas Sarkozy and adds the text: “#JeSuisNico #SarkoEverywhere #Sarkogatecrash”, in order to criticize the fact that Sarkozy was in the first row of the Republican March. The principal objective of the multimodal tweet is here to criticize Sarkozy. The personal reformulation opens up a new subject and another politicized issue rather than just defending Freedom of expression.

The principle of reformulation is equally present in the “other” column, which mainly corresponds to publications of photographs or videos portraying citizens in relation to the painting during events of January 10 and 11. Most of the time the citizens’ eyes capture a reality through the photograph associating it with the reality represented in Delacroix’s painting. By taking the photo, the author reactivates the visual memory of the painting, as it was the case with the “Marianne of May 68” or

of the “Pencil leading the people” by Mahé and of “The triumph of the Republic” by Argyroglo. To give one characteristic example, on January 11 @andrevornic published a photograph of a young girl carried on the shoulders of a demonstrator waving the French flag. The accompanying text is the following: “Delacroix 2015: Liberty leading the people #JeSuisCharlie”. The two types of symbolism involve the fight for Freedom and the fight for Freedom of expression.

2. 3. 4 Circulations of reformulations known in the public and media spaces

Among three reuses mentioned earlier, two are directly related to Delacroix’s painting. Plantu faithfully reproduces the constitutive elements of the painting, entitles his drawing “Liberty is always stronger”, and adds another symbol of Freedom, the dove, in the most explicit manner. Mahé entitles his photograph “Pencil leading the people” emphasizing the substitution of the weapon by the pencil and enhancing the people as well as the French flag. With Argyroglo’s photograph, “The triumph of the Republic”, the link is less evident. The pencil-weapons, the people, and the flag are present, but the title does not evoke the reuse. Some analysts have spoken of a mixture of “Liberty leading the people” and “The raft of the Medusa”. It is interesting to see how tweeters interpreted these images to create a significant link with the painting. Thus, on January 11, three separate Internet users published the following text accompanying Argyroglo’s image: “Liberty leading the people will certainly remain the photo symbol of this historical day”. Similar formulas accompanied Mahé’s photo: “Allegory of Liberty leading the people as a symbol of this historical day” (@pascalgiraud, January 11), or “This is the new #Marianne, symbol of the #Republican March” (@EmiliETN, January 11). The symbolism of Delacroix’s painting was thus exploited in order to create two other symbols. Mahé’s and Argyroglo’s photographs were interpreted as two works symbolizing the struggle of the French people for Freedom of expression. However, few people insisted on the fact that there is a switch between Freedom and Freedom of expression – we only found two uses of the hashtag #FreedomOfExpression.

The circulation mechanisms are represented through publications of these three reformulations (largely in original publications and thanks to the processes of intermediality and of intramediality) and also through compilations made by montages where the original painting is placed next to the new version. Here is the illustration:

Image 7 - Compilation for the purpose of comparison



Source: Twitter (LEFÉBURE, 2015)

The objective of these publications is to create new visual symbols, which compare with the strong symbolism of the original painting.

2. 4. Analysis of the interdiscursive dynamic of tweets after the November attacks

2. 4. 1 General view

As mentioned previously, the quantitative treatment is a differentiating element between the reactions to the January attacks and to the November attacks. It can be explained by the political context insofar as the terrorist threat had become an everyday problem, France was at war, and the state of emergency had been declared. The phenomenon of circulation is almost absent in the tweets under study. The tone has also noticeably changed. Generally speaking, publications only aim to pay tribute to the victims and convey a message of solidarity with Parisians. The emotional aspect was much more marked through a call for peace (#PeaceForParis, reinforced by the use of the viral logo “Peace for Paris” created by the artist Banksy), refusal of fear (#NousNavonsPasPeur), or prayer (#PrayForParis). The references to “Liberty leading the people” were not made to create a new symbol (Freedom of expression) but rather to deliver a message of support to Paris and France as a whole.

Table 2 - Multimodal tweets referring to “Liberty leading the people” after the November attacks (from November 13, 2015 to November 30, 2015)

	Appropriation of the original painting	Appropriation of the original painting (by photograph)	Circulation of Plantu's reformulation	Circulation of Mahé's reformulation	Circulation of Argyroglo's reformulation	Original reformulation	Compilation	Other	Total
Original publication	44*	1	/	/	1	5	4**	5***	60
Intermedi- ality Sites / Media	3	/	/	/	/	/	/	/	3
Inter- medial- ity Social networks	11	5	/	/	/	6	/	/	22
Intramedi- ality Circulation on Twitter	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Total	58	6	/	/	1	11	4	5	85

* including 5 focusing uniquely on the character of Marianne

** including 1 by Argyroglo

*** including 1 selfie

Source: elaborated by the author

2. 4. 2 Appropriations of the original painting

Most of the interdiscursive references to Delacroix’s painting were made with the sole aim of supporting the inhabitants of Paris. Tributes were paid through a reproduction of the painting. In 58 cases out of 85, the painting is published as an image, which was already digitalized and circulating on the web. Delacroix’s work is no longer evoked in relation to the idea of Freedom but instead as a symbol of Paris and, by metonymy, of France as a whole. In order to personalize the tribute, some tweeters took photos of themselves in the Louvre Museum. One person even published a video-selfie via Periscope representing himself before the painting.

2. 4. 3 Personal reformulations

In the reformulations under study, the consensus on “national unity” is much less unanimous. There are some portrayals of Marianne drawn brandishing the French flag accompanied by the keywords #Paris, #AttentatsParis, #ParisAttacks, #DeuilNational etc. However, the exploitation of the republican symbol is not as common as in the reformulations that followed the January attacks.

On November 22, @Jrk_74 published a graffiti (initially published on Instagram) representing Marianne using a spray can to draw hearts. He created a diverted hashtag of #SprayForParis to enhance the #SprayPaint while paying a tribute. This publication involves a weak commitment in support of the French people.

On November 27, @Ant1Adam paid an absurd tribute with the publication of a photograph of three blue, white, and red bras with the text: “Liberty leading the people... We get better her outfit now 🇫🇷 #HommageNational #ViveLesFrançaises ❤️”. The tone adopted here is funny to support the French people in an amusing manner.

In a more critical vein, on November 20 – the day of the vote for the prolongation of the state of emergency –, @Mr_mecenat published a compilation of images representing the original painting, Mahé’s photograph, and an image of a flock of sheep. This criticism can be interpreted in several ways: criticism of the measures taken by the government, criticism of the people who were not rebelling against this restriction, or criticism of the mass of people who claimed themselves to be Charlie in January 2015 perhaps.

In the same critical vein concerning the state of emergency, on November 29 @ValentinSteph published a photograph of riot police evacuating the crowd and commented in the following manner: “Allegory: Liberty leading the people”. The November 13 attacks targeted a general lifestyle of French people. Freedom in France is badly perceived. French people can go wherever they like to have fun with friends or see shows or sporting events. French people have freedom to compose their own identity through the successive specific choices they make (POISSENOT, 2016). However, this publication seems to have a sort of dual message, namely that it was necessary to support Paris and fight inhumanity, but radical measures like the state of emergency are not sometimes the best ones to guarantee Freedom of the people. The ironic nature of the tweet tells us that in fact French people are not as free as might be thought.

As for publications in the “other” column, a selfie was created by a tweeter who personalized the tribute by showing his great pride in being French. The reference to the painting again insists on the symbol of a Nation rather than on the symbol of Freedom.

Image 8 - Tribute in selfie



Source: Twitter (PLAZA, 2015)

Conclusion

Moving on from this analysis, the first observation to be made concerns the communicational objectives of the interdiscursive references to “Liberty leading the people”. Different recognition features exploited after the January attacks allowed the symbolism of the painting to be transferred to highlight the struggle for Freedom of expression, whereas during the November attacks the interdiscourse was at the service of a much greater reference – Paris and the French nation.

From an argumentative point of view, we should then note the common orientation of all the publications in reaction to the Charlie attacks. This “national unity” is a reflection of the collective alignment of a great majority of the French who took over the formula “*Je suis Charlie*” and who participated in different demonstrations of support. The argumentative orientation is not that clear and unequivocal in the tweets engendered by the November 13 attacks.

Citizens’ use of this artistic reference on socio-digital networks to express themselves underlined two kinds of “emotional communities”. Following the January attacks, an emotional pact was created through the device forging an indivisible unity, which forbade criticism. The attacks committed in November engendered a much more singular and united sentiment of belonging.

The analysis of our 421 multimodal tweets finally highlighted different ways of reasoning: reproduction (thanks to the evocation of a symbol known by everyone), circulation (broadcasting, sharing, quoting etc.), and creation (originality, inventiveness). The personal reformulations that were made are perceived as forms of interartistic creations. Their manual production (by drawing or photo retouching) demanded time and investment. These creations represent a reflection of the figure of self that the tweeter wanted to shape. The will to produce images in a broader way – through drawings, diversion of the personal photograph – was a means to talk about oneself while participating in the tribute to the victims of the attacks. These indirect self-portraits illustrate the new form of social communication mentioned by Castells, which can also be applied to socio-digital networks. Expressive individualism, taken in a permanent interaction, allows self-exhibition while aligning with community values.

References

- ALLARD, Laurence; VANDENBERGHE, Frédéric. Express yourself! Les pages perso: entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer-to-peer. **Réseaux**, cidade, v. 1, n. 117, p. 191-219, 2003.
- BIGEY, Magali; SIMON, Justine. De l'usage des mentions par les journalistes sur le réseau socionumérique Twitter. In: LIÉNARD, Fabien; ZLITNI, Sami (Ed.). **Médias numériques et communication électronique**. Mont Saint-Aignan: Editions Klog, 2016. p. 517-528.
- CASTELLS, Manuel. Emergence des “médias de masse individuels”. **Le Monde diplomatique**, Paris, Aug. 2006. Available at: <<https://www.monde-diplomatique.fr/2006/08/CASTELLS/13744>>. Accessed on: Aug. 31 2018.
- DÉMIER, Francis. **Récits d'historien**: la liberté guidant le peuple. Paris: Editions Hatier, 2014.
- FALARDEAU, Mira. **Humour et liberté d'expression**: les langages de l'humour. Laval: Presses de l'Université de Laval, 2015.
- HADJINICOLAOU, Nicos. ‘La liberté guidant le peuple’ de Delacroix devant son premier public. **Actes de la recherche en sciences sociales**: les fonctions de l'art, Paris, v. 28, p. 3-26, 1979.
- KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading images**: the grammar of visual design. London: Routledge, 1996.
- KRIEG-PLANQUE, Alice. **La notion de “formule” en analyse du discours**: cadre théorique et méthodologique. Besançon: Presses Universitaires de Franche-Comté, 2009.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Discours et analyse du discours**. Paris: Armand Colin, 2014.
- MILLERAND, Florence; PROULX, Serge; RUEFF, Julien (Org.). **Web social**: mutation de la communication. Québec: Presses de l'Université du Québec, 2010.
- MOSER, Walter. L'interartialité: pour une archéologie de l'intermédialité. In: FROGER, Marion; MÜLLER, Jürgen E. (Ed.). **Intermédialité et socialité**. Münster: Nodus, 2007. p. 69-92.
- NORRIS, Sigrid. Multimodal discourse analysis: a conceptual framework. In: LEVINE, Philip; SCOLLON, Ron (Ed.). **Discourse and technology**: multimodal discourse analysis. Washington: Georgetown University Press, 2004. p. 101-115.
- POISSENOT, Claude. Un an après: nous sommes la cible. **The conversation**, Boston, Nov. 16 2016. Available at: <<https://theconversation.com/un-an-apres-nous-sommes-la-cible-50732>>. Accessed on: Aug. 31 2018.
- RASTIER, François. Communication, interprétation, transmission. **Semen**, Besançon, n. 23, p. 121-138, Apr. 2007.
- ROBIC, Jean-François. **Copier-créter**: essais sur la reproductibilité dans l'art. Paris: L'Harmattan, 2008.
- SIMON, Justine. Intertextualité et interdiscursivité: deux concepts complémentaires pour l'analyse de plusieurs reformulations contemporaines de **La Liberté guidant le peuple** de Delacroix. In: Texte et discours en confrontation dans l'espace européen: pour un renouvellement épistémologique et heuristique, Metz, Université de Lorraine, 15-18 sept. 2015.
- VOLOCHINOV, Valentin Nikolaevič (BAKHTINE, Mikhaïl). **Le marxisme et la philosophie du langage**. Paris: Minuit, 1977.

Images

BERNARD, Ana. **Une nouvelle ère de Liberté (cf: La Liberté guidant le peuple-Delacroix) #SoireeJeSuisCharlie**. (S.l.): Twitter, 2015. Available at: <<https://twitter.com/anabernard1>>. Accessed on: Aug. 31 2018.

GC, delegue surete. **Nous suivons la liberté guidant le peuple. Nous sommes Charlie. Louvre Lens**. (S.l.): Twitter, 2015. Available at: <<https://twitter.com/dsurete>>. Accessed on: Aug. 31 2018.

LEFÉBURE, Anaïs. **La Liberté guidant le peuple (1830 - 2015)**. (S.l.): Twitter, 2015. Available at: <<https://twitter.com/anaislefebure>>. Accessed on: Aug. 31 2018.

PLAZA, Mike. **La liberté guidant le peuple ! #Fierte #HommageAuxVictims #hommagenational #FiersdelaFrance #fierdetrefrancais**. (S.l.): Twitter, 2015. Available at: <<https://twitter.com/MikePlz>>. Accessed on: Aug. 31 2018.

R., Céline. **La liberté guidant le peuple. Nous nous battons toujours pour elle. #jesuischarlie @ Place de la... instagram.com/p/xuR_PlhiKH/**. (S.l.): Twitter, 2015. Available at: <<https://twitter.com/aliasceline>>. Accessed on: Aug. 31 2018.

ROBERTS, Simon. **An extraordinary photo taken in Paris by @argyroglou, with echoes of Delacroix's "La liberté guidant le peuple"**. (S.l.): Twitter, 2015. Available at: <<https://twitter.com/simoncroberts>>. Accessed on: Aug. 31 2018.

ROMANSKI. **"Liberty leading the people" by Romanski**. (S.l.): Facebook, 2015. Available at: <<https://www.facebook.com/MrRomanski>>. Accessed on: Aug. 31 2018.

RUAULT, Olivier. **2015.01.11 magnifique "la liberté guidant le peuple" @JeSuisCharlie #Republique #laicite**. (S.l.): Twitter, 2015. Available at: <https://twitter.com/Olivier_Ruault>. Accessed on: Aug. 31 2018.

Meu amigo não é mais secreto: uma análise das estratégias de legitimação do discurso feminista no Facebook

Erika Cristina Dias Nogueira*

Resumo

Após séculos de apagamento das vozes femininas pela sociedade patriarcal brasileira, atualmente, as mulheres têm se apropriado do *site* de rede social digital Facebook para ecoarem suas falas com maior rapidez, facilidade e autonomia. A partir dessa utilização do Facebook, elas têm a chance de se autoexpressarem, realizarem trocas comunicativas e reflexões engajadas, que podem ser transformadoras de comportamentos e hábitos, principalmente machistas e misóginos. É nesse espaço comunicativo, altamente popular na atualidade e propício à atuação ciberativista, que analisamos discursivamente as denúncias de violência de gênero divulgadas durante a campanha “Meu amigo secreto”. A campanha foi um fenômeno, vindo a resultar em grande participação e repercussão na internet, discussões reflexivas *on-line* e *off-line* e, principalmente, um aumento das denúncias policiais de violência. Durante as análises dos *posts* divulgados por mulheres que se apropriaram da *hashtag* #MeuAmigoSecreto, verificamos que elas utilizaram em seus relatos estratégias de legitimação para situarem e alicerçarem seu lugar de fala, desde o emprego da ironia e do discurso de outrem, que pode garantir às enunciantes a polidez no discurso e a preservação da face, passando pelas encenações descritivas, com traços narrativos e argumentativos, que visam a convencer o interlocutor sobre a gravidade da denúncia, posicionando-se contra o estereótipo e padrões machistas disciplinadores.

Palavras-chave: Discurso. Ciberativismo. Legitimação. Feminismo. Facebook.

My friend is no more secret: an analysis of the legitimizing strategies of feminist discourse on Facebook

Abstract

After centuries of women's voices being wiped out by the Brazilian patriarchal society, women have appropriated the digital social networking site Facebook to echo their speeches with greater speed, ease, and autonomy. From this use of Facebook, they have the opportunity to express themselves, to hold communicative exchanges and engaged reflections that can be transformative for behaviors and habits, mainly sexist and misogynist. It is in this communicative space, highly popular nowadays and favorable to cyberactivism, that we discursively analyze the charges of violence against gender, exposed during the “Meu Amigo Secreto” (My Secret Friend) campaign. The campaign was a phenomenon, resulting in great participation and repercussion on the Internet, reflective online and offline discussions and, mainly, an increase in police reports of violence. During the analyses of the posts published by women who have appropriated the hashtag #MeuAmigoSecreto, we have verified that they have used strategies of legitimacy in their reports to situate and establish their place of speech, from the use of irony and the discourse of others, that can guarantee to the female enunciators politeness in their discourses and preservation of their faces; to descriptive scenarios, with narrative and argumentative features, aimed at convincing the interlocutor about the severity of the complaints, positioning themselves against the stereotype and disciplinary male chauvinist standards.

Keywords: Discourse. Cyberactivism. Legitimacy. Feminism. Facebook.

Recebido: 04/01/2018

Aceito: 14/05/2018

* Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG). Doutoranda em Estudos de Linguagens.

Introdução

Historicamente silenciadas pela sociedade patriarcal, as mulheres encontraram no *site* de rede social Facebook um espaço de expressão, reflexão e troca comunicativa que pode contribuir para a transformação de comportamentos e hábitos, principalmente machistas, a partir do uso e apropriação dessa ferramenta virtual. Tais mudanças na conduta da sociedade já podem ser notadas em casos específicos como o da campanha feminista “Meu amigo secreto”, objeto desta pesquisa. Essa campanha incentivou mulheres a divulgarem, em seus perfis no Facebook, pequenos textos em que descrevem sujeitos masculinos promotores da violência, da desigualdade de gênero e de outros tipos de preconceito, como o homossexual e o racial.

A campanha brasileira teve seu auge no “Dia internacional da não violência contra as mulheres”, celebrado em 25 de novembro de 2015, e fez um paralelo com a brincadeira típica de final de ano, o amigo secreto, expondo, através da *hashtag*¹ #MeuAmigoSecreto,² histórias autobiográficas ou de terceiros. Nesse caso, uma reflexão feminista foi provocada pela linguagem que denuncia, e, através da fala, mulheres tiveram a chance de promoverem o empoderamento feminino. Como resultado, a campanha feminista obteve grande participação e repercussão na internet, discussões reflexivas *on-line* e *off-line* e, principalmente, um aumento das denúncias policiais de violência.

Consideramos como feminista tal ação no Facebook, pois o movimento visa a conquistar a igualdade entre os gêneros. Similar é o objetivo da campanha “Meu amigo secreto”, que incentivou a autoexpressão política de mulheres para conquistarem maior visibilidade e terem seus pensamentos, sentimentos e vivências a respeito da violência de gênero expostos e compartilhados. Além de feminista, categorizamos tal campanha como ciberativista (PEREIRA, 2008), uma vez que se apropria de ferramentas da internet para desenvolver suas ações políticas, de forma simbólica.

Diante desse cenário de atuação ciberativista feminino, nosso objetivo é analisar discursivamente publicações de mulheres brasileiras reunidas na página da campanha feminista “Meu amigo secreto”, localizada no *site* de rede social Facebook. Para realizar o estudo, coletamos 23 *posts* do dia 25 de novembro de 2015, “Dia internacional da não violência contra a mulher”. A data foi escolhida por registrar o maior número de publicações da campanha.

Além de buscarmos relacionar e explicitar alguns aspectos da violência sofrida pela mulher no Brasil, procuramos, a partir das análises, compreender as estratégias discursivas utilizadas para a legitimação da causa feminista no ciberespaço e quais os aspectos históricos, culturais e sociais relacionados a essa causa. Dessa forma, podemos refletir sobre o empoderamento de mulheres que sofrem violência, promovido a partir do uso e apropriação do Facebook. Nossa base teórica e metodológica é composta, principalmente, por estudos da Análise do Discurso Francesa, do Ciberativismo e da Comunicação Digital.

1 A *hashtag* é uma palavra-chave antecidida de uma cerquilha (#), utilizada para indexar e contribuir para publicidade de assuntos. A *hashtag* é um tipo de *link* e tem a função retórica de induzir o leitor a uma página dentro do mesmo espaço da rede social Facebook.

2 A campanha foi criada pelo “Coletivo Não Me Kahlô” e não surgiu como uma ação planejada. Segundo o movimento, ela foi “uma construção coletiva e espontânea” (LARA *et al.*, 2016, p. 14) realizada a partir de diversas publicações compartilhadas pelo Coletivo no *site* de rede social Twitter com a *hashtag* #MeuAmigoSecreto, que chamavam a atenção para o machismo de pessoas próximas. Imediatamente após a publicação no Twitter, diversas mulheres começaram a enviar suas próprias histórias. A adesão cresceu ainda mais com a divulgação da campanha no Facebook. Nesse *site*, o uso da *hashtag* cresceu de forma acelerada, e milhares de mulheres compartilharam seus relatos.

1 As diversas faces da violência

Entendemos que a violência pode se apresentar, basicamente, nas formas física ou simbólica. A violência física é aquela que se configura em ação evidente, direta, que atinge, de forma agressiva, o corpo de uma vítima, de forma a causar dano à sua integridade física, e apresenta claramente um agressor e seu ato de agressão. Essa é a forma de violência mais agressiva e nítida. Já a violência simbólica, segundo Bourdieu (2002, p. 3), é aquela que se desenvolve na comunicação, através da linguagem, de forma “suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas”. Para Bourdieu (2002), a violência simbólica contra as mulheres foi e é naturalmente perpetuada pela dominação masculina, imposta e vivenciada na sociedade há séculos. A não perpetuação dessa dominação se configura em um discurso de luta feminista que discutiremos no próximo tópico deste artigo.

Ainda a respeito da violência simbólica, Zizek (2014) revela algumas faces desse tipo de violência. Segundo ele, a violência simbólica repousa sob uma máscara de normalidade, que suaviza seus efeitos maléficos. Contudo, acredita que, mesmo que os sinais mais evidentes de violência sejam aqueles que se configurem em atos de crime e terrorismo, a violência através da linguagem também é “claramente identificável”. (ZIZEK, 2014, p. 17). Outra face de agressividade na violência simbólica pode ser percebida pela imposição de sentidos que é própria da linguagem, que denota um lado implícito e inerente à própria linguagem e contribui ainda mais para a naturalização desse tipo de violência. Segundo o autor:

[...] essa violência não está em ação apenas nos casos evidentes – e largamente estudados – de provocação e de relações de dominação social que nossas formas de discurso habituais reproduzem: há uma forma ainda mais fundamental de violência que pertence à linguagem enquanto tal, à imposição de um certo universo de sentido. (ZIZEK, 2014, p. 17).

Zizek (2014) aponta a face de agressividade que pode ser inerente à própria linguagem como uma contradição, uma vez que a linguagem, por si mesma, pressupõe uma socialização, sendo o “meio por excelência da não violência e do reconhecimento mútuo” (ZIZEK, 2014, p. 51), mas que, ao mesmo tempo, pode implicar uma violência pela imposição de um determinado universo simbólico pelo locutor. Para o autor, tal uso da linguagem visa a essencializar a realidade, condensando qualificações a partir de símbolos, imagens e atitudes, e aponta que “tal condensação, não podemos esquecer, é um fato fundamental da linguagem, da construção e imposição de certo campo simbólico”. (ZIZEK, 2014, p. 49). Essa face da linguagem pode atenuar a violência.

É certo que a violência na linguagem não ocorre de forma direta, ela é insinuada, realiza-se a partir de uma troca de palavras e, mesmo agressiva, “pressupõe um mínimo de reconhecimento da outra parte” (ZIZEK, 2014, p. 49). Porém, a redução e essencialização de uma realidade realizada pela linguagem descrita por Zizek (2014) são, por si mesmas, um fator violento, pois simplificam “a coisa designada, reduzindo-a a um simples traço”. (ZIZEK, 2014, p. 50). Ao apontar a linguagem por si mesma como violenta, Zizek (2014) reforça a ideia de violência dupla quando a agressão simbólica é realizada em um discurso, como também avigora o debate ao apresentar a possibilidade de irradiação de interpretações distorcidas quando um discurso é compartilhado, abrindo espaço para explosões de outros atos violentos.

2 O discurso contra a violência feminina

As mulheres, que sempre tiveram uma participação mínima ou inexistente nas esferas públicas, contabilizam décadas de exposição a violências físicas e simbólicas. Relegadas à denominação de

“pessoa de segunda categoria” (BOFF; MURARO, 2002), elas aprenderam a ler em alguns países somente no século XIX, o que era permitido apenas aos homens. Outros direitos, como ao voto, à herança e ao salário, foram reivindicados em 1848, quando houve uma manifestação de mulheres americanas e inglesas em prol de melhorias. Muitas vezes deslegitimado pela ordem patriarcal e machista dominante, o movimento feminista somente conseguiu ingressar na história a partir da segunda metade do século XX, para levar concretamente suas causas ao conhecimento da sociedade (BOFF; MURARO, 2002), uma ação que se perpetua até hoje.

No Brasil, o percurso histórico da luta feminista apresenta diversas nuances, demandas e enfrentamentos, desde a luta sufragista pelo direito ao voto feminino, passando pela conquista de direitos trabalhistas, de direitos reprodutivos até o combate à violência contra a mulher e a luta pela maior participação feminina na política (COSTA, 2007). Atualmente, Costa (2007) destaca o desenvolvimento de um novo movimento feminista. Uma identidade construída após o conhecimento de inúmeras demandas, da intensa pressão política em defesa das causas feministas, da interação com o Estado e, ao mesmo tempo, da conquista de maior autonomia e espaço político. O feminismo ganhou forças e hoje está nas ruas, mas, principalmente, no discurso das mulheres brasileiras. Por meio do discurso feminista, considerado aqui como contra-hegemônico,³ as mulheres têm a possibilidade de promoverem denúncias, reflexões e o empoderamento feminino. A intencionalidade de tal discurso é promover a igualdade de gênero, oferecendo novos pontos de vista e incitando novas interpretações, que se contrapõem ao universo simbólico criado pela dominação masculina.

Pelo discurso, as mulheres podem ser reconhecidas e ter voz na sociedade, conquistando uma legitimidade. Charaudeau (2013) considera a legitimidade como algo que necessita de um processo de legitimação para se tornar de direito e, uma vez conquistada, precisa passar, novamente e constantemente, pelos mesmos processos para que seja reforçada. A legitimidade é, assim, resultado de um reconhecimento pelos sujeitos de um grupo ou de uma sociedade. Ao chamado processo de legitimação fazem-se necessárias as “estratégias de legitimação” (CHARAUDEAU, 2013), a serem utilizadas taticamente nos discursos circulantes na esfera de visibilidade pública, que é, atualmente, midiaticizada, encenada e lugar em que o espetáculo ganha atenção da sociedade. O autor ainda destaca que tal legitimação é uma estratégia de discurso conduzida pelo sujeito falante. É ele quem constrói ou adquire uma posição de autoridade como locutor de enunciados legítimos e, para manter tal posição, precisa empregar recursos discursivos de legitimação para ser reconhecido por outros sujeitos.

Com o advento da internet e das formas de comunicação digital, como o Facebook, as mulheres ativistas ganharam um espaço adicional para promoverem a legitimação de seu discurso, através da autoexpressão de seus pensamentos e motivos de luta. Miller e Sheperd (2012) apontam que, desde o aparecimento dos *blogs*, percebemos um crescimento na utilização dos espaços virtuais para desenvolver a autoexpressão. Segundo as autoras, esses espaços possuem uma natureza confessional, sendo assim, ideais para a autoexpressão em prol da autoexposição de sujeitos e enunciados.

A tecnologia proporcionada por essas ferramentas, como o Facebook, permite formar um espaço discursivo de troca comunicativa para debates públicos importantes que podem, assim, provocar transformações a partir de seus usos e apropriações. Tal caráter conversacional permite que ciberativistas se apropriem do espaço virtual como forma de mobilização estratégica em prol de suas causas de transformação coletiva. No Facebook, a conversação é facilitada pelas ferramentas e recursos interativos do *site*. A ciberativista tem a chance de expor seu discurso por meio de um perfil,⁴ desenvolvido exclusivamente para que ela publique seus *posts* e irradie seu discurso feminista,

3 Consideramos o conceito do filósofo marxista Gramsci, que classifica o “contra-hegemônico” como forma de resistência ao poder dominante.

4 Como perfis consideramos o conjunto de fotos, histórias e experiências compartilhadas por usuários do Facebook em um espaço exclusivo para contarem suas histórias. Segundo Recuero (2014a), os perfis são estratégias de presença na

como também provoque conversações por meio de interação com os comentários, espaço também proporcionado pelo *site*.

Importante destacar que a conversação no Facebook é de um tipo diferente da que conhecemos no espaço físico, pois apresenta formato subvertido, hipermidiático, híbrido e reconstruído para as redes sociais. (RECUERO, 2014a). Uma conversação é um tipo de interação virtual proporcionada, predominantemente, pela linguagem escrita informal e digitada. Além disso, tal conversação virtual possui elementos que antes eram típicos da conversação oral e foram apropriados pela internet. Também foram incorporados elementos que concederam à conversa “dimensões da oralidade” (RECUERO, 2014a, p. 46), otimizando o entendimento da mensagem ao “indicar elementos que são essenciais para a ‘tradução’ da língua escrita em língua falada, como elementos que dão dimensão prosódica da fala e elementos não verbais, como gestos e expressões”. (RECUERO, 2014a, p. 46). Dentre esses elementos, podemos destacar os *emoticons*,⁵ as informações gráficas com imagens, as repetições de letras e, atualmente, as *hashtags*, recurso para tornar pública alguma temática relevante, como a #MeuAmigoSecreto, estudada aqui neste artigo.

3 Análises discursivas dos *posts* no Facebook

Os textos divulgados pela campanha #MeuAmigoSecreto repousam sob a máscara da tradicional brincadeira de fim de ano “amigo secreto”. Configuram-se em denúncias que revelam as diversas faces de uma violência contra a mulher, seja ela física ou simbólica. Diferentemente da brincadeira, na campanha, o agressor não é revelado, nem no início nem no fim dos relatos. Contudo, as ações violentas são descritas em um processo de construção subjetiva do mundo. (CHARAUDEAU, 2012). Por vezes, as vítimas também são descritas, principalmente quando a escrita é autobiográfica, revelando textos íntimos, desvendados no Facebook. Como podemos notar nos textos abaixo:

Figura 1 - Post da campanha #MeuAmigoSecreto

#Meuamigosecreto disse que eu deveria me vestir como mulher, usar maquiagem e evitar o cabelo curto.

Fonte: <https://www.facebook.com/Meuamigosecreto>

Figura 2 – Post da campanha #MeuAmigoSecreto

#meuamigosecreto já trabalhou comigo. Em posição de chefe, se achava no direito de apontar minhas roupas e decotes com comentários grotescos. Nunca respondi...

Fonte: <https://www.facebook.com/Meuamigosecreto>

Nos *posts* das FIG. 1 e FIG. 2 e em todos os outros *posts* coletados, notamos que as locutoras expõem seu discurso através de enunciados que se apresentam de forma descritiva. A descrição é o recurso utilizado também na brincadeira de fim de ano “amigo secreto”. Nela, a intenção do enunciador é descrever, perante um grupo social, seja do trabalho, da escola ou da família, um amigo que será presenteado. Utilizando a etiqueta “meu amigo secreto”, o sujeito enunciador revela seu amigo oculto a partir da exposição do que ele considera serem qualidades e ações do presenteado.

Uma descrição, segundo Charaudeau (2012), é um texto organizado discursivamente de forma descritiva. O ato de descrever, conforme Charaudeau (2012, p. 111), “consiste em ver o mundo com

rede, que delimitam os atores e participantes de uma conversação e podem constituir-se nelas.

⁵ Segundo Recuero (2014a, p. 47), os *emoticons* são “conjuntos de caracteres do teclado que simbolizam expressões faciais”.

um ‘olhar parado’ que faz existirem os seres ao *nomeá-los*, *localizá-los* e *atribuir-lhes* qualidades que os singularizam”. E é, precisamente, dessa forma, que as enunciatóricas, ou descritóricas, constroem suas enunciações nos *posts* da campanha #MeuAmigoSecreto. Observamos que, nos *posts*, a descrição é organizada em torno, principalmente, da investida em nomear um ser, classificando-o como “meu amigo secreto”. Segundo Charaudeau (2012, p. 112), nomear classifica seres em função de uma semelhança (secreto), fazendo com que um “ser seja” e provocando certos procedimentos de identificação, como “informar”.

Além de identificar os sujeitos secretos, mesmo sem citar seus nomes próprios, algumas descrições nos *posts* visam a qualificar tais seres, como observamos na FIG. 2. Para Charaudeau (2012, p. 115), qualificar é atribuir “um sentido particular a esses seres”, classificando-os como “chefe” (FIG. 2), por exemplo. A atribuição é realizada pela enunciatória, que, segundo Charaudeau (2012, p. 115), satisfaz seu “desejo de posse do mundo: é ela que o singulariza, que o especifica, dando-lhe uma substância e uma forma particulares, em função da sua própria visão das coisas”.

É a partir do ponto de vista da enunciatória que as qualidades do amigo secreto são reveladas. Elas apostam em denúncias contra os seres construídos na enunciação. Em uma análise da encenação descritiva (CHARAUDEAU, 2012) apresentada nas FIG. 1 e 2, podemos interpretá-la como provocadora de possíveis “efeitos de confiança” (CHARAUDEAU, 2012, p. 141), pois são descrições em que há a intervenção explícita de um descritor, “que é levado a exprimir sua apreciação pessoal”. (CHARAUDEAU, 2012, p. 141). Com tal estratégia descritiva, as enunciatóricas revelam suas reflexões pessoais a respeito de um acontecimento negativo para elas.

O ambiente virtual do Facebook parece ser um local propício para que os relatos pessoais se desenvolvam. Discursos de si, narrativas autobiográficas e textos testemunhais são encontrados em larga escala no *site*, permitindo “ao cidadão comum não só se manifestar, mas também assumir papéis diferentes que geralmente só seriam possíveis pela ocupação de algum poder institucional” (EMEDIATO, 2015, p. 182). Uma possibilidade de maior visibilidade e irradiação de discurso que, como já apontamos aqui, é utilizada pelo ciberativismo de forma positiva, que demonstra uma face argumentativa (EMEDIATO, 2015) das enunciações, mesmo apresentando descrições.

Com o advento do Facebook, esse apetite confessional ganha mais amplitude e popularidade devido à facilidade de compartilhamento oferecida pelo *site*. Tais características do discurso digital podem ser notadas nos *posts* analisados. Eles se constituem em formas descritivas de enunciar o discurso, mas que não deixam de apresentar uma face argumentativa para convencer o interlocutor sobre a negatividade da denúncia apresentada, legitimando, implicitamente, um ponto de vista feminista. Notamos também que alguns *posts* são, explicitamente, descrições narrativas (CHARAUDEAU, 2012, p. 239), uma estratégia discursiva argumentativa também encontrada durante a análise dos relatos, como no exemplo abaixo:

Figura 3 – Post da campanha #MeuAmigoSecreto

#meuamigosecreto é visto por todos como um cara legal e tranquilo, mas já enforcou a namorada e disse que não fazia sexo com ela por ela estar gorda.

Fonte: <https://www.facebook.com/Meuamigosecreto>

A descrição narrativa é uma estratégia discursiva do Modo de Organização Argumentativo⁶ (CHARAUDEAU, 2012) que visa a persuadir o interlocutor, reforçando uma prova ou produzindo-a. Notamos, na enunciação da FIG. 3, que as provas estão em “enforcou a namorada” e em “disse que

⁶ Conforme Charaudeau (2012), o Modo de Organização Argumentativo é a mecânica que permite a construção das argumentações de diversas formas, organizando a lógica argumentativa e estabelecendo uma prova de encenação argumentativa.

não fazia sexo com ela por estar gorda”. Ao apresentar tais provas, o interlocutor pode ser convencido a acreditar que o amigo secreto não é o “cara legal e tranquilo” que qualifica na primeira frase, mas sim um agressor. Na enunciação, tal descrição narra os acontecimentos agressivos a fim de exemplificar uma ação violenta, qualificando negativamente o amigo secreto.

A argumentação também é sustentada pela estrutura do *post*, que contribui para a persuasão com o uso da *hashtag* #MeuAmigoSecreto no início de todos os textos. Tal *hashtag* colabora para a irradiação do discurso feminista, uma vez que seu uso massivo, conforme Recuero (2014b), indica apoio em grande escala. Consoante Recuero, Emediato (2015, p. 185) diz que a irradiação que ocorre pela apropriação da etiqueta #MeuAmigoSecreto é um fenômeno encontrado nas redes sociais digitais pela ação de compartilhamento.

A fim de se tornarem visíveis e conquistarem a legitimação de seus discursos de denúncia, apresentando explícita e implicitamente um apoio ao feminismo, é que as enunciatóricas nos *posts* da campanha “Meu amigo secreto” se apropriam de estratégias discursivas como as apresentadas nas análises acima. Nos tópicos a seguir, continuaremos a análise do discurso nos *posts* coletados de #MeuAmigoSecreto, entendendo como são construídas as descrições da campanha e revelando quais as possíveis estratégias de legitimação do discurso no Facebook.

3.1 Agressores e vítimas são revelados

Ao analisarmos os *posts* das FIG. 1 e FIG. 3, notamos que a descrição do amigo secreto se dá a partir de sua ação de “dizer”, um verbo denominado *dicendi*. Os verbos *dicendi* têm o objetivo de declarar algo e podem criar “um efeito de autenticidade” (MAINGUENEAU, 2004, p. 141) a partir do relato da fala do outro, quando utilizados nos discursos diretos. Notamos que, não só nos *posts* das FIG. 1 e FIG. 3, mas na maioria dos *posts* coletados, os verbos utilizados no ato de linguagem com a intenção de descrever os sujeitos secretos são os *dicendi* (ex.: “disse” e “falou”). “Dizer” pode sugerir também, segundo Maingueneau (2004), um distanciamento do locutor, uma busca pela objetividade e pela neutralidade, utilizado quando o locutor visa a indicar a autoria de uma declaração, isentando-se do discurso. Quando a enunciatória escreve, em sua publicação, que o amigo secreto “disse”, ela atribui ao relator, e não a ela, a responsabilidade da fala.

Mesmo que, na FIG. 1, a enunciatória apresente um texto autobiográfico, destacando algo que aconteceu a si própria e que a acometeu significativamente, levando-a a denunciar em rede social, sua iniciativa principal é evidenciar a fala de um outro sujeito, apresentando seu ponto de vista a respeito do acontecido. Isentando-se na fala e apoiando-se no “dizer” de outro locutor, a enunciatória utiliza o discurso de outrem como estratégia de polidez, garantindo uma preservação de sua face ou “fachada”. (GOFFMAN, 2011).⁷

Ela revela o comportamento de um agressor, ocultando seu nome próprio, porém qualificando-o como “meu amigo secreto”, o que pode denotar certa ironia, pois evidencia um contraste entre o “real” e o aparente. O recurso irônico é uma forma menos agressiva para se dirigir a alguém de forma implícita, uma estratégia textual que possui um caráter defensivo em que “há um efeito de *não assumir* a enunciação por parte do locutor e de discordância em relação à fala esperada em tal tipo de situação”. (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 291, grifo nosso). Sob a etiqueta do “amigo secreto”, as mulheres direcionam, de forma irônica, a fala ao agressor “amigo”, assegurando a polidez do discurso e preservando sua face. Porém não deixam de se posicionar contra as ações e

7 O conceito de preservação da face e fachada é inaugurado por Goffman (2011) e reutilizado por Maingueneau (2004) em seus estudos. Goffman (2011, p. 20) define o conceito: “A preservação da fachada serve para neutralizar ‘incidentes’ — quer dizer, eventos cujas implicações simbólicas efetivas ameaçam a fachada”. Maingueneau (2004) complementa explicando que a teoria das faces é aquela que estuda os fenômenos de polidez de um ato de linguagem.

agressores, revelando-os a partir de seu ponto de vista feminista e provocando um ataque à face do interlocutor, pois a construção irônica possui uma “força subversiva”. (MAINGUENEAU, 2004, p. 178).

A estratégia irônica pode ser encontrada em todos os *posts* que utilizam a hashtag #MeuAmigoSecreto. Investir em uma polidez e na preservação da face parece ser fundamental, principalmente, para as enunciatórias que são vítimas, como na FIG. 1, e correm o risco de serem ameaçadas pela visibilidade do *post*. A enunciatória da FIG. 1 denuncia a violência simbólica sofrida a partir da imposição de um universo simbólico que é próprio do sujeito agressor. Segundo a enunciatória, o amigo secreto a agride verbalmente ao dizer que ela deveria se vestir como mulher, nos padrões do que ele acredita “ser mulher”. O interlocutor não conhece o agressor, porém pode interpretar, a partir de sua fala citada, que ele não considera que a enunciatória da FIG. 1 se vista como mulher. O amigo secreto parece indicar seu ponto de vista do que é “ser mulher”, a partir da representação socialmente construída sobre o gênero, indicando o que seria uma oposição ao “feminino” para ele. Algo em relação ao qual o movimento feminista é contrário, uma vez que defende a desconstrução da binariedade entre os gêneros e incentiva a igualdade.

Cabe ressaltar aqui que as representações sociais são discursos de conhecimento e de crença, coletivos, que constroem “uma consciência de si” a partir de uma “identidade coletiva”. (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 433). As representações configuram-se em discursos sociais “que testemunham, alguns, sobre o saber de conhecimento sobre o mundo, outros, sobre um saber de crenças que encerram sistemas de valores dos quais os indivíduos se dotam para julgar essa realidade”. (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 433).

A representação social de um corpo “feminino” produz a imposição de um determinado padrão de beleza dominante que exige que a mulher, segundo Lara e outros (2016, p. 29), “arranque os pelos que cobrem o corpo, esconda suas ‘imperfeições’ com espessas camadas de maquiagem e trave uma batalha perdida contra o tempo”. É uma representação que estabelece como padrão o homem e coloca o corpo feminino como deficiente. A mulher que atua contra tal “projeto disciplinar da feminilidade” (LARA *et al.*, 2016) e que não valoriza o treinamento para agradar os olhares externos é desvalorizada e repelida, “considerada relaxada, feia ou ‘igual a um homem’” (LARA *et al.*, 2016, p. 29), similarmente ao que vimos na FIG. 1.

No caso da FIG. 1, podemos interpretar que é acionada, no discurso do amigo secreto, uma representação social do que é ser mulher de acordo com as crenças de uma sociedade brasileira historicamente patriarcal, que constrói um sistema de gênero centrado no masculino e envolve, como já descrevemos, a imposição de um padrão disciplinar feminino, construindo um estereótipo de mulher. Por meio do estereótipo, o discurso é naturalizado, torna-se senso comum, fazendo sobrepor somente o que é evidente, baseado em crenças culturais. Esse tipo de estratégia no discurso pode ser simbolicamente violento, pois institui representações cristalizadas, tidas como universais e unificadas, excluindo a diferença.

Entendemos, portanto, que o enunciado da FIG. 1 evidencia que o agressor constrói um estereótipo de mulher, de acordo com a representação social do que é ser mulher, e parece indicar que a enunciatória está no oposto disso, em um aspecto levantado como negativo. Amaral (2014) aponta que as práticas corporais femininas, como as roupas, estiveram, historicamente, submetidas a “diversas formas de controle”, sendo “objeto de perpétua suspeita”, configurando-se em uma vinculação do corpo e das práticas corporais com a mulher, que passa a ser vítima do corpo. “As mulheres estiveram e ainda estão intensamente atreladas ao corpo, na medida em que são comumente definidas a partir de um binômio entre imanência e transcendência que determina o que é ser homem ou mulher”. (AMARAL, 2014, p. 134).

O controle das roupas e da corporeidade feminina é visto como de ordem machista pelas feministas e destacado como negativo na FIG. 1, pois limita a liberdade de escolha das roupas, impõe padrões estéticos ao gênero e traz somente um sentido ao que é ser mulher, configurando-se, assim, como uma ação de violência simbólica. A mesma temática é abordada na FIG. 2, quando também, em um *post* autobiográfico, a enunciativa descreve seu amigo secreto como um ex-chefe que destacava seu jeito de vestir em tom negativo. A descrição das falas do amigo secreto parece ter ainda uma conotação sexual, uma vez que a enunciativa ressalta o substantivo “decote” em sua enunciação. Amaral (2014) diz que, comumente, o corpo é “transformado em sexo”, o que indica a objetificação da mulher, vinculando-a ao corpo, à sua exposição declarada e ao seu culto, impostos “como verdades sobre a construção dos sujeitos” (AMARAL, 2014, p. 133).

Os testemunhos revelados nas FIG. 1 e 2 são autobiográficos, porém, ao observarmos todos os *posts* coletados, notamos que poucos investem em uma escrita de si (6 *posts*), muitos são aqueles que citam somente o discurso de outros, como na FIG. 3. Nesse caso, a vítima não tem nome, apenas é qualificada pela enunciativa como “namorada” e pela citação da fala do agressor como “gorda”. A encenação descritiva, na FIG. 3, pode provocar um “efeito de saber” (CHARAUDEAU, 2012, p. 139) no interlocutor. Ao utilizar tal efeito, a enunciativa se coloca como um “descriptor sábio”, produzindo, em seu discurso, “uma série de identificações e de qualificações que, presumivelmente, o sujeito leitor não conhece”. A intenção da enunciativa, na FIG. 3, parece ser convencer o interlocutor sobre o caráter do agressor, revelando sua face negativa. Ao mesmo tempo, ela expõe uma vítima pelas qualificações propostas e narra o que ela já vivenciou, em um processo argumentativo de conquista do interlocutor pela emoção.

A estratégia discursiva da busca pela emoção é definida como *pathos*⁸ e é considerada uma noção “[...] utilizada para assinalar as discursivizações que funcionam sob efeitos emocionais com fins estratégicos” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 372). Avaliada como uma estratégia de apelo à emoção, o *pathos* pode ser incitado no *post* da FIG. 3, no relato de enforcamento contra a vítima e no xingamento. Cabe ao interlocutor uma emoção de indignação ou raiva contra o amigo secreto, revelado um agressor. O leitor também pode sentir uma identificação solidária com a vítima de violência física e simbólica, pois pode entender que ambas as agressões são graves e deixam marcas nas mulheres agredidas, muitas vezes, irreparáveis.

3.2 Agressões físicas e simbólicas são descritas

Além de revelar denúncias de agressões físicas contra a mulher e preconceito com relação ao corpo e às roupas, os *posts* analisados revelam outras formas de violência, como as que analisaremos neste tópico. Uma primeira temática partilhada é a domesticidade da mulher (FIG. 4 e 5), um tipo de assujeitamento feminino ao universo simbólico doméstico a partir da representação social histórica do que é ser mulher. O código social da domesticidade é imposto à mulher há séculos e ainda encontra raízes na atualidade, conforme Swain:

Tudo se passa como se lavar roupa, louça, cuidar de crianças, da casa, fossem tarefas absolutamente incompatíveis com a dignidade do homem, digo, do pênis. E as mulheres aceitam isto como um dado, como se fosse impossível mudar as relações entre os seres, fundar uma nova articulação social onde todos fossem responsáveis por todas as tarefas. Que assujeitamento cego é este que aceita uma divisão de trabalho iníqua, em nome de quê? A resposta é simples: em nome da ordem do pai, do pênis, do patriarcado (SWAIN, 2014, p. 41).

8 O conceito de *pathos* foi elaborado pelo filósofo grego Aristóteles, na retórica clássica, e é empregado no estudo da argumentação, juntamente com os conceitos de *logos*, que se refere à argumentação ou ao discurso em si mesmo, e *ethos*, que constitui o caráter do orador e sua influência no auditório. Aristóteles considerava que um discurso sempre poderia ser analisado a partir dessas três estratégias discursivas, que são os meios de persuasão pelo discurso.

A domesticidade da mulher promove a desigualdade dos gêneros a partir da determinação de uma ordem patriarcal. Ela é baseada em construções sociais e históricas que determinam o que deve fazer parte de uma essência feminina. Testemunhamos, desde cedo, as meninas aprendendo a cuidar da casa, enquanto seus irmãos estão brincando. Isso pode ser ilustrado por Lara e outros (2016, p. 17) quando apontam: “Um estudo realizado com brasileiras de 6 a 14 anos concluiu que 81,4% delas arrumam sua própria cama, enquanto apenas 11,6% dos meninos fazem o mesmo”. Os dados mostram a desigualdade na cobrança de afazeres domésticos. As mulheres dedicam mais tempo à tarefa, e a exigência é maior, o que torna o afazer doméstico uma ocupação tradicionalmente feminina.

A imposição da domesticidade é denunciada na campanha feminista por ser motivo de violência entre as mulheres. Sofrem tanto aquelas que conseguem se libertar de tal determinação histórica e naturalizada, sendo consideradas “desleixadas” ou “inadequadas”, quanto aquelas que vivem insatisfeitas sob esse padrão doméstico e não conseguem sua emancipação, vivendo sob nenhum *status*. Podemos notar tal realidade nos *posts* abaixo a partir da exposição dos dizeres de sujeitos secretos agressores: “Não sabe cozinhar, não serve pra casar” (FIG. 4), “Acha que afazeres domésticos é só obrigação das mulheres” e “Tirar o prato da mesa quando ele acaba as refeições é trabalho da mulher” (FIG. 4).

Figura 4 – Post da campanha #MeuAmigoSecreto

#Meuamigosecreto diz que mulher que não sabe cozinhar não serve pra casar. Ele mora com a mãe, pois não ganha o suficiente pra pagar um aluguel sozinho.

Fonte: <https://www.facebook.com/Meuamigosecreto>

Figura 5 – Post da campanha #MeuAmigoSecreto

#meuamigosecreto acha que afazeres domésticos é só obrigação das mulheres, ele trabalha fora e paga todas despesas, e tirar o prato da mesa quando ele acaba as refeições é trabalho da mulher. Se a mulher trabalha fora tem que cuidar da casa também. Já ele não pode ajudar.

Fonte: <https://www.facebook.com/Meuamigosecreto>

Nas FIG. 4 e 5, notamos denúncias de violências simbólicas a partir da descrição de falas agressivas e também algumas incoerências no comportamento do amigo revelado, que pode ser julgado por suas ações. As incoerências se demonstram nas falas não só nos *posts* acima, como também na maioria dos relatos analisados (14 *posts*), revelando ser uma estratégia discursiva comum na campanha para desqualificar o agressor.

Na FIG. 4, a incoerência do agressor é revelada na descrição “ele mora com a mãe, pois não ganha o suficiente para pagar um aluguel sozinho”, provocando o conhecimento de um sujeito que não representa socialmente o “homem para casar”. A construção descritiva da enunciatória apresenta dois discursos opostos, dividindo o que o agressor faz (mora com a mãe) do que ele fala (julga a mulher que não sabe cozinhar). Ao interlocutor, por sua vez, cabe identificar a incoerência entre a ação e a fala. Ele pode interpretar que um sujeito que não se encaixa na representação social de “homem para casar” acaba julgando as “mulheres para casar” de acordo com essa representação social que constrói um estereótipo do ser mulher, como vimos na FIG. 1. Ao apresentarem as incoerências, as enunciatórias investem em uma comparação implícita com aquilo que acreditam ser o coerente. Há uma empreitada em desqualificar o sujeito, o que pode contribuir para a deslegitimação desse tipo de ponto de vista machista.

Outra temática partilhada nos *posts* é a do preconceito no trabalho, como podemos notar na FIG.6:

Figura 6 – *Post* da campanha #MeuAmigoSecreto

#meuamigosecreto falou que eu não poderia ser programadora, pois mulher (bonita) não tem inteligência para isso. Segura meu diploma em Sistemas. ;)

Fonte: <https://www.facebook.com/Meuamigosecreto>

A agressão simbólica é confidenciada no texto autobiográfico pela negação descrita na passagem “mulher (bonita) não tem inteligência para isso”. A violência é declaradamente de um amigo secreto que incita uma fala preconceituosa contra a vítima, que é a própria enunciativa. Similarmente aos *posts* anteriores (FIG. 4 e FIG. 5), na FIG. 6, a mulher é vista como fraca e inapta e colocada em uma posição desigual de inferioridade com relação ao homem. O amigo secreto se coloca como superior e preconceituoso ao dizer que uma mulher não pode ser programadora, o que demonstra que ele considera ser uma profissão somente destinada aos homens. Encontramos no *post* traços do que Bourdieu (2002) diz serem marcas de uma dominação masculina, patriarcal e machista, construída historicamente pela divisão social dos papéis do homem e da mulher. O amigo secreto parece defender tal discurso dominante que vê o masculino como padrão de qualidade, desvalorizando o feminino.

Para sustentar a denúncia do preconceito e referendar uma defesa feminista pela igualdade de gêneros, podemos notar que a ciberativista da FIG. 6 utiliza algumas estratégias na encenação de seu discurso. Primeiro, ela apresenta a descrição do que o agressor disse: “que não poderia ser programadora”, que vem seguida de um esclarecimento: “pois mulher (bonita) não tem inteligência para isso”. Ela utiliza esse tipo de “descrição para explicar” (CHARADEAU, 2012, p. 145) a fim de definir e deixar claro o porquê de o amigo secreto ter dito que não poderia exercer a profissão. É uma empreitada argumentativa que visa a convencer o interlocutor e não deixar dúvidas de que o agressor cometeu um ato de violência simbólica.

A última frase da enunciativa também sustenta sua descrição com uma provocação ao amigo secreto demonstrada em “Segura meu diploma em Sistemas”. Mesmo predominantemente descritiva, qualificando agressor, ação e vítima, o *post* da FIG. 6 utiliza o *pathos*, uma estratégia argumentativa de incitação à emoção. No caso, a incitação é dirigida ao amigo secreto, em uma empreitada combativa.

Considerações finais

Ao lermos e analisarmos os discursos denunciatórios de mulheres no Facebook, compartilhados durante a campanha #MeuAmigoSecreto, podemos concluir que a violência reside no afeto. Os agressores de mulheres são, muitas vezes, aqueles que estão próximos às vítimas. Nos *posts* da campanha, eles são qualificados, devidamente julgados e expostos. Sem nome, sem face, os agressores são apenas identificados como “amigo secreto”, incoerentes, disfarçados e agressivos, que atuam violentamente, às vezes sob a máscara de uma amizade ou de um amor. Já as vítimas são apresentadas, em algumas ocasiões, como inertes diante das atrocidades acometidas, agredidas sem possibilidade de reação, outras vezes, como combativas e ativas diante do acontecido. Com essas qualificações, são reveladas as diversas faces da agressão a partir de uma descrição que pode conter traços narrativos ou argumentativos.

As ações agressivas relatadas nos *posts* são diversas e abordam temáticas antes veladas e silenciadas, como a domesticidade, a representação social negativa da mulher, a imposição de padrões patriarcais e a cultura do estupro. Verificamos, durante a pesquisa, que as mulheres, sejam elas militantes ou não do feminismo, utilizaram em seus relatos estratégias de legitimação para revelarem as faces da violência de gênero e situarem seu lugar de fala feminista. Desde as estratégias irônicas e de discurso

de outrem, ambas que garantem a polidez do discurso e a preservação da face, até as encenações descritivas, com traços narrativos e argumentativos, que visam a convencer o interlocutor sobre a gravidade da denúncia, posicionando-se contra o estereótipo e as construções sociais patriarcais e excludentes e apresentando traços de uma linguagem militante.

Neste estudo, também explicitamos ações e agressores contra as mulheres e conhecemos as temáticas defendidas pelo feminismo, bem como refletimos sobre o uso do Facebook como ferramenta para o empoderamento feminino. As mulheres encontram um espaço para libertarem suas vozes oprimidas, denunciando violências simbólicas ou físicas, por vezes, extremas, como nos casos de estupro. Mesmo desacreditado pelos mais críticos, que denominam o ciberativismo, de forma pejorativa, como “ativismo de sofá”, notamos o quanto é importante essa nova forma de autoexpressão ativista que oferece uma arma adicional para a luta de minorias, possibilitando maior espaço para a visibilidade e a legitimação de causas. Um novo ativismo construído por ações coletivas que promovem a criação de estratégias de resistência através da linguagem e do descongelamento de enquadramentos negativos.

Mesmo que de forma rápida, esse tipo de campanha contribui para a quebra de um silêncio. O Facebook teve um papel fundamental na circulação das falas feministas. O *site* foi utilizado como um espaço de refúgio, onde as mulheres se sentiram à vontade para divulgarem seus relatos. Podemos concluir, a partir disso, que o Facebook possui um grande potencial transformador, pois é lugar de identificação, reconhecimento e representatividade de minorias. Um espaço tecnológico virtual que evidencia tensões da sociedade, contribui para a circulação de sentimentos, tendências, denúncias e permite a pluralidade de vozes, construindo uma rede de sentidos que pode modificar padrões negativos solidificados.

Referências

- AMARAL, Marcela. Culto ao corpo e estilo de vida: práticas estéticas e magreza entre mulheres. In: STEVENS *et al.* (Org.). **Estudos feministas e de gênero: articulações e perspectivas** [livro eletrônico]. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2014. p. 133-148.
- BOFF, Leonardo; MURARO, Rose Marie. **Feminino e masculino: uma nova consciência para o encontro de diferenças**. Rio de Janeiro: Sextante, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 2.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- CHARAUDEAU, Patrick. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino; GAVAZZI, Sigrid (Org.). **Da língua ao discurso: reflexões para o ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p. 11-27. Disponível em: <<http://goo.gl/vYla9k>>. Acesso em: 28 mar. 2015.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2012.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2013.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2014.
- COSTA, Ana Alice Alcântara. O Movimento Feminista no Brasil: dinâmica de uma intervenção política. In: MELO *et al.* (Org.). **Olhares feministas**. Brasília: Ministério da Educação, Unesco, 2007. p. 51-82.
- COSTA, Sérgio Roberto. **Minidicionário do discurso eletrônico-digital**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.
- EMEDIATO, Wander. Discurso e *web*: as múltiplas faces do Facebook. **Revista da ABRALIN**, v. 14, n. 2, p. 171-192, jul./dez. 2015.
- GOFFMAN, Erving. **Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.
- LARA, Bruna de *et al.* **#Meu Amigo Secreto: feminismo além das redes / [Não me Kahlo]**. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro, 2016.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 3.ed. Tradução de Cecília P. de Souza e Silva. São Paulo: Cortez, 2004.
- MILLER, Carolyn R.; SHEPERD, Dawn. Blogar como ação social: uma análise do gênero *weblog*. In: DIONÍSIO, Ângela Paiva; HOFFNAGEL, Judith Chambliss (Org.). **Gênero textual, agência e tecnologia: estudos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012. p. 59-84.
- PEREIRA, Marcus Abílio. **Cyberativismo e democracia: movimentos sociais e novos repertórios de ação**. 2008. 221 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Portugal, 2008.
- RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2014a.
- RECUERO, Raquel. Contribuições da análise de redes sociais para o estudo das redes sociais na internet: o caso das hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma. **Revista Fronteiras**, v. 16, n. 2, p. 60-77, maio/ago. 2014b.
- SWAIN, Tania. Por falar em liberdade... In: STEVENS *et al.* (Org.). **Estudos feministas e de gênero: articulações e perspectivas** [livro eletrônico]. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2014. p. 36-51.

ZIZEK, Slavoj. **Violência:** seis reflexões laterais. Tradução de Miguel Serras Pereira. São Paulo: Boitempo, 2014.

Metamidialidade e literatura: uma leitura do romance **Sweet Tooth**, de Ian McEwan

Caio Antônio Nóbrega*

Resumo

Neste artigo, objetivamos analisar como o romance **Sweet Tooth**, escrito por Ian McEwan, na condição de objeto de mídia literário, representa aspectos midiáticos da própria literatura — uma operação que aqui nomeamos de representação metamidiática. Levamos em conta como os aspectos materiais, econômicos, técnicos, sociais e institucionais da literatura foram representados nesta narrativa em relação aos processos de produção, circulação e consumo que caracterizam a atividade literária. Percebemos que tal estratégia criativa tem dois principais desdobramentos: i. a apresentação da paisagem midiática da Inglaterra da década de 1970 para uma audiência contemporânea — paisagem essa marcada por fortes contornos autobiográficos; ii. a realização de um processo de letramento literário/midiático, que desenvolve nos leitores a consciência sobre o fato de a literatura ser uma forma mediada.

Palavras-chave: Literatura contemporânea. Ian McEwan. Metaficção. Metamidialidade.

Metamediality and literature: a reading of Ian McEwan's **Sweet Tooth**

Abstract

In this article, we aim at analyzing the forms by which Ian McEwan's novel *Sweet Tooth*, as an object of the literary media, represents literature's media aspects— an operation we named metamedia representation. We consider how material, economic, technical, social, and institutional aspects of literature are represented in this narrative in relation to process of production, circulation, and reception, which characterizes the literary activity. This creative strategy is responsible for two major outcomes: i. the presentation of the English media landscape from the 1970s to a contemporary audience — a landscape marked by an autobiographical frame; ii. the development of a literary/media literacy process, which informs the reader about the fact that literature is a mediated form.

Keywords: Contemporary literature. Ian McEwan. Metafiction. Metamediality.

Recebido: 09/01/2018

Aceito: 15/06/2018

* Universidade Federal da Paraíba. Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL). Bolsista do CNPq.

Sweet Tooth, décimo terceiro romance do escritor inglês Ian McEwan, publicado em 2012, traz a narrativa em primeira pessoa de Serena Frome, uma jovem que, na década de 1970, é recrutada pela agência britânica de inteligência interna e contraespionagem, o MI5, e lá toma parte na Operação Sweet Tooth, que intitula o romance em questão. Nessa operação, intelectuais foram financiados secretamente pelo MI5, disfarçado por trás de conexões com fundações filantrópicas, a fim de que pudessem escrever, dentro de suas áreas, artigos, ensaios e pesquisas que se articulassem à ideologia capitalista. A paixão pela leitura e o fato de possuir certo conhecimento empírico sobre literatura contemporânea levaram Serena a ser chamada para atuar como colaboradora na Operação Sweet Tooth, na função de agente responsável por Tom Haley, o único escritor de ficção a ser financiado pela Operação. Ao longo do romance de McEwan, os dois personagens acabam desenvolvendo uma relação romântica, que coloca Serena no difícil lugar de agente/espia do homem que passa a amar.

Em **Sweet Tooth**, podemos observar processos em que a literatura se volta substancialmente em direção à própria literatura, um movimento reflexivo que caracteriza uma prática metaficcional. Entendendo a metaficção como “ficção sobre ficção — ou seja, ficção que inclui em si mesma um comentário sobre sua própria identidade narrativa e/ou linguística”¹ (HUTCHEON, 1980, p. 1), podemos apontar, no romance de McEwan, um rol de estratégias de criação metaficcional: em diversos momentos, na narrativa, por exemplo, há uma explicitação do processo de construção textual, seja pela tematização dos processos de leitura e escrita, seja pelas várias relações intertextuais e incursões paródicas presentes no texto, que se desenvolvem especialmente a partir do recurso de *mise en abyme*, ou estrutura em abismo, em que uma história é contada dentro de outra história, havendo relações de espelhamento entre elas.

Além dessas questões que envolvem uma autoconsciência textual, destaca-se, em **Sweet Tooth**, uma prática que se desloca para além das fronteiras do texto ficcional. Interessante perceber, nesse sentido, que “além de” é justamente uma das traduções para o prefixo “meta”, que constitui o termo metaficção. Tal deslocamento, no romance de McEwan, é resultado de uma representação dos processos de produção, circulação e consumo relativos à própria atividade literária, ou seja, relativos a uma representação da literatura em sua condição de mídia, concepção que nos permite entender a literatura para além de somente a questão textual.

Neste artigo, propomo-nos a analisar como o romance de McEwan, um produto da mídia literatura, acaba por representar aspectos relativos às próprias materialidade, economia, técnica, socialidade e institucionalidade que perpassam o fazer literário. Partimos do pressuposto de que a representação metamidiática da literatura se articula como mais uma dentre as várias estratégias de representação metaficcional em **Sweet Tooth**. É importante ressaltar, nesse sentido, que textos seminais da teoria da metaficção não fazem referência à questão midiática, a exemplo dos estudos de Linda Hutcheon (1980) e Patricia Waugh (1984), em contexto anglófono, e de Gustavo Bernardo (2010), em contexto nacional. Por essa razão, recorreremos a alguns conceitos provenientes dos estudos de mídia, estudos esses que, como o nosso, estão inseridos em discussões sobre objetos literários. Durante nosso percurso, em um primeiro momento, definiremos os conceitos de mídia e metamidiaticidade, explicando como eles serão entendidos e recuperados neste artigo. Logo em seguida, alicerçadas as bases teóricas, desenvolveremos nossa análise da representação metamidiática da literatura em **Sweet Tooth**.

Uma das grandes dificuldades que perpassam a realização de qualquer estudo sobre questões midiáticas é a própria definição do que vem a ser mídia. Ao longo dos anos, definições muito amplas ou muito restritas para mídia foram formuladas. McLuhan (1994), por exemplo, propõe a definição de mídia como sendo qualquer extensão do homem; nessa definição bastante ampla, poderiam ser vistos

¹ Tradução livre do autor. No original: “fiction about fiction — that is, fiction that includes within itself a commentary on its own narrative and/or linguistic identity”.

como mídia tanto uma cadeira quanto um aparelho de televisão. Por outro lado, alguns teóricos têm avançado uma noção de mídia calcada apenas em sua função transmissiva — nesse sentido, exemplos de mídia seriam a televisão, o telefone, livros, jornais, entre outros —, o que Marie-Laure Ryan critica por reduzir a mídia a “tubulações vazias, ou conduítes, através dos quais a informação passa sem ser afetada pela forma do canal.” (RYAN, 2005, p. 289).²

Em relação à grande quantidade de definições para mídia, Ryan argumenta que, nas “teorias da mídia, assim como em outros campos de estudo, o que constitui um objeto de investigação depende do propósito do investigador.” (RYAN, 2005, p. 288).³ Por essa razão, tendo em mente a representação da mídia literária tal como desenvolvida no romance **Sweet Tooth**, acompanharemos Werner Wolf em sua definição para mídia, a saber:

[m]ídia, como utilizada nos estudos literários e intermediários, é um meio de comunicação convencionalmente e culturalmente distinto, específico não somente por canais (ou canal) técnicos ou institucionais particulares, mas principalmente pelo uso de um ou mais sistemas semióticos na transmissão pública de conteúdos, que incluem “mensagens” referenciais, embora a elas não se restrinjam. Geralmente, as mídias influenciam o tipo de conteúdo que pode ser evocado e como tais conteúdos são apresentados ou experienciados (WOLF, 2011, p. 2).⁴

Tal concepção representa um bom ponto de partida para refletirmos sobre representação da midialidade da literatura em **Sweet Tooth**, visto que nos permite pensar o literário e(m) seus “espaços de produção simbólica e [...] [em] sua logística de circulação e consumo” (JUSTINO, 2014, p. 13), a partir de seus aspectos materiais, econômicos, técnicos, sociais e institucionais.

Partimos do pressuposto de que a literatura constitui uma mídia e assim o faz em uma relação de oposição e competição com outras mídias (WOLF, 2011, p. 4), a exemplo do cinema e da música. Além disso, entendemos que a mídia literária abarca as diferentes práticas, gêneros, subgêneros e objetos de mídia (textos) entendidos como literários. Assim, o gênero dramático e o subgênero tragédia ou, mais pertinentes à representação metamidiática da literatura em **Sweet Tooth**, o gênero narrativo e seus subgêneros romance e conto são partes constitutivas da literatura como mídia.

Convém ressaltar também que pensar a midialidade da literatura significa associá-la a “um suporte e a uma rede, sem os quais ela não pode se constituir como [...] [mídia] porque só pode ser pensada num meio ambiente preenchido por signos, hábitos, modos de fazer e usar.” (JUSTINO, 2014, p. 32). Os “signos, hábitos, modos de fazer e usar”, tal como veremos na representação da mídia literária em **Sweet Tooth**, estão delimitados por uma especificidade espaço-temporal, a saber, aquela da “paisagem midiática” (MOSER, 2006, p. 54) britânica no início da década de 1970, onde e quando transcorrem os eventos na narrativa de McEwan. Além disso, uma vez que a mídia influencia o conteúdo a ser transmitido, assim como sua própria transmissão, pensar a midialidade da literatura e sua representação em **Sweet Tooth** oferece-nos a oportunidade para refletirmos sobre como o romance de McEwan — na condição de objeto midiático — apresenta as possibilidades e os limites comunicativos (BRUHN, 2016, p. 18) da própria literatura.

Para que possamos perceber a representação da midialidade da literatura em **Sweet Tooth**, o romance nos “faz ver e enfatiza o alicerce midiático” (MOSER, 2006, p. 57). Em outras palavras, a literatura, como mídia, aparecerá como opaca, não como transparente. Moser, fundamentado nas

2 Tradução livre do autor. No original: “hollow pipelines, or conduits, through which information passes without being affected by the shape of the pipe”.

3 Tradução livre do autor. No original: “In media theory, as in other fields, what constitutes an object of investigation depends on the purpose of the investigator”.

4 Tradução livre do autor. No original: “Medium, as used in literary and intermediality studies, is a conventionally and culturally distinct means of communication, specified not only by particular technical or institutional channels (or one channel) but primarily by the use of one or more semiotic systems in the public transmission of contents that include, but are not restricted to, referential ‘messages’. Generally, media make a difference as to what kind content can be evoked, how these contents are presented, and how they are experienced”.

discussões levantadas por Bolter e Grusin, em **Remediation**: understanding new media, ilumina a relação entre mídia e as categorias de opacidade e transparência, ao argumentar que

[...] toda mídia nova pretende [...] propiciar acesso direto ao real — ela fará valer então sua transparência, até mesmo sua inexistência (*transparency, immediacy*) em relação àquilo que vai mediar. Por outro lado, esse apagamento da mídia é obtido por um acréscimo no nível do aparelho midiático e a mídia exibirá orgulhosamente sua sofisticação de funcionamento midiático (*hypermediacy*). (MOSER, 2006, p. 56, grifos do original).

Em geral, as mídias procuram esconder sua midialidade, sendo isso especialmente claro em relação à literatura realista, cujo rol de representações no século XIX é paradigmático quando pensamos sobre transparência midiática. Não por acaso, para Justino, “[e]m nenhum gênero do discurso, dos muitos que a modernidade criou, [...] [a mídia] foi tão invisível, a ponto de podermos afirmar ser a literatura o lugar por excelência onde a invisibilização [...] [da mídia] é princípio fundador.” (JUSTINO, 2014, p. 37).

Embora a transparência da midialidade literária possa ser vista como princípio fundador ou como sinal de uma sofisticação midiática, quando pensamos na tradição romanesca, já vemos em **Dom Quixote** — texto apontado por muitos teóricos da literatura como fundador da tradição romanesca moderna — estratégias criativas que chamam a atenção para a opacidade da mídia. Na narrativa de Cervantes, a representação de questões relativas a manuscritos, editores, tradutores, autores e leitores corresponde a uma prática ficcional que constitui não somente uma autorreflexividade textual, mas também uma autorreferenciação quanto a sua própria midialidade literária, substancialmente opaca.

A esse processo de autorreferenciação midiática, que torna opaca a midialidade da literatura em um texto literário, propomos o conceito de metamidialidade, alicerçados na discussão de Alexander Starre (2010) sobre *metamediality*. O estudioso assim define esse fenômeno:

[...] *metamidialidade* é uma forma de autorreferenciação artística que sistematicamente espelha, questiona ou contempla as propriedades materiais de sua mídia. A metamidialidade literária, assim, chama atenção para a condição que textos ocupam como objetos de mídia, examinando a relação entre texto e livro (STARRE, 2010, p. 32, grifo do original).⁵

A ênfase de Starre nas propriedades materiais da mídia relaciona-se diretamente ao conceito de mídia que ele propõe em seu texto. De fato, para ele, mídia adquire o sentido restrito de canal ou veículo transmissor; exemplos de mídia, como apresentados por Starre, são livros físicos ou eletrônicos (*e-books*). Starre (2010, p. 29) prefere ver a literatura como um sistema, seguindo os preceitos desenvolvidos pelo sociólogo alemão Niklas Luhmann.

Se fôssemos aplicar o conceito de Starre sobre metamidialidade a **Sweet Tooth**, mais especificamente, em relação à edição da qual dispomos, publicada em *paperback* (brochura) pela editora Vintage em 2013, voltariamos à própria questão material do livro. Ou seja, levaríamos em conta o fato de esse exemplar ser em brochura, não em capa dura (e quais são as causas e consequências desse fato), observando também a diagramação, fonte, formato das páginas, material utilizado nas folhas, qualidade da impressão, etc. Não é esse, porém, nosso objetivo, pois nosso interesse reside na representação da midialidade da literatura tal como articulada na narrativa de McEwan. Não faria diferença, nesse sentido, se a versão do romance da qual dispomos fosse apresentada em capa dura, brochura ou em formato digital.

Nesse sentido, sentimos a necessidade de propor nosso próprio conceito para metamidialidade, associado à representação metamidiática. Para tanto, deixamos mais uma vez claro que nosso entendimento da literatura como mídia abarca as práticas comunicativas relativas à produção, à

5 Tradução livre do autor. No original: “metamediality is a form of artistic self-reference that systematically mirrors, addresses, or interrogates the material properties of its medium. Literary metamediality therefore draws attention to the status of texts as medial artefacts and examines the relationship between text and book”.

distribuição e ao consumo de um objeto de mídia, conjugando a prática literária a seus aspectos materiais, técnicos, econômicos, sociais e institucionais. Ampliando o entendimento de Starre, propomos a seguinte definição: a metamídia é uma forma de autorreferenciação midiática que sistematicamente espelha, questiona ou contempla a midialidade de sua mídia. A metamídia literária, assim, chama atenção para a condição que textos — romances, contos, poemas, peças — ocupam como objetos de mídia, sendo o resultado de uma complexa relação de produção, distribuição e consumo. A representação metamidiática, que pode ser levada a cabo por textos literários, enfatiza e expõe a midialidade da própria literatura, instituindo um panorama midiático que pode se relacionar com os aspectos materiais, técnicos, econômicos, sociais e institucionais de um objeto de mídia específico ou da literatura como um todo, em sua condição de mídia.

É importante deixar claro ainda que nosso entendimento de representação se articula àquele de Linda Hutcheon, tal como foi desenvolvido em relação a narrativas metaficcionais em **Narcissistic narrative: the metafictional paradox**. Para a teórica canadense, ao entrar em contato com narrativas metaficcionais (a exemplo de **Sweet Tooth**), o leitor percebe que “a literatura é menos um objeto verbal que carrega significados do que sua própria experiência em construir, a partir do contato com a linguagem, um todo de forma e conteúdo coerente e autônomo.” (HUTCHEON, 1980, p. 42).⁶ Isso implica dizer que, em nossa análise, não podemos pensar em termos de uma representação de uma realidade exterior (como na clássica ideia da literatura como um espelho que passeia pelo mundo), mas sim no potencial representacional que o texto literário tem de firmar sua própria realidade, a partir do trabalho com a linguagem.

Assim, será importante pensarmos sobre como e por que o texto literário, como objeto de mídia, buscou enfatizar sua própria midialidade, instituindo uma paisagem midiática para a literatura em consonância com seus aspectos materiais, econômicos, técnicos, sociais e institucionais. Perceberemos que algumas semelhanças entre ficção e realidade, ou seja, entre o texto literário e a vida do escritor Ian McEwan, são importantes para refletirmos sobre a prática de representação metamidiática em **Sweet Tooth**.

No romance, como já mencionado, acompanharemos a narrativa de Serena Frome, ambientada na Inglaterra do início da década de 1970, especialmente em relação a sua participação na Operação Sweet Tooth e a seu relacionamento com o escritor Tom Haley. A partir de Serena, uma leitora voraz da literatura contemporânea inglesa, poderemos perceber o viés de recepção da midialidade literária. Serena, ao acompanhar a escrita e o processo de publicação dos textos literários de Haley, em sua narração, acaba também por desenvolver a midialidade da literatura em seu caráter de produção e de circulação/distribuição. Porém, para fins de organização de nossa análise, dividiremos a discussão que segue em relação aos aspectos materiais, econômicos, técnicos, sociais e institucionais da mídia literária, que nos possibilitarão fazer referências às práticas de produção, recepção/consumo e distribuição, tal como representadas metamidiaticamente em **Sweet Tooth**.⁷

1 Materialidade

Em **Sweet Tooth**, a representação da materialidade da literatura está intimamente ligada aos suportes utilizados para que a mensagem literária seja levada adiante. Nessa categoria, destacam-se principalmente os livros e os periódicos literários — jornais e revistas. Dentre os periódicos, a publicação que recebe mais atenção é a **Kenyon Review**, em que Haley publicou o conto “This is Love” (que se constitui como uma intertextualidade paródica do romance **Enduring Love**, escrito

6 Tradução livre do autor. No original: “literature is less a verbal object carrying some meaning, than it is his own experience of building, from the language, a coherent autonomous whole of form and content”.

7 Fazemos uso das categorias utilizadas por Moser (2006).

pelo próprio McEwan). Acompanhamos a leitura de Serena dessa narrativa, o que nos permite conhecer seu enredo e, a partir de comentários feitos pela narradora de **Sweet Tooth**, apreender dados sobre a midialidade material do conto tal como publicado em **Kenyon Review**. Lemos: “Aqui, na décima oitava página de um total de trinta e nove, havia um espaço entre os parágrafos, adornado com um único asterisco.” (McEWAN, 2013, p. 120).⁸ A materialidade da literatura é referenciada, nesse sentido, com informações sobre páginas (inclusive a quantidade) e sobre a disposição e impressão do conto em tais páginas de papel, conto esse que foi dividido em parágrafos e que traz dois deles separados por um asterisco. Curiosamente, nessa passagem citada, o próprio romance de McEwan espelha a quebra entre parágrafos distintos em uma narrativa, embora, diferentemente do conto de Tom Haley, faça uso somente de um espaçamento duplo entre os parágrafos, sem a utilização de um asterisco.

A materialidade do livro e sua relação com a prática de recepção estão especialmente conectadas às fases de escrita e publicação do primeiro romance de Tom Haley, **From the Somerset Levels**. Trata-se de uma narrativa distópica, crítica ao capitalismo, que representou uma Inglaterra futura completamente devastada. Serena, lendo a primeira versão de **From the Somerset Levels**, ainda como manuscrito, e antevendo as críticas que seus chefes do MI5 fariam a tal romance, considerou a narrativa como um desperdício da habilidade de Haley como escritor de ficção. Porém, quando Serena e Tom estavam comemorando o fato de este ter ganhado o Prêmio Austen de Literatura por **From the Somerset Levels**, com Serena segurando em mãos uma cópia adiantada de tal livro, que sequer havia sido distribuído nas livrarias, lemos:

Eu insisti em trazer comigo **From the Somerset Levels**, e nós o passamos de um para o outro por cima da mesa, folheamos suas cento e quarenta e uma páginas para admirar a fonte tipográfica, e nos alegamos com a foto do autor e a capa, que mostrava, em um padrão granuloso cinza e preto, uma cidade arruinada, que poderia muito bem ter sido Berlim ou Dresden em 1945. Reprimindo reflexões sobre as questões de segurança, eu exclamei ao ver a dedicatória “Para Serena” (McEWAN, 2013, p. 314, grifo do original).⁹

Podemos perceber, assim, como a visão de Serena sobre **From the Somerset Levels** mudou após este deixar de ser mero rascunho/manuscrito e “ganhar corpo” na forma de livro. E isso não se deve somente à dedicatória. Antes mesmo de vê-la, como podemos constatar no trecho citado acima, ela se impressionou com as páginas, fonte tipográfica, foto do autor e capa, todos esses elementos que compõem a materialidade do livro em sua condição de objeto midiático. De certa forma, para Haley e Serena, o livro (ao menos esse livro) não perdeu uma parte de sua aura, em um período de extrema reprodutibilidade técnica no mundo editorial.

2 Economia

A diferença entre livros em formato brochura ou capa dura, que indicia também o aspecto material da literatura, configura uma interessante entrada no universo econômico da mídia literária tal como representado em **Sweet Tooth**. Sobre seus hábitos de leitura, Serena nos conta: “Naquele ano, foram principalmente coisas modernas que comprei em formato brochura de sebos e lojas de caridade [...], ou, quando acreditava que podia me dar ao luxo, da Compendium, próxima a Camden Lock.”

⁸ Tradução livre do autor. No original: “Here, on the eighteenth of thirty-nine pages, was a space between the paragraphs adorned with a single asterisk”.

⁹ Tradução livre do autor. No original: “I’d insisted on bringing with me **From the Somerset Levels** and we passed it back and forth across the table, flipped through its one hundred and forty-one pages to admire the typeface, rejoiced in the author photograph and the cover, which showed in grainy black and white a ruined city that may have been Berlin or Dresden in 1945. Suppressing thoughts about the security implications, I exclaimed over the dedication, ‘To Serena’.”

(McEWAN, 2013, p. 75).¹⁰ Como leitora voraz, Serena desenvolveu o hábito de “devorar” um livro após o outro. Ocupando, pois, uma posição subalterna no MI5, com um salário que não permitia muitos luxos, ela se viu forçada a comprar os livros em formato brochura, mais acessíveis. Não é somente uma questão de valor econômico, porém, que diferencia os livros em formato brochura daqueles de capa dura. Na conversa que Serena teve com seus chefes da Operação Sweet Tooth, tal distinção fica visível, quando ela afirma: “Eu gosto de ler em meu tempo livre, senhor. [...] Eu leio principalmente romances em livros usados de formato brochura, alguns anos após eles terem sido lançados em capa dura. Os de capa dura estão um tanto fora de meu orçamento.” (McEWAN, 2013, p. 103).¹¹ Isso a que Serena se refere condiz com uma prática editorial, em busca de lucro, ainda em voga no mundo anglófono, a partir da qual livros que prometem um bom volume de vendas são lançados em formato capa dura a um preço em média três ou quatro vezes maior do que sua posterior versão em formato brochura, que costuma aparecer um ano após lançada a edição mais sofisticada. Vemos conjugadas, assim, as questões material e econômica da mídia literária em relação aos diferentes formatos de livro. Na circulação desses objetos de mídia pela sociedade, percebemos que os livros em capa dura estão associados a uma questão de *status*, pois estão conectados a uma maior qualidade do material utilizado e a uma possibilidade primeira de acesso.

No romance, a questão econômica também está ligada a Tom Haley, escritor em início de carreira. Ainda trabalhando como professor de literatura na Universidade de Sussex, não tendo ainda aceitado o substancial financiamento (da suposta fundação representada por Serena), vemos que a questão econômica é a razão pela qual ele não podia se dedicar completamente à escrita ficcional. Em sua primeira conversa com Serena, acompanhamos a reflexão de Haley sobre tal questão:

Todos os dias eu penso sobre este problema. Eu não tenho nada mais importante que isso para pensar. É algo que me impede de dormir à noite. Sempre os mesmos quatro passos. Um, eu quero escrever um romance. Dois, não tenho dinheiro. Três, preciso trabalhar. Quatro, o emprego acaba matando a escrita. Não consigo ver uma saída (McEWAN, 2013, p. 169).¹²

Se, no caso dos diferentes formatos de livros, já pudemos antever o quanto a questão econômica é relevante para os processos de recepção (leitores poderem ou não adquirir livros em determinados formatos) e distribuição (as estratégias em busca de lucro no mundo editorial) dos objetos de mídia literários, vemos que também o processo de produção, aqui associado à figura do escritor Tom Haley, depende substancialmente de um quesito financeiro. O desejo de escrever um romance se une à necessidade de fazê-lo, caso Haley intencionasse entrar de vez na cena literária editorial inglesa de então, como explicado por Benjamin a Serena, em sua primeira reunião na Operação Sweet Tooth:

Uma casa editorial reconhecida disse que lá eles gostaram dos contos, porém não irão publicá-los em uma coletânea até que ele escreva um romance. Contos não vendem. Editores geralmente fazem essas coleções como um favor para seus escritores já estabelecidos. Ele precisa escrever algo mais longo. Isto é relevante porque escrever um romance leva tempo e é algo difícil de ser feito quando se tem um emprego. E ele está interessado em escrever um romance, diz que tem uma ideia para um, aparentemente (McEWAN, 2013, p. 112).¹³

10 Tradução livre do autor. No original: “That year it was mostly modern stuff in paperbacks I bought from charity and second-hand shops [...], or, when I thought I could afford it, from Compedium, near Camden Lock”.

11 Tradução livre do autor. No original: “I like reading in my spare time, sir. [...] I read novels in second-hand paperbacks mostly, a couple of years after they’ve appeared in hardback. The hardbacks are a bit beyond my budget.”

12 Tradução livre do autor. No original: “Every day I think about this problem. I don’t have anything bigger to think about. It keeps me awake at night. Always the same four steps. One, I want to write a novel. Two, I’m broke. Three, I’ve got to get a job. Four, the job will kill the writing. I can’t see a way round it.”

13 Tradução livre do autor. No original: “A well-known publishing house has said they like the stories but won’t publish them in a collection until he comes up with a novel. Short stories don’t sell. Publishers usually do these collections as a favour to their well-established authors. He needs to write something longer. This is important to know because a novel takes a while and it’s hard to do when you’ve got a full-time job. And he’s keen to write a novel, says he has an idea for one apparently.”

Nessa passagem, mais uma vez, temos referenciada a busca por lucro, por parte das editoras, associada substancialmente às práticas de produção (escrita) e consumo (leitura) de objetos da mídia literária, em uma exposição de como narrativas longas na forma de romances têm sido o gênero literário preferencial, em termos econômicos, do fazer (econômico) literário nas últimas décadas.

O plano de *marketing* e distribuição de um objeto da mídia literária, no caso, o romance de Haley, **From the Somerset Levels**, também se articula às questões econômicas representadas em **Sweet Tooth**. A publicação de tal romance foi planejada em relação ao Prêmio Austen de Literatura — o qual abordaremos no tocante à institucionalidade da mídia literatura —, tendo como responsável pelo processo o editor Tom Maschler. Vemos, no romance, que a relação entre prêmios, discussões em jornais e mundo editorial pode ter uma forte influência no sucesso editorial de romances e de outros textos literários, a ponto de Tom Haley ter sido agraciado com o Prêmio Austen de Literatura.

A literatura, assim, especialmente em relação a sua condição econômica, tal como representada metamidiaticamente em **Sweet Tooth**, vai muito além da questão artística ou textual de um romance. As práticas de produção, distribuição e consumo estão inseridas dentro de um campo econômico que oferece possibilidades e restrições para o fazer literário.

3 Técnica

Uma das questões técnicas relativas à produção literária, tal como encontramos em **Sweet Tooth**, perpassa o manuseio de instrumentos — folha, caneta, máquina de escrever — a fim de se realizar a escrita, a revisão e o processo de reescrita, como podemos ler em: “Ele levantou uma página após a outra, procurando uma passagem específica; encontrando-a, pegou um lápis para fazer uma marcação. Ele franzia o cenho enquanto girava o rolo [...] para ler a folha na máquina de escrever” (McEWAN, 2013, p. 230);¹⁴ e em: “Encontrei alguns erros de digitação e palavras repetidas, pelos quais ele se mostrou desproporcionalmente agradecido. Durante a semana seguinte, ele finalizou outra versão com leves revisões.” (McEWAN, 2013, p. 256).¹⁵

O manuseio de tais instrumentos está associado, por vezes, a um dado quantitativo em relação à produção literária. Tal como desenvolvida em **Sweet Tooth**, porém, a questão da quantidade não está associada a um mero volume de páginas, palavras ou caracteres. Quando, por exemplo, Serena e Haley discutem sobre o conto “This is Love”, lemos:

“Eu achei que [o conto] tinha a dimensão de um romance. [...] Você nunca pensou em expandi-lo para um romance, digamos, enchê-lo um pouquinho?” Ele olhou para mim com curiosidade. “Não, eu não pensei em enchê-lo um pouquinho. [...] Ele tem exatamente o tamanho que eu queria. Por volta de quinze mil palavras.” [...] Eu nunca tinha ouvido textos ficcionais serem quantificados assim, desta forma técnica (McEWAN, 2013, p. 167).¹⁶

Percebemos, no excerto acima, que a quantidade de páginas/palavras/caracteres está situada para além de somente uma questão quantitativa, pois importam também os efeitos pretendidos pelo escritor — neste caso, o gênero literário conto diferencia-se do gênero literário romance por sua condensação de efeitos e por uma economia no número de palavras/páginas. Além disso, “encher um pouquinho” é uma expressão demasiado pejorativa, que diz do caráter pragmático, como se escrever

14 Tradução livre do autor. No original: “He lifted one page after the other, searched the pile for a certain passage, found it and picked up a pencil to make a mark. He was frowning as he turned the carriage [...] to read the sheet in the typewriter.”

15 Tradução livre do autor. No original: “I’d picked up a few typos and repetitions for which he was disproportionately grateful. Over the following week or so he completed another draft of light revisions.”

16 Tradução livre do autor. No original: “‘I thought [the short story] had the scale of a novel. [...] Did you ever think of expanding it into a novel, you know, filling it out a bit?’ He looked at me curiously. ‘No, I didn’t think of filling it out a bit. [...] It’s the length I wanted. About fifteen thousand words’. [...] I had never heard fiction quantified in this technical way.”

fosse meramente uma questão de quantidade, e não de propósitos estéticos conscientes.

4 Socialidade

O aspecto social também faz parte da representação metamidiática da literatura em **Sweet Tooth**, englobando relações de escritores com outros escritores e com seus leitores e editores. Na reunião com os idealizadores da Operação Sweet Tooth, por exemplo, perguntam a Serena se ela, como leitora, possui alguma relação com escritores, editores ou qualquer outra pessoa do meio literário e se já, inclusive, escreveu para algum autor uma carta de fã [*fan letter*]. Esse último questionamento indicia um dado bastante interessante da cena literária contemporânea, que está intimamente ligado à socialidade da literatura como mídia, que é o desenvolvimento da figura do escritor como uma celebridade. Não por acaso, nos dias que antecederam o Prêmio Austen de Literatura, Serena encontrou uma reportagem no **Daily Telegraph** que afirmava que “todos concordavam que Tom Haley era bonito e que as garotas ficavam ‘trêmulas’ quando ele sorria”. (McEWAN, 2013, p. 309).¹⁷ Tom Haley acaba sendo referenciado não em relação a sua produção literária, mas sim a sua aparência física, como uma espécie de símbolo sexual, o que indica a circulação social da figura do autor como celebridade.

Em **Sweet Tooth**, a proeminência social da figura do escritor está ainda associada ao episódio em que Haley foi convidado para realizar uma leitura pública de um trecho de seu romance **From the Somerset Levels**. Nesse tipo de evento, mais importante do que aquilo que é lido é a própria performance de leitura levada a cabo pelo escritor. Nas palavras do próprio Haley: “[...] ficar em pé em frente a uma plateia, lendo coisas que eles são perfeitamente capazes de ler por eles mesmos. Eu não sei para que isso serve.” (McEWAN, 2013, p. 287).¹⁸ Na leitura pública realizada em Cambridge, Tom Haley é acompanhado do (então) também escritor iniciante Martin Amis, que lê uma passagem de seu romance **The Rachel Papers**. Após tal evento, Haley e Amis vão juntos a um bar conversar sobre a noite — para Amis, um sucesso; para Haley, uma decepção —, o que evidencia as relações sociais — também de segurança e de inveja — entre escritores.

As relações entre escritores, leitores e editores em restaurantes e bares recebem atenção no romance de Ian McEwan. Destaca-se o bar/restaurante The Pillars of Hercules, local escolhido pelo poeta e editor Ian Hamilton como sede da revista **New Review**. A relação de Haley com seus editores perpassa questões de ordem econômica (já discutidas) e institucionais (nosso próximo ponto); porém também se destaca o aspecto social de tais relações, como podemos comprovar em:

Então, nós três ficamos no bar um bom tempo bebendo. Os homens conversavam sobre livros e fofocavam sobre escritores, particularmente sobre o poeta Robert Lowell, um amigo de Hamilton que estava possivelmente enlouquecendo; e sobre futebol, assunto em que Tom era fraco, mas adepto em fazer bom uso das duas ou três coisas que ele sabia (McEWAN, 2013, p. 301).¹⁹

A conversa sobre literatura e a fofoca sobre escritores, ambas regadas a bebidas alcoólicas, atuam como elementos importantes do aspecto social da mídia literatura, especificamente quanto à relação não puramente institucional entre escritor e editor.

17 Tradução livre do autor. No original: “it was generally agreed Tom Haley was handsome and girls went ‘wobbly’ when he smiled.”

18 Tradução livre do autor. No original: “[...] standing up in front of a crowd, reading stuff people are perfectly capable of reading for themselves. I don’t know what it’s for.”

19 Tradução livre do autor. No original: “So the three of us stood at the bar for a long time drinking. The men talked books and gossiped about writers, particularly the poet Robert Lowell, a friend of Hamilton and possibly going mad; and football, on which Tom was weak, but adept at making good use of the two or three things he knew.”

5 Institucionalidade

Quando nos referimos ao aspecto econômico da literatura, vimos que grandes editoras — a Penguin é citada (McEWAN, 2013, p. 111) — recusaram a publicação de uma coletânea de contos por acreditarem que romances seriam a melhor aposta em termos de retorno financeiro. Tal recusa está associada à questão institucional da literatura e seu circuito de produção e publicação de textos literários, pois indicia uma relação hierárquica, com os editores ocupando uma posição de poder e decidindo aquilo que será ou não publicado — decidindo, de certa forma, aquilo que será lido pelo público leitor. Haley, durante o romance, tem um conto aceito e outro rejeitado pelo já mencionado editor Ian Hamilton, assim como tem seu romance **From the Somerset Levels** aceito para publicação pelo editor Tom Maschler.

Outro aspecto relativo à institucionalidade da mídia literária é a representação da função do crítico literário/resenhista. Quando primeiramente se encontrou com Haley, a fim de convencê-lo a aceitar a proposta da Fundação que supostamente representava, Serena tenta convencê-lo inflando seu ego, ao afirmar: “Nós temos dois professores e dois famosos resenhistas em nosso conselho. [...] [V]ocê devia ter visto a excitação na última reunião. [...] Pela primeira vez, a votação foi unânime.” (McEWAN, 2013, p. 168).²⁰ O efeito de tal fala sobre Tom foi quase hipnótico — trata-se, pois, de uma validação de sua escrita ficcional (mesmo tudo tendo sido então inventado por Serena), proveniente daqueles que detêm a primazia (institucional) de avaliar e de validar o valor literário de textos e obras.

Por fim, em **Sweet Tooth**, temos referenciados dois prêmios literários: o Austen, criação do romance de McEwan, e o Booker, atualmente o mais importante prêmio literário do universo anglófono, tendo sido criado em 1968. Sobre eles, lemos:

Diferentemente de seu primo mais novo, o Booker, o Austen não oferecia banquetes nem tinha todos poderosos como juízes. Como Tom descreveu para mim, haveria uma sóbria recepção no Dorchester, seguida por um breve discurso de alguma figura literária eminente. Os juízes eram principalmente tipos literários, acadêmicos, críticos, com o convite ocasional para um filósofo ou historiador. O prêmio em dinheiro já fora bastante considerável — em 1875, duas mil libras levavam alguém bem longe. Agora não tinha mais como se comparar ao Booker. O Austen era valorizado somente pelo prestígio (McEWAN, 2013, p. 312-313).²¹

Em tal passagem, vemos associados aspectos sociais, econômicos e institucionais da midialidade literária em sua relação com prêmios literários: prestígio, dinheiro, fama e a possibilidade de ser transmitido na televisão são características de uma nova forma de fazer, pensar e consumir o literário, que já marcava a literatura na década de 1970 e que ainda a marca na contemporaneidade.

A representação metamidiática da literatura em **Sweet Tooth** abre uma distância entre a questão exclusivamente textual e a midialidade da literatura, pois esta envolve um conjunto de práticas de criação, circulação e consumo conjugadas a aspectos materiais, econômicos, técnicos, sociais e institucionais. McEwan, ao desenvolver tal prática representacional, torna ainda mais complexa e densa a metaficcionalidade de seu romance.

É imprescindível ressaltar que a representação metamidiática da literatura em **Sweet Tooth** tem uma demarcação espaço-temporal bastante específica, a saber, a Inglaterra no início da década de

20 Tradução livre do autor. No original: “We have two professors and two well-known reviewers on our board. [...] [Y]ou should have heard the excitement at the last meeting. [...] For the first time ever the vote was unanimous.”

21 Tradução livre do autor. No original: “Unlike its boisterous infant cousin, the Booker, the Austen didn’t go in for banquets, or for having the great and good on its judging panel. As Tom described it to me, there was going to be a sober drinks reception at the Dorchester, with a short speech by an eminent literary figure. The judges were mostly literary types, academics, critics, with an occasional philosopher or historian drafted in. The Prize money had once been considerable — in 1875 two thousand pounds took you a long way. Now it was no match for the Booker. The Austen was valued for prestige alone.”

1970, justamente onde e quando Ian McEwan começou a dar seus primeiros passos em sua carreira como escritor de ficção. A fim de representar a midialidade literária relativa a tal configuração espaço-temporal, McEwan traçou interessantes paralelos entre suas próprias vivências e aquelas do personagem Tom Haley. Em um primeiro momento, a identificação de semelhanças entre eles é mais claramente visível através da recuperação intertextual e paródica, dentro da narrativa de **Sweet Tooth**, de textos de McEwan, apresentados como sendo criações de Haley — a exemplo da já citada reescrita do romance **Enduring Love** como o conto “This is Love”. Mesmo que possamos perceber diferenças entre as narrativas embrionárias e aquelas reescritas, as semelhanças prevalecem, pois o segundo grupo ainda mantém dados grotescos e insólitos que fizeram McEwan, no início de sua carreira, receber a alcunha de Ian Macabro [*Ian Macabre*].

Em relação à representação metamidiática da literatura, mais interessa, porém, a recuperação de dados biográficos de McEwan na caracterização de Haley, pois se trata de uma reconstituição — ficcional, nunca é demais frisar — da circulação de McEwan em meio à paisagem midiática da literatura na Inglaterra da década de 1970. Assim como nas intertextualidades paródicas, as vivências de McEwan e Haley se dão em uma relação de semelhança e diferença, o que levou o crítico Chalupský (2015, p. 111) a afirmar que Haley não é McEwan, embora não o deixe de ser por completo. São várias as semelhanças entre criador e criatura: assim como McEwan, Haley cresceu em Suffolk e estudou na Universidade de Sussex e de East Anglia (CHALUPSKÝ, 2015, p. 112). Como maiores diferenças, temos o fato de que McEwan não chegou a seguir a carreira acadêmica, dedicando-se diretamente à escrita ficcional e, nas palavras do próprio escritor, “[...] uma bela mulher jamais entrou em minha sala e me ofereceu benefícios financeiros”. (COOKE, 2012, 8º parágrafo).²²

Especialmente em relação às práticas e aos aspectos midiáticos que foram discutidos, destacam-se as semelhanças entre os inícios das carreiras de escritor de McEwan e Haley: ambos foram “descobertos” por Tom Maschler (editor da Jonathan Cape), tiveram textos publicados na **New Review**, revista literária editada por Ian Hamilton, e fizeram importantes conexões e amizades como frequentadores do Pillars of Hercules. Também a leitura pública ao lado de Martin Amis, amigo pessoal de McEwan, foi recriada ficcionalmente com base em um episódio factual. Indagado por Cooke sobre as semelhanças que compartilha com seu personagem Tom Haley, McEwan admite que **Sweet Tooth** “é uma autobiografia sutil e distorcida”. (COOKE, 2012, 8º parágrafo).²³

Como a incursão mais próxima de Ian McEwan em direção a um discurso autobiográfico, é interessante perceber que, em **Sweet Tooth**, tanto o privado quanto o público estão imersos em contextos substancialmente literários — seja no circuito de produção, seja nos de distribuição e de recepção que caracterizam a midialidade da literatura —, o que configura um forte indício da importância da literatura e do fazer literário para McEwan. Para os leitores do romance, que costumeiramente participam somente da parte “recepção”, há a possibilidade de ver o que há por trás das cenas, em relação aos processos de produção e distribuição da literatura. Desse modo, percebemos que a representação metamidiática da literatura em **Sweet Tooth** atinge um objetivo duplo: apresenta a paisagem midiática da Inglaterra na década de 1970, para uma audiência contemporânea, e torna — ao se articular com os outros recursos metaficcionais presentes no romance — a narrativa (ainda mais) complexa, premiando leitores mais informados com a identificação ou a descoberta das tensões causadas pelo jogo desenvolvido entre realidade e ficção.

A partir de nossa análise, pudemos perceber que a literatura, em sua midialidade, é, de fato, um dos temas mais relevantes do romance **Sweet Tooth**. Por estar conjugada a seus aspectos materiais, econômicos, técnicos, sociais e institucionais, a representação metamidiática da literatura nos indica que a mensagem literária depende das aberturas e dos limites oferecidos por sua própria midialidade

22 Tradução livre do autor. No original: “a beautiful woman never came into my room and offered me a stipend”.

23 Tradução livre do autor. No original: “is a muted and distorted autobiography”.

a fim de se concretizar. Nesse sentido, além de servir como uma demonstração da grande plasticidade da linguagem verbal e de seu robusto potencial para desenvolver metacomentários tal como este aqui analisado, a representação metamidiática, em **Sweet Tooth**, funciona como um processo de letramento literário/midiático — levado a cabo pelo próprio romance —, pois acaba por desenvolver nos leitores a consciência sobre “o fato bastante óbvio, porém por vezes negligenciado, de que a literatura é, por definição, uma forma mediada”. (BRUHN, 2016, p. 22).²⁴

Referências

- BERNARDO, Gustavo. **O livro da metaficção**. Rio de Janeiro: Tinta Negra, 2010.
- BRUHN, Jørgen. **Intermediality and narrative literature**: medialities matter. London: Palgrave Macmillan, 2016.
- CHALUPSKÝ, Petr. Playfulness as apologia for a strong story in Ian McEwan’s **Sweet Tooth**. **Brno Studies in English**, Praga, v. 41, n. 1, p. 101-115, 2015.
- COOKE, Rachel. Ian McEwan: ‘I had the time of my life’. **The Guardian**, 2012. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/books/2012/aug/19/ian-mcewan-sweet-tooth-interview>>. Acesso em: 15 jan. 2017.
- HUTCHEON, Linda. **Narcissistic narrative**: the metafictional paradox. Waterloo: Wilfrid Laurier University Press, 1980.
- JUSTINO, Luciano Barbosa. **Literatura de multidão e intermedialidade**: ensaios sobre ler e escrever o presente. Campina Grande: EDUEPB, 2014.
- McEWAN, Ian. **Sweet Tooth**. London: Vintage, 2013.
- McLUHAN, Marshall. **Understanding media**: the extensions of man. Cambridge, MA: The MIT Press, 1994.
- MOSER, Walter. As relações entre as artes: por uma arqueologia da intermedialidade. **Aletria**: revista de estudos de literatura, Belo Horizonte, v. 14, p. 42-65, 2006.
- RYAN, Marie-Lauren. Media and narrative. In: HERMAN, David; JAHN, Manfred; RYAN, Marie-Laure (Org.). **Routledge encyclopedia of narrative theory**. London and New York: Routledge, 2005. p. 288-292.
- STARRE, Alexander. Little heavy papery beautiful things: McSweeney’s, metamediality, and the rejuvenation of the book in the USA. **Writing Technologies**, Nottingham, v. 3, p. 25-41, 2010.
- WAUGH, Patricia. **Metafiction**: the theory and practice of self-conscious fiction. London and New York: Routledge, 1984.
- WOLF, Werner. (Inter)mediality and the study of literature. **CLCWeb**: Comparative literature and culture, West Lafayette, v. 13, n. 3, p. 1-9, 2011.

24 Tradução livre do autor. No original: “the very basic but often overlooked fact that literature is by definition a mediated form”.

Relações dialógicas entre gênero social, discurso e mídia na análise da publicidade

Graziela Frainer Knoll*

Resumo

A linguagem é essencial para as interações sociais, a produção de sentidos e a constituição de identidades, processo que ocorre nos discursos. O objetivo deste trabalho é analisar dialogicamente a publicidade de uma marca de produtos de perfumaria, com foco nos construtos de gênero presentes na linguagem. Para tanto, com fundamento na análise dialógica do discurso de M. Bakhtin e seu Círculo, serão identificadas marcas de gênero presentes no vídeo publicitário e no anúncio eletrônico da linha de produtos “MEN” de “O Boticário”, em sua linguagem verbal, sonora e imagética; serão analisadas as relações dialógicas existentes entre o discurso da publicidade e os comentários de consumidores da marca na mídia social Facebook; serão interpretados os sentidos produzidos articulando-se os resultados com a teoria dialógica e com paradigmas culturais de gênero. A análise demonstra os índices axiológicos presentes na linguagem empregada pela marca na campanha publicitária e por consumidores-comentaristas na mídia social. O discurso de gênero explorado contribui para atender às carências de identificação e de consumo dos seus seguidores, com o uso de estereótipos, humor e exagero da virilidade do “homem macho”.

Palavras-chave: Dialogismo. Discurso. Publicidade. Gênero social.

Dialogical relations between social genre, speech and media in advertising analysis

Abstract

Language is essential for social interactions, the production of meanings and the constitution of identities, a process that occurs in discourses. The objective of this work is to analyze, dialogically, the advertising of a brand of perfumery products, focusing on the gender constructs in language. For this, with the dialogical speech analysis of M. Bakhtin and his Circle, we will identify gender marks present in the advertising video and electronic advertisement of the product line “MEN” of “O Boticário”, through its verbal, sound, and imagery language. We will also analyze the dialogical relations between the advertising discourse and the consumers’ comments in the social media Facebook, as well as interpret the meanings produced by articulating the results with the dialogical theory and with cultural paradigms of gender. This analysis demonstrates the axiological indices present in the language used by the brand in the advertising campaign and by consumers-commentators on social media. The discourse of this genre contributes to the needs of identification and consumption of its followers, with the use of stereotypes, humor, and exaggeration of the virility of the “macho man”.

Keywords: Dialogism. Discourse. Advertising. Gender.

Recebido: 17/01/2018

Aceito: 14/05/2018

* Universidade Franciscana (UFN). Doutora em Estudos Linguísticos. Professora nos cursos de Publicidade e Propaganda e Jogos Digitais.

Introdução

A cultura, como a define Hall (1997), age em todas as instâncias da vida humana, definindo e redefinindo práticas discursivas e sociais e, dessa forma, os próprios sujeitos. Por essa razão, analisar a linguagem de forma situada no contexto social significa lançar o olhar sobre os construtos culturais envolvidos nas interações, que jamais são isentas de ideologias, crenças e interpretações de mundo.

Por meio da perspectiva de análise dialógica do discurso de M. Bakhtin e seu Círculo,¹ que reconhecem a linguagem como essencial para as interações sociais e a produção de sentidos, o objetivo deste trabalho é analisar dialogicamente a publicidade de uma marca de produtos de perfumaria, com foco nos construtos de gênero presentes na linguagem. Para tanto, serão: identificadas marcas de gênero presentes no vídeo publicitário e no anúncio eletrônico da linha de produtos “MEN” de “O Boticário”, em sua linguagem verbal, sonora e imagética; analisadas as relações dialógicas existentes entre o discurso da publicidade e os comentários de consumidores da marca na mídia social Facebook; interpretados os sentidos produzidos articulando-se os resultados com a teoria dialógica e com paradigmas culturais de gênero. A escolha da amostra ocorreu por conveniência, pela visibilidade que essa campanha alcançou perante seus consumidores, como foi previamente constatado no Facebook da marca. Ressalta-se que a finalidade não é estender as conclusões deste estudo para a análise de outras publicidades, mas investigar especificamente o discurso dessa campanha e, conseqüentemente, demonstrar como a análise dialógica pode ser realizada com o uso das teorias e de diferentes materialidades que se conectam, tais como audiovisual publicitário, anúncio em *site* eletrônico e comentários em rede social.

O percurso metodológico de análise parte de considerações acerca do contexto social da enunciação para o exame da materialidade sónica (nesse caso, além da linguagem verbal, serão incluídos na análise os componentes sonoros e imagéticos do vídeo analisado). Tal percurso segue a proposta de Volochínov (1976; 2009; 2011), segundo o qual a situação extraverbal não determina o enunciado como se fosse uma causa exterior, mas algo integrado ao enunciado e, conseqüentemente, essencial à significação. No ato comunicativo, os participantes da interação adaptam-se um ao outro, levando em consideração as variáveis do meio, o horizonte social e o auditório social.

Com isso em vista, serão abordados os conceitos de dialogismo, enunciação e responsividade; alteridade e intersubjetividade; e perspectivas culturalistas de identidade e gênero. Em seguida, será realizada a análise dialógica da publicidade e, por fim, as considerações que encerram a pesquisa.

1 Dialogismo, enunciação e responsividade

Na palavra, no discurso, no pensamento, na cultura, na vida, é dessa maneira que Bakhtin situa o dialogismo como propriedade elementar da linguagem: “A única forma adequada de *expressão verbal* da autêntica vida do homem é o *diálogo inconcluso*. A vida é dialógica por natureza. Viver significa participar do diálogo: interrogar, ouvir, responder, concordar, etc.” (BAKHTIN, 2010, p. 348). Dialogismo deriva de diálogo, e o diálogo infundável da vida é a metáfora utilizada pelo Círculo de Bakhtin em referência à dinâmica cadeia de responsividade envolvida no uso da linguagem.

1 “A questão das assinaturas e da composição do Círculo tem variado do extremo da negação intelectual de V. N. Volochínov (1895-1936), P. Medvedev (1892-1938), I. Kanaev (1893-1983), M. Kagan (1889-1934), L. Pumpianskii (1891-1940), M. Yudina (1899-1970), K. Vaguinov (1899-1934), I. Sollertinski (1902-1944), B. Zubakin (1894-1937) às dúvidas em torno da autenticidade de determinadas ideias e conceitos considerados genuinamente bakhtinianos” (BRAIT; CAMPOS, 2009, p. 17). No presente trabalho, foi preservada a autoria dos textos daqueles que, atualmente, sabe-se que constituíram pessoas físicas e não somente pseudônimos, a saber: Valentin Voloshinov (1895-1936), com **Marxismo e filosofia da linguagem**, **Freudismo** e “Discurso na vida e discurso na arte”, e Pavel Medvedev (1891-1938), com **O método formal nos estudos literários**. Entretanto, considera-se bakhtiniana a teoria produzida em conjunto e de forma dialógica por todos os autores integrantes desse Círculo profícuo de estudos.

O diálogo, em sua concepção mais ampla, refere-se ao caráter dialógico da linguagem nas suas mais diversas manifestações, expressando “o entendimento de que qualquer desempenho verbal é constituído numa relação, numa alternância de vozes” (MARCHEZAN, 2006, p. 117). As relações dialógicas são constitutivas dos discursos e dos sujeitos (enquanto tecidos discursivamente) e, dessa forma, refletem um conceito mais complexo e abrangente do que uma modalidade interativa. Discursos e enunciados estão em uma relação contínua com discursos e enunciados precedentes e futuramente produzidos, pois fazem parte de um processo ininterrupto caracterizado pela responsividade (BAKHTIN, 2010).

A responsividade é própria da interação verbal que funda a linguagem e coloca os seres humanos em relação uns com os outros e com o mundo, tornando-nos seres sociais, pois estabelece a dinâmica da relação: um sujeito no discurso responde a outros sujeitos e discursos. Compreende-se que a responsividade deriva do diálogo, pois Bakhtin explora “o papel ativo do outro na comunicação discursiva, questionando, dessa forma, visões de língua/linguagem que consideram apenas o ‘ponto de vista do falante’” (ZIZZOLI, 2012, p. 261). Bakhtin (2010, p. 273) afirma que a representação esquemática do ato comunicativo “deforma o quadro real da comunicação discursiva, suprimindo dela precisamente os momentos mais substanciais. Desse modo, o papel ativo do outro no processo de comunicação discursiva sai extremamente enfraquecido”. Se a comunicação é responsiva, o papel do coparticipante da interação é equivalente em importância ao do sujeito que produz o enunciado. A partir da compreensão do significado, cada sujeito responde ativamente, porque “toda compreensão da fala viva, do enunciado vivo é de natureza ativamente responsiva [...] toda compreensão é preche de resposta, e nessa ou naquela forma a gera obrigatoriamente: o ouvinte torna-se falante” (BAKHTIN, 2010, p. 271).

O dialogismo não se configura como uma relação excludente nem sintetizadora, mas inclusiva, pois ecos de vozes anteriores e antecipação de vozes futuras fazem parte do enunciado. Segundo Fiorin (2006, p. 166), “o dialogismo é sempre entre discursos. O interlocutor só existe enquanto discurso. Há, pois, um embate de dois discursos: o do locutor e o do interlocutor”. Assim, as relações dialógicas são relações interdiscursivas. Somente existem relações dialógicas e de sentido entre unidades enunciativo-discursivas. Esse ponto é trabalhado no texto sobre **Os gêneros do discurso**, escrito entre 1951 e 1953, em que Bakhtin distingue a oração (ou a palavra e a frase) e o enunciado, classificando a primeira como unidade da língua e o segundo como unidade da comunicação discursiva (BAKHTIN, 2010, p. 289). O que diferencia ambas as unidades são as relações dialógicas: as orações não dialogam com um contexto extraverbal, pois entre as unidades gramaticais há relações lógicas; já as relações dialógicas existem nos enunciados concretamente produzidos em um contexto de interação.

Como parte do contexto, o horizonte social dos participantes da interação é a dimensão de espaço e tempo de uma enunciação. Formado pelos discursos e enunciados que integram essa dimensão espaço-temporal, o horizonte influencia e orienta os valores negociados na interação, assim como as produções semióticas. Cada horizonte social tem seu auditório social, no qual “são construídas suas deduções interiores, suas motivações, apreciações, etc.” (VOLOCHÍNOV, 2009, p. 117). Como o auditório social aprova ou rejeita as palavras e os valores manifestados nos discursos alheios, o sujeito já elabora o discurso tendo em vista o auditório e a resposta a que visa obter.

2 Alteridade e intersubjetividade

A atividade intersubjetiva é dialógica, consiste no movimento de um em direção ao outro, movimento este que ocorre na interação social, tendo o enunciado como produção concreta dentro de um contexto de comunicação. Salienta-se, aqui, o seguinte trecho bakhtiniano sobre a constituição do

sujeito por um processo de alteridade: “Eu tomo consciência de mim e me torno eu mesmo unicamente me revelando para o outro, através do outro e com o auxílio do outro. Os atos mais importantes, que constituem a autoconsciência, são determinados pela relação com outra consciência (com o tu).” (BAKHTIN, 2010, p. 341).

Na posição singular que ocupa no mundo, o sujeito não pode sair de si e olhar-se de fora, como se estivesse em uma posição exotópica a si mesmo, por isso a necessidade de enxergar-se através do olhar do outro. Segundo Dahlet (2005, p. 55), “a alteridade faz parte da unidade. Essa incorporação do exterior no interior através da enunciação equivale a colocar em crise a unicidade do sujeito falante”. Por essa razão, o autor diz que a teoria dialógica concede ao sujeito um *status* inovador, rompendo com o pensamento cartesiano do “Penso, logo existo” e seu sujeito uno, assim como ultrapassa a visão kantiana da impossibilidade de conhecimento do sujeito como uma coisa em si (DAHLET, 2005).

Na perspectiva bakhtiniana, é impossível conceber o sujeito fora da realidade discursiva, pois o indivíduo é tecido discursivamente a partir das vozes que enuncia. Como afirma Todorov (2010, p. XXVII), Bakhtin e o Círculo posicionam-se contrariamente às correntes subjetivas da psicologia ou da linguística que evocam o sujeito humano como um sujeito sozinho no mundo ou absoluto: “Bakhtin e seus amigos afirmam o caráter primordial do social: a linguagem e o pensamento, constitutivos do homem, são necessariamente intersubjetivos”.

Ponzio (2008, p. 204) afirma que “o problema da alteridade e do dialógico implica necessariamente a questão da linguagem verbal e do signo em geral, porque o diálogo e a alteridade são as modalidades primordiais e constitutivas daquilo que se apresenta como signo”. É no signo que a alteridade e a dialogia materializam-se, haja vista que não existem sozinhas na mente do falante, mas nas práticas sociais concretas.

Os signos constituem a matéria de desenvolvimento da consciência: “[...] a lógica da consciência é a lógica da comunicação ideológica, da interação semiótica de um grupo social. Se privarmos a consciência de seu conteúdo semiótico e ideológico, não sobra nada”. (VOLOCHÍNOV, 2009, p. 36). Com isso, alcançamos um sujeito socialmente construído a partir da elaboração e reelaboração (não apenas a soma, mas a refração e a resignificação) dos discursos alheios no processo interativo.

A partir dessa realidade semiótica e dialógica da consciência, emerge o sujeito. Faraco (2001, p. 32) explica que isso acontece com o indivíduo “produzindo texto e o fazendo no contexto da dinâmica histórica da comunicação, num duplo movimento: como réplica ao já-dito e também sob o condicionamento da réplica ainda não dita, mas já solicitada e prevista”.

Isso não significa que a dialogia seja uma relação “sempre harmoniosa, consensual e desprovida de conflitos” (GERALDI, 2010, p. 105-106), pelo contrário, está fundada, muitas vezes, no confronto de vozes. A palavra empregada em uma situação concreta de uso não somente informa ou comunica, isto é, não produz apenas significados, ela comunica valores ou avaliações que o sujeito faz a respeito do mundo e das pessoas que o cercam. Essa é uma das teses centrais em Volochínov (2009, p. 137): “Quando um conteúdo objetivo é expresso (dito ou escrito) pela fala viva, ele é sempre acompanhado por um acento apreciativo determinado. Sem acento apreciativo, não há palavra”. Trata-se da subjetividade atuando sobre a palavra, modificando-a e tornando-a única e irrepetível ao ser enunciada.

3 Identidade e gênero

O discurso, por ser prática social, ou seja, uma maneira de representação e de ação sobre o mundo e sobre os outros, é de fundamental importância para a compreensão do conceito de gênero social ou, simplesmente, gênero. Isso se deve ao fato de que linguagem e cultura têm papel central na

caracterização da identidade. Segundo Rajagopalan (2003, p. 74), a “identidade de um indivíduo se constrói na língua e através dela. Isso significa que os indivíduos não têm uma identidade fixa anterior e fora da língua”.

A dicotomia foi, durante muito tempo, a forma mais comum de construção da identidade (WOODWARD, 2000), de forma que assumir uma identidade significava negar outra. Já em um contexto pós-estruturalista, autores como Hall (2003; 2004), Bauman (2005) e Castells (1999) figuram dentre as abordagens que levam em consideração o poder constitutivo dos discursos, das representações e das práticas semióticas que fundamentaram a sociedade. Com isso, negam qualquer dicotomia ou essencialismo, privilegiando concepções de identidades como construções relacionais, posições de sujeito (flexíveis e migratórias) e alteridade constitutiva, portanto, como parte das práticas sociais diariamente empreendidas e vivenciadas pelos sujeitos.

Para Hall (2003; 2004), assim como para Bauman (2005), cultura e identidade são indissociáveis, pois as identidades são plurais, migratórias e decorrem dos contextos sociais, históricos e políticos que se articulam com horizontes de valores (axiológicos). Nessa perspectiva, os sujeitos têm identidades provisórias e variáveis, construídas continuamente no processo de interação.

“A diferença específica de um grupo ou comunidade não pode ser afirmada de forma absoluta, sem se considerar o contexto ‘maior’ de todos os outros em relação aos quais a ‘particularidade’ adquire um valor relativo” (HALL, 2003, p. 85). Dessa forma, em tempos líquidos (BAUMAN, 2005), paradigmas considerados tipicamente femininos ou masculinos, por exemplo, alteram-se conforme o momento histórico, a organização da sociedade, os grupos sociais, os desejos, anseios e pontos de vista dos indivíduos na sociedade.

Ao longo da vida, o indivíduo ganha ou perde dezenas de identidades, pois estão em estado constante de fluxo, como define Rajagopalan (2003). Além disso, acrescenta-se a consideração de Hall (2003) de que, dependendo da forma como é interpelado ou socialmente representado, o indivíduo prioriza uma ou outra identificação.

Também para Castells (1999), as identidades são socialmente construídas em função de valores culturais, mesmo aquelas que, aparentemente, têm relação com características biológicas, como identidades de gênero ou de etnia. O autor salienta que se trata, sobretudo, de interpretações de argumentos biológicos, ou seja, são também construtos processados pelos sujeitos no meio social. As comunidades sociais processam elementos de ordem biológica, física, geográfica e histórica e “reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espço” (CASTELLS, 1999, p. 23).

Sobre as relações de poder estabelecidas socialmente, o trabalho fundador de Scott (1995), publicado nos Estados Unidos, em 1986, na França, em 1988, e, no Brasil, pela primeira vez, em 1990, focalizou as identidades de gênero. A autora defendeu a noção de gênero como uma categoria relacional e, ao mesmo tempo, uma “categoria útil de análise histórica” (SCOTT, 1995, p. 76). Dessa forma, o gênero é, em primeiro lugar, um elemento constitutivo das relações sociais fundamentadas nas diferenças percebidas entre os sexos e, em segundo lugar, um elemento que atribui significado às relações de poder, como “um campo primário no interior do qual, ou por meio do qual, o poder é articulado” (SCOTT, 1995, p. 88).

Segundo Pereira (2004), foi a partir dessa concepção que foram realizadas diversas inovações teóricas referentes ao rompimento com os determinismos biológicos e essencialismos, enfatizando-se as perspectivas culturalistas de gênero. Com construções simbólicas e discursos, determinam-se modos de ser e *status quo*, como um conjunto de padrões de comportamento ou de expectativas sociais, que variam conforme o contexto social, a localidade e a época.

Os padrões estabelecidos, contudo, não impedem que sejam manifestados outros comportamentos ou identidades de gênero plurais, pelo contrário, as identidades são dinâmicas. Pode ocorrer, ainda

assim, certa pressão social por meio dos discursos hegemônicos, das práticas ideológicas, do senso comum e da própria estrutura social, que, mais ou menos enraizada no patriarcalismo, tende a reproduzir e a manter relações de dominação (BOURDIEU, 2005). Para Welzer-Lang (2001), o ideal viril, homofóbico e heterossexual, que persiste nas culturas, ajuda a construir e a fortalecer a dominação masculina.

Sobre a dominação masculina, Bourdieu (2005, p. 18) afirma que seu poder se impõe a partir do momento em que o gênero masculino é posto como “neutro”, ou seja, “a força da ordem masculina se evidencia no fato de que ela dispensa justificação: a visão androcêntrica impõe-se como neutra”. Um exemplo disso é o uso, em Língua Portuguesa, do substantivo masculino como forma não marcada e do substantivo feminino como forma marcada, designativa de gênero, colocando-se o masculino como uso universal.

Os discursos de gênero também se evidenciam, frequentemente, nas práticas midiáticas, como nos discursos publicitários. Conforme Vestergaard e Schroder (2000, p. 74), “os anúncios devem preencher a carência de identidade de cada leitor, a necessidade que cada pessoa tem de aderir a valores e estilos de vida”, fazendo com que a carência de identidade torne-se a carência pelo produto.

A mídia possui o poder de representar e, assim, de estabelecer discursos relacionados às identidades (SILVA, 2000). É dessa maneira que a publicidade culmina afetando e, por uma via dialógica e dialética, sendo afetada por discursos circulantes nessa e em outras esferas discursivas. A cultura produzida e veiculada pela mídia é a cultura de consumo, e é sobre essa base que são definidas as identidades do auditório a quem determinada publicidade se destina. Ao buscar a identificação do auditório com o produto, pretende-se estimular o consumo, e, nesse processo, geralmente, a publicidade recorre a construções estereotipadas.

Adota-se, aqui, a noção de estereótipo de Possenti (2002), que o define como a representação imaginária demasiadamente simplificada ou reducionista de pessoas ou grupos sociais (simulacro). No caso da publicidade, tais simplificações e generalizações, além de terem como ponto de origem crenças descuidadas, preconceituosas e equivocadas a respeito das identidades de gênero, podem ocorrer, também, devido ao recorte de público realizado, pois cada anúncio destina-se a um consumidor potencial que [...] é construído no discurso, nas representações que o compõem. Todo leitor da revista tem acesso aos anúncios, mas, devido à identificação estabelecida na peça entre produto anunciado e representações de mundo, é feito um recorte de público, resultando daí o comprador potencial (KNOLL, 2007, p. 76).

Assim, na tentativa de estabelecer um recorte mais amplo, reproduzem-se noções preexistentes e generalizantes de determinado gênero. É importante ressaltar que a produção de discursos nem sempre acarreta a sua assimilação, pois existe um processo de intersubjetividade que intervém, sendo papel dos sujeitos, inclusive dos profissionais de mídia e publicidade, aceitar, responder, recriminar, discutir, corroborar, refutar ou, até mesmo, romper com os estereótipos circulantes.

4 Análise dialógica da publicidade de “O Boticário”

A compreensão da publicidade como prática discursiva, dialógica e midiática é importante para a análise dialógica, porque os discursos publicitários, por estarem em uma relação contínua com a sociedade, moldam, em certo grau, conhecimentos e crenças. Da mesma forma, tais discursos surgem como efeito das práticas e crenças presentes no organismo social e na vida cotidiana, que se situam sobre a base do “já-dito”, à medida que seus enunciados se cruzam e se articulam com outros enunciados presentes no contexto social.

Acerca da prática publicitária, acrescenta-se que, a partir da contratação de uma agência publicitária por determinada marca anunciante, os vídeos publicitários são roteirizados e produzidos visando aos objetivos de *marketing* e de publicidade, sendo priorizados, no caso do anúncio de produtos, os objetivos comerciais. Assim, o propósito discursivo da publicidade é estimular o interesse e a identificação de um auditório social (público-alvo), visando a provocar o consumo de, no caso analisado, uma linha específica de produtos cosméticos e de perfumaria. A distância social entre a marca que anuncia o produto, “O Boticário”, e o seu auditório é máxima, ou seja, não há contato direto entre a marca e os seus consumidores no momento da veiculação do vídeo. Porém, há a possibilidade de contato direto entre eles por intermédio da página da marca no Facebook ou de seu Serviço de Atendimento ao Consumidor, no seu *site*. As representações discursivas, imagéticas e de outras linguagens, como a sonora, utilizadas adquirem importância essencial no estabelecimento da comunicação e da persuasão.

A linha de produtos “MEN” de “O Boticário” foi divulgada em um vídeo com duração de 30 segundos, veiculado em canais de televisão a cabo no Brasil e no Youtube² oficial da marca anunciante, a partir de 2016. A linha inclui produtos de perfumaria e cosméticos, tais como colônia, shampoo, finalizador de cabelos, desodorantes, sabonetes, hidratantes, *nécessaire*, creme facial, creme capilar, creme de barbear e loção pós-barba. O auditório social presumido são indivíduos do gênero masculino, a julgar pelo nome da linha (“MEN” traduzido do inglês, “homens”, grafado todo em letras maiúsculas).

A primeira cena do vídeo é uma chaleira sendo chutada do fogo, em um cenário de paisagem natural em que aparece, em seguida, o agente da ação: um homem barbudo caracterizado com *jeans* e camisa xadrez, no estilo lenhador, com uma caminhonete e uma barraca de acampamento ao fundo. Outra cena mostra um homem corpulento, em uma oficina ou garagem, consertando um carro enquanto o sabonete da marca é exibido. Já no terceiro cenário, é mostrado um vestiário masculino, com um homem sem camisa, igualmente barbudo e corpulento, enquanto passa, a tapas, o creme no próprio corpo.

O vídeo prossegue, mostrando um homem fazendo levantamento de pesos em frente a um espelho de academia. A cena subsequente ocorre em uma casa noturna ou bar com três amigos compartilhando confidências sobre o produto. Nos momentos finais, já no ambiente externo e urbano de uma rua, surge um homem trajando uniforme de bombeiro, carregando um pequeno cão branco de raça, quando encontra uma multidão de homens marchando pela rua, como um grupo em uma manifestação, sustentando a “bandeira” da linha de produtos “MEN” de “O Boticário” (FIG. 1). No centro desse grupo, um dos homens passa produtos da linha, um em cada mão, em si mesmo.

² Vídeo disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=zTXIHkCL9x0>. Acesso em: 20 abr. 2016.

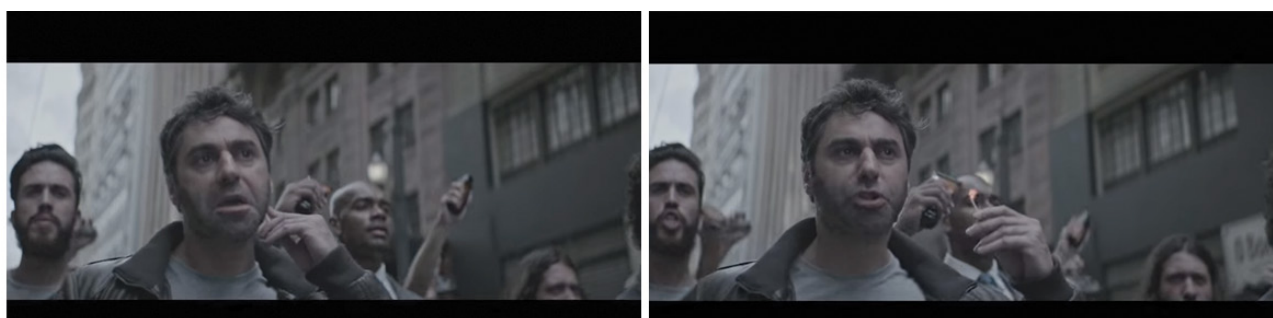
Figura 1 – Imagens do vídeo publicitário



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=zTXIHkCL9x0>. Acesso em: 20 jun. 2016.

Sobre os personagens, constata-se que todos encarnam, pela maneira como estão caracterizados e como se movimentam nas cenas e suas expressões faciais, homens másculos ou viris, conforme fica evidenciado na cena final (FIG. 2), em que o personagem risca um fósforo no próprio pescoço, recorrendo ao estereótipo do “machão”.

Figura 2 – Detalhe da cena final



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=zTXIHkCL9x0>. Acesso em: 20 jun. 2016.

São mostrados diversos tipos fenotípicos (baixos, altos, magros, gordos, carecas, com cabelo, com rosto simétrico ou assimétrico, etc.). Entretanto, observa-se a ausência de tipos que destoem do estereótipo do “macho”, inclusive nas cores das imagens, reforçadas pelos trajes de cores neutras ou pouco vibrantes, assim como pela iluminação escura em todo o vídeo.

Os personagens encarnam estereótipos nos termos definidos por Possenti (2002), pois são simulacros constituídos pela generalização e pelo exagero: o lenhador, o mecânico, os musculosos da academia, o baladeiro, o bombeiro, o macho que não sente dor. É o exagero da virilidade desses estereótipos que garante o tom de humor do vídeo, humor que é confirmado no texto verbal entoado pelos personagens em tom de marcha e com rimas emparelhadas e externas.³ O Quadro 1 mostra o texto falado e cantado ao longo das cenas, do início ao fim do vídeo.

Quadro 1 – Texto verbal do vídeo

Nada me deixa mais furioso/do que ficar com o rosto oleoso.	Texto falado.
Para isso eu tenho um macete/que eu chamo de sabonete.	Texto falado.
Perfumaria, desodorante/só um pouquinho de hidratante.	Texto falado.
Pós-barba e <i>shower gel</i> /pra você conquistar sua “guel”.	Texto falado.
Se quer um conselho, eu te dou seis em um/mas se me perguntar, eu não uso nenhum.	Texto falado.
A gente se cuida, mas não conta pra ninguém.	Texto cantado.
Ainda bem que tem Boticário MEN.	Texto cantado.
Linha MEN do Boticário. Para o você que existe no ogro.	Locução.

Fonte: Transcrição do áudio feita pela autora.

Assim, predomina a imagem do homem forte, viril e agressivo, que precisa demonstrar, nas situações diárias, a sua masculinidade perante os outros homens, pois se ressalta que existem somente homens nas cenas, inclusive na rua pública. O macho consome, porém não pode aparentar fragilidade ou, até mesmo, contar que se cuida com cosméticos, fato enfatizado em: “Se quer um conselho, eu te dou seis em um, mas se me perguntar, eu não uso nenhum” e “A gente se cuida, mas não conta pra ninguém”.

Essas construções se elaboram no verbal, no visual e inclusive na sonoridade, o que é reforçado pela música entoada em coro no fim do audiovisual. Há, portanto, marcas de gênero não só em forma de representação, mas nas múltiplas semioses da publicidade, que atuam em conjunto na construção dos sentidos.

No *slogan* “Linha MEN de O Boticário: Para o você que existe no ogro”, destacam-se duas palavras nucleares: “você” e “ogro”. “Ogro” tem o significado dicionarizado de monstro folclórico, gigante de aparência brutal e que se alimenta de carne humana (DICIONÁRIO, 2016); já o valor contextual e axiológico da palavra refere-se ao homem embrutecido nos gestos, na aparência e na maneira de vestir-se e comportar-se.

A acepção de “homem ogro” como sinônimo de “homem macho” vem acompanhada do discurso heteronormativo, uma vez que qualquer indício de fragilidade masculina é historicamente rechaçado nas sociedades patriarcais, sendo qualquer posição discursiva destoante disso identificada como não masculina ou de masculinidade questionável (o outro sobre o qual o discurso silencia), como se não fossem masculinas outras características identitárias possíveis. No passado, nessas mesmas sociedades, quando isso ocorria, dizia-se, com frequência, que o indivíduo era *efeminado*, o que, na atualidade, começa a ser desconstruído pelos paradigmas culturais de gênero.

Tais rótulos socialmente atribuídos a uma classe de indivíduos com base no gênero representam mais do que uma caracterização física ou gestual, pois envolvem modos de agir socialmente.

³ Rimas emparelhadas são as rimas que seguem o esquema AABCC, e rimas externas são as que ocorrem na palavra final dos versos.

Conforme Welzer-Lang (2001), ao começar a crescer, o indivíduo homem deixa de andar com a mãe e é permitido a ele entrar na “casa-dos-homens”, ou seja, no grande grupo masculino em que se aprende a ser homem, o que significa andar e agir como os outros rapazes. Nesse processo, para se misturar aos outros, passa a aprender ritos e costumes próprios do grupo, como se se tratasse de uma classe ou categoria culturalmente instituída por práticas sociais produzidas e reproduzidas ao longo do tempo. Um dos ritos de passagem é aguentar o sofrimento, tornar-se insensível às dores físicas ou emocionais, pelo menos, aparentemente (WELZER-LANG, 2001).

No texto verbal do vídeo, destaca-se outro índice axiológico: o “você” em “Linha MEN do Boticário: Para o você que existe no ogro”. É aqui que o signo se torna plurivalente e carregado de marcas axiológicas e dialógicas, rompendo com a solidez do signo anterior “ogro”. O “você” que existe no “ogro” engloba tudo aquilo que se opõe ou rivaliza com a imagem mental de ogro que se tem por conhecimento prévio. Como afirma Dahlet (2005), a alteridade integra a unidade. Trata-se, em primeiro lugar, de um pronome de tratamento, mas também de um pronome pessoal (*tu/você*), afinal, remete àquele a quem o discurso se direciona: ao auditório social e, ao mesmo tempo, ao outro que faz parte da alteridade constitutiva do homem ogro. Além de evidenciar um processo de intersubjetividade e alteridade, se “você” é a pessoa que está dentro do ogro, aprisionada ou, de certa forma, contida e protegida, é porque o ogro é somente casca, um traje social que, frequentemente, os homens se sentem impelidos a vestir nos círculos sociais que frequentam, desde a academia, até a rua.

Nota-se que não há, explicitamente, no vídeo, identidades plurais ou diversas. No entanto, a inclusão, na locução final, de um “você” que existe no “ogro” rompe com a pretensa homogeneidade da construção identitária de “homem macho”. Ainda que, por fora, haja o “machão” representado, o discurso inclui a alteridade que o integra constitutivamente. Permanece certa dualidade de pensamento, mas é materializada e expressa a preocupação daquele grupo de homens ali representado: “a gente se cuida, mas não conta pra ninguém”, com destaque para o “a gente”, que funciona como um “nós” inclusivo e, ao mesmo tempo, designa uma pretensa coletividade.

Em outro enunciado publicitário dessa linha de produtos, isto é, outra peça que integra a campanha publicitária, tem-se o anúncio eletrônico (*banner*) veiculado no *site* da marca. É uma peça estática, isto é, sem movimento ou som, composta por duas modalidades: a escrita e a imagética, conforme a Figura 3.

Figura 3 – Banner



Fonte: <http://www.boticario.com.br/men>. Acesso em: 01 dez. 2017.

A imagem contém as embalagens dos produtos agrupados sobre um fundo cinza escuro, formando uma família de produtos e seguindo o percurso de leitura ocidental, ou seja, da esquerda (imagem) para a direita (texto escrito). Além do preto, predomina a cor laranja, simbolicamente associada à juventude e à mudança e, em menor ocorrência no anúncio, a cor azul, culturalmente associada ao masculino (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011). Abaixo da linha de produtos, há as categorias de produtos: “MEN, MEN Only, MEN Galbe e Cuidados Masculinos”. A opção “MEN” reúne todos os

produtos da linha, a opção “MEN Only” direciona somente aos produtos pós-barba e creme de barbear, a opção “MEN Galbe” contém as colônias da linha, e a opção “Cuidados Masculinos” direciona aos cremes de tratamento facial, corporal e capilar.

O texto verbal enfatiza, logo na primeira linha, que “Se cuidar é coisa de homem sim senhor!”. A oração exclamativa compõe o enunciado e responde, dialogicamente, a enunciados anteriores, implícitos e circulantes na sociedade patriarcal, que afirmam que se cuidar não é próprio de homens. Destacam-se, nessa oração, as marcas de gênero que atuam, ao mesmo tempo, como partículas enfatizadoras do discurso (especialmente marcados pela exclamação) e como índices de avaliação: “sim senhor!” e “coisa de homem”.

A repetição, no espaço do curto texto, da expressão “cuidados masculinos” evidencia que essa não é uma linha de produtos neutra em questão de gênero ou que pode ser utilizada por mulheres, ou seja, busca-se a identificação com um recorte de público específico: homens que se identificam com “coisas de homens”. As chamadas “coisas de homem”, entretanto, não se restringem aos produtos básicos geralmente utilizados por esse público; afinal, o enunciado declara que tais “coisas” referem-se a “cuidados masculinos que vão além do clássico desodorante e pós-barba”. Aqui, o adjetivo “clássico” sinaliza linguisticamente o que é tradicional e habitual para homens, e, novamente, em “todos práticos e com perfume irresistível”, o adjetivo “práticos” opera, no enunciado, como índice axiológico do que é culturalmente identificado como característica masculina: praticidade, pragmatismo, objetividade.⁴

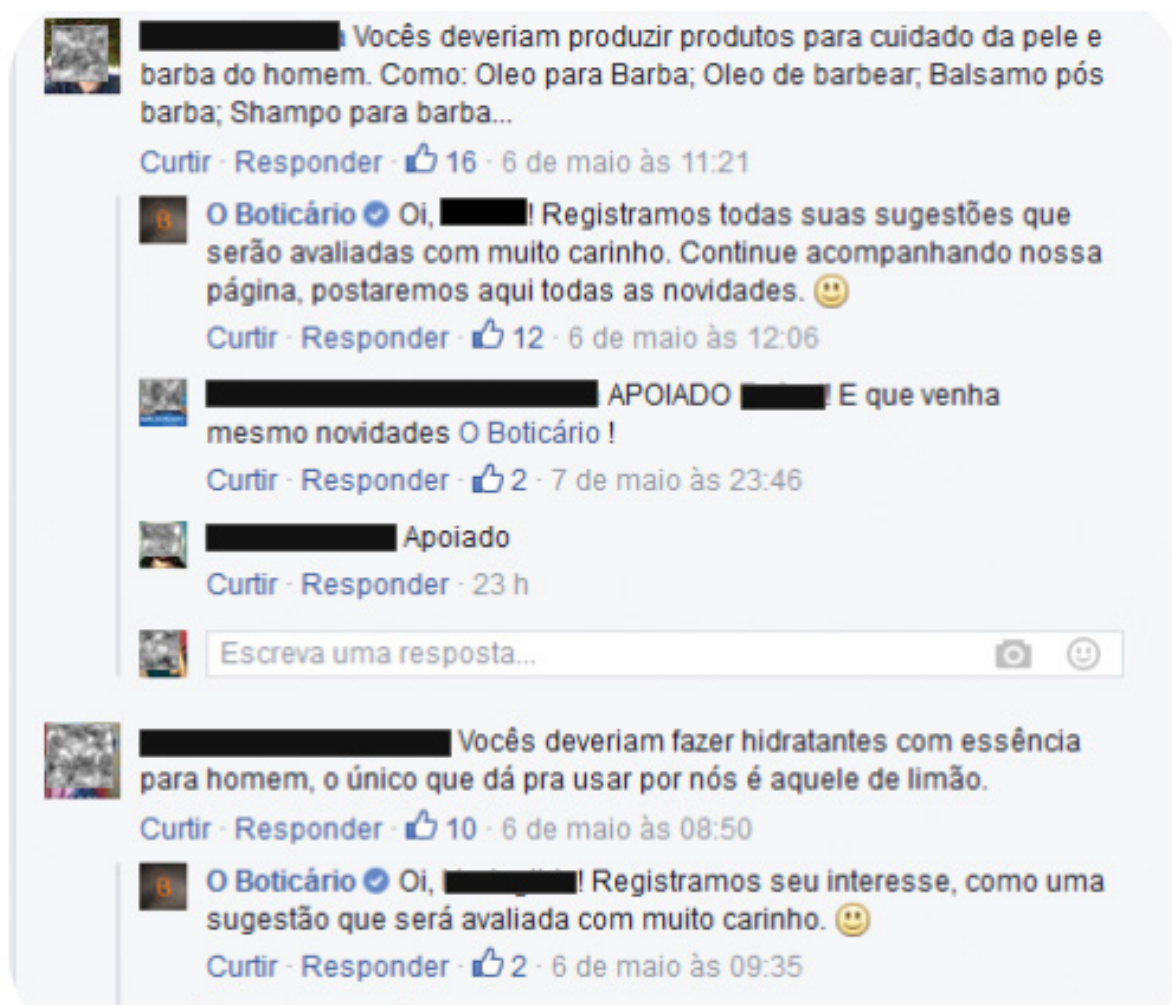
A publicidade da linha “MEN” de “O Boticário” coloca em circulação estereótipos de gênero que passaram a ser questionados e, muitas vezes, desconstruídos na sociedade pós-moderna, o que conduz ao questionamento: será que os valores e as marcas de gênero presentes nessa publicidade agradam e favorecem a identificação do auditório masculino pretendido?

Para tanto, recorre-se à busca por outro espaço midiático em que seja possível constatarem-se as vozes dos consumidores da marca, a mídia social Facebook. Em uma busca na época anterior à veiculação do anúncio e ao lançamento da linha, foram encontrados comentários nesse sentido. A Figura 4 mostra uma captura de tela do Facebook da marca “O Boticário”, com comentários dos usuários a uma de suas postagens sobre produtos de outras linhas, em 06 de maio de 2016. No trecho, os consumidores são indivíduos do sexo masculino⁵ que demandam produtos próprios para homens, conforme os comentários destacados.

4 Ressalva-se que a praticidade ou objetividade masculina faz parte das crenças culturais e historicamente instituídas na sociedade, ou seja, não se trata de sustentar a crença neste trabalho, mas de afirmar que ela existe dentre os discursos “já-ditos” e é, dessa forma, reproduzida dialogicamente no discurso publicitário analisado. Para tanto, indica-se a leitura do artigo de Welzer-Lang (2001) sobre o predomínio do masculino e do heteronormativo, e da entrevista de Tatiana Roque em Furniel *et al.* (2016), em que é discutida a associação histórica entre gênero e objetividade.

5 Nomes e imagens dos consumidores foram preservados, neste trabalho, para evitar sua identificação, porém reitera-se que todos os comentários foram feitos publicamente, no Facebook oficial da marca.

Figura 4 – Comentários no Facebook da marca



Fonte: Facebook de “O Boticário”. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/oboticario/>. Acesso em: 13 abr. 2017.

Dentre esses comentários, salientam-se as marcas linguísticas: “com essência para homem” e “o único que dá pra usar por nós é aquele de limão”. Tais signos são índices axiológicos, pois denotam valores do que é ser homem, pelo menos na autorrepresentação que é deduzível dos comentários enunciados. Evidenciam-se, nesse trecho, as relações dialógicas que sustentam e, de certa forma, justificam as construções identitárias exploradas no vídeo da marca e também no *banner* eletrônico: é coisa de homem se cuidar, desde que com produtos “próprios para homens”, que não devem cheirar a flores, mas ao ácido “limão”.

A publicidade reproduz discursos e estereótipos de gênero, uma vez que exagera nas representações escolhidas com o intuito de provocar o humor; entretanto, tais discursos ainda se encontram em acordo com o que, pelo menos, parte do auditório a quem se destina exige nesse canal de contato com a marca. Há marcas de gênero enraizadas em paradigmas culturais, porém tais paradigmas persistem também nos discursos individualmente produzidos por consumidores.

Além disso, as generalizações não se restringem à publicidade, como se constata em: “Vocês deveriam fazer hidratantes com essência para homem, o único que dá pra usar por nós é aquele de limão”. A exigência ou demanda desse consumidor, demarcada por “Vocês deveriam”, corrobora a necessidade, por ele percebida e explorada posteriormente pela marca, de um produto que tenha “essência para homem”, ou seja, que cheire de forma diferente de todos aqueles cheiros disponíveis para os outros públicos da marca, e reitera a existência de um grupo ou uma classe da qual faz parte e em nome da qual pretende falar, explicitada em “por nós”. Tal signo traz em si, ao mesmo tempo, a

alteridade e a dialogia, a exemplo da afirmação de Ponzio (2008) de que o diálogo e a alteridade são primordiais e constitutivos do signo.

O dialogismo entre os três enunciados demonstra um dos aspectos basilares da teoria bakhtiniana: nenhum discurso pode ser compreendido plenamente se analisado de forma isolada ou separadamente de outros discursos e do contexto da enunciação. No caso da linha “MEN” de “O Boticário”, há um discurso de gênero que, sem se considerar o *continuum* de discursos anteriores e práticas sociais e discursivas que vão além da mídia, teria uma compreensão limitada e, além disso, poderia parecer somente um discurso arraigado, estereotipado e monolítico. Ao se tecerem as relações dialógicas, percebe-se que tal discurso de gênero responde às formas como alguns consumidores homens que acompanham a marca se autorrepresentam na mídia social.

Também é mediante as relações dialógicas que se compreende que o macho ou o ogro que risca um fósforo no próprio pescoço não é um signo monovalente no contexto da campanha publicitária, mas plurivalente. Há um “você” que habita o ogro e necessita de cuidados. Essa plurivalência pode ser interpretada como alteridade constitutiva ou, por outro lado, seguindo um pensamento estruturalista, inclusive como uma dicotomia (nesse caso, “você” é o que o ogro não é). Enfim, nas três materialidades textuais (anúncio, vídeo e comentários do Facebook), encontram-se construções identitárias enraizadas na cultura e no contexto social, ainda que não sejam plurais no sentido de abarcar outras identidades de gênero existentes.

Considerações finais

Averiguou-se, na análise das marcas de gênero encontradas nas linguagens imagética, verbal e sonora dos enunciados, a correspondência à explanação de Rajagopalan (2003, p. 74), de que “os indivíduos não têm uma identidade fixa anterior e fora da língua”. Os comentários de consumidores no Facebook confirmam a necessidade de se autorrepresentarem como homens e de serem reconhecidos pela marca como indivíduos pertencentes a uma classe ou grupo com anseios próprios, que, portanto, requer uma linha de cuidados específica, que não se destine a indivíduos de outros gêneros. No caso estudado, o indivíduo assume uma identidade para si, expressa-a verbalmente na mídia social, e a marca de perfumaria responde ao enunciado daquele com o lançamento de uma linha de produtos específicos e de um discurso publicitário que corrobora paradigmas e, também, estereótipos de gênero.

Dos resultados da análise, destacam-se os índices axiológicos presentes na linguagem empregada pelos consumidores-comentaristas da marca. Além disso, a resposta da marca aos seus consumidores na publicidade *on-line* e audiovisual não é isenta de valores, pelo contrário, são utilizadas diversas marcas axiológicas que contribuem para atender às carências de identificação e de consumo dos seus seguidores, ainda que o discurso de gênero e os estereótipos sejam, em certo grau, atenuados por meio do humor e do exagero da virilidade dos personagens, criando quase que uma sátira do “homem macho”.

A teoria dialógica de Bakhtin e seu Círculo preconiza que uma mesma palavra contém diferentes vozes e sentidos plurais que se acumulam em função de diferentes enunciações e contextos. Desse modo, as palavras funcionam como uma microarena em que se confrontam valores sociais contraditórios, pois se revelam, “no momento de sua expressão, como o produto da interação viva das forças sociais”. (VOLOCHÍNOV, 2009, p. 67).

Juntamente com a base teórica dialógica, as concepções de identidade de Hall (2003; 2004), Bauman (2005) e Castells (1999) ajudam a explicar o poder constitutivo das representações e das práticas sociais, uma vez que tratam as identidades como construções relacionais. Por serem as identidades instituídas nos processos interativos, o discurso de gênero veiculado na publicidade da linha “MEN”

requer a atenção para outros discursos presentes no contexto social e nas interações vivenciadas pela marca com seus consumidores. Assim como Hall (2003) afirma, a partir da forma como é interpelado ou representado, o indivíduo pode realizar uma ou outra identificação. O vídeo e o anúncio *on-line* representam, de certa maneira, um exagero das identificações anteriormente expressas pelos seus consumidores.

Em suma, o diálogo entre cultura, gênero social e discurso midiático coloca em foco a natureza social da linguagem. Cabe reiterar que, na teoria dialógica, a significação não é dada *a priori*, pois emerge a partir das relações dialógicas tecidas na e pela linguagem, o que significa que o dialogismo não é somente textual ou discursivo, mas cultural.

Referências

- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 5.ed. Tradução de Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- BAUMAN, Z. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. 4.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.
- BRAIT, B.; CAMPOS, M. I. B. Da Rússia czarista à web. In: BRAIT, B. (Org.). **Bakhtin e o Círculo**. São Paulo: Contexto, 2009. p. 15-30.
- CASTELLS, M. **O poder da identidade. A era da informação: economia, sociedade e cultura**. 3.ed. Tradução de Klauss B. Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 2.
- DAHLET, P. Dialogização enunciativa e paisagens do sujeito. In: BRAIT, B. (Org.). **Bakhtin: dialogismo e construção do sentido**. 2.ed. rev. Campinas: Unicamp, 2005. p. 55-84.
- DICIONÁRIO de Português *on-line*, 2016. Disponível em: <<http://dicionarioportugues.org/pt/>>. Acesso em: 20 jul. 2016.
- FARACO, C. A. Bakhtin e os estudos enunciativos no Brasil: algumas perspectivas. In: BRAIT, B. (Org.). **Estudos enunciativos no Brasil: histórias e perspectivas**. Campinas: Pontes; São Paulo: Fapesp, 2001. p. 27-38.
- FARINA, M.; PEREZ, C.; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 6.ed. São Paulo: Blucher, 2011.
- FEUERBACH, L. **Princípios da filosofia do futuro**. Covilhã: LusoSofia, 2008.
- FIORIN, J. L. Interdiscursividade e intertextualidade. In: BRAIT, B. (Org.). **Bakhtin: outros conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2006. p. 161-193.
- FURNIEL, A.; LOBATO, F.; CERQUEIRA, R. C. As mulheres e a objetividade [*on-line*]. **SciELO em Perspectiva: Humanas**, 2016. Disponível em: <<http://humanas.blog.scielo.org/blog/2016/01/28/as-mulheres-e-a-objetividade/>>. Acesso em: 10 dez. 2017.
- GERALDI, J. W. **Ancoragens: estudos bakhtinianos**. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2010.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 9.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções do nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, UFRGS/FACED, v. 22, n. 2, jul./dez. 1997.
- HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.
- KNOLL, G. F. **Relações de gênero na publicidade: palavras e imagens constituindo identidades**. 2007. 136 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2007.
- MARCHEZAN, R. C. Diálogo. In: BRAIT, B. (Org.). **Bakhtin: outros conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2006. p. 115-131.
- PEREIRA, V. L. Gênero: dilemas de um conceito. In: STREY, Marlene N.; CABEDA, S. T. L.; PREHN, D. R. (Org.). **Gênero e cultura: questões contemporâneas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.
- PONZIO, A. **A revolução bakhtiniana**. São Paulo: Contexto, 2008.
- POSSENTI, S. **Os limites do discurso: ensaios sobre discurso e sujeito**. Curitiba: Criar, 2002.
- RAJAGOPALAN, K. **Por uma linguística crítica: linguagem, identidade e a questão ética**. São Paulo: Parábola, 2003.
- SILVA, T. T. da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Thiago T. da. (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 73-102.

- SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 2, n. 20, p. 73-99, jul./dez. 1995.
- TODOROV, T. Prefácio à edição francesa. In: BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 5.ed. Tradução de do russo: Paulo Bezerra. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010. p. XIII-XXXII.
- VESTERGAARD, T.; SCHRODER, K. **A linguagem da propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- VOLOCHÍNOV, V. N. A palavra na vida e na poesia: introdução ao problema da poética sociológica. In: VOLOCHÍNOV, V.; BAKHTIN, M. **Palavra própria e palavra outra na sintaxe da enunciação**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2011. p. 147-181.
- VOLOCHÍNOV, V. N. Discurso na vida e discurso na arte: sobre poética sociológica. Tradução para uso didático: Carlos Alberto Faraco e Cristóvão Tezza, da versão americana "Discourse in life and discourse in art: concerning sociological poetics". In: VOLOCHÍNOV, V. N. **Freudism**. New York: Academic Press, 1976. p. 1-25. Digitalizado.
- VOLOCHÍNOV, V. N. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. 13.ed. São Paulo: Hucitec, 2009.
- WELZER-LANG, D. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. **Estudos feministas**, ano 9, p. 460-482, 2º sem. 2001.
- WOODWARD, K. Identidade e diferença. In: SILVA, T. T. da. (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 7-72.
- ZOZZOLI, R. M. D. A noção de compreensão responsiva ativa no ensino e na aprendizagem. **Bakhtiniana**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 253-269, jan./jun. 2012. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/bakhtiniana/article/view/8943/7567>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

O discurso midiaticizado: *mídiu*m, gênero de discurso e identidades

Anderson Ferreira*

Resumo

O presente artigo tem por escopo examinar o discurso midiaticizado. Com isso, visamos a verificar como o dispositivo midiático engendra atravessamentos no interior de cada *mídiu*m, afetando, desse modo, a relação recíproca entre gênero e tipo de discurso e a construção das identidades. Selecionamos como *corpus* de análise um texto multimodal, tomado como discurso, retirado do *site* noticioso Universo Online - UOL. Privilegiamos como aporte teórico-metodológico a Análise do Discurso em sua perspectiva enunciativo-interdiscursiva, em particular, os estudos de Dominique Maingueneau acerca da noção de *mídiu*m e de gênero de discurso. Também, para apreender a noção de dispositivo – em suas dimensões de curvas de visibilidade, curvas de enunciabilidade, linhas de força e linhas de subjetivação – mobilizamos as considerações de Gilles Deleuze acerca da conceitualização de dispositivo nos estudos de Michel Foucault. As novas tecnologias da informação e da comunicação impuseram novas formas de textualidade no campo das mídias. Contudo, o discurso materializado no dispositivo midiático mais corrobora com o primado da hipertrofia multimodal, no que tange à produção dos efeitos de sentido, do que, propriamente, com o surgimento de um tipo de discurso “midiático”. Ou seja, a midiaticização do discurso diz respeito às condições sócio-históricas e culturais de produção dos discursos na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Discurso midiaticizado. *Mídiu*m. Gênero de discurso. Identidades.

El discurso mediático: *mídiu*m, género de discurso e identidades

Resumen

El presente artículo tiene por objeto examinar el discurso mediático. Con ello pretendemos verificar cómo el dispositivo mediático engendra atravesamientos en el interior de cada *mídiu*m, afectando de ese modo la relación recíproca entre género y tipo de discurso y la construcción de las identidades. Seleccionamos como *corpus* de análisis un texto multimodal, tomado como discurso, retirado del sitio de noticia Universo Online - UOL. Privilegiamos como aporte teórico-metodológico el Análisis del Discurso en su perspectiva enunciativa-interdiscursiva, en particular, los estudios de Dominique Maingueneau acerca de la noción de *mídiu*m y de género de discurso. También, para aprehender la noción de dispositivo -en sus dimensiones de curvas de visibilidad, curvas de enunciabilidad, líneas de fuerza y líneas de subjetivación- movilizamos las consideraciones de Gilles Deleuze acerca de la conceptualización de dispositivo en los estudios de Michel Foucault. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación impusieron nuevas formas de textualidad en el campo de los medios. Sin embargo, el discurso materializado en el dispositivo mediático más corrobora con el primado de la hipertrofia multimodal, en lo que se refiere a la producción de los efectos de sentido, que, propriamente, con el surgimiento de un tipo de discurso “mediático”. Es decir, la mediaticización del discurso se refiere a las condiciones socio-históricas y culturales de producción de los discursos en la sociedad contemporánea.

Palabras-clave: Discurso mediático. *Mídiu*m. Género de discurso. Identidades.

Recebido: 21/02/2018

Aceito: 14/05/2018

* Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC SP). Doutor em Língua Portuguesa.

Considerações iniciais

Na contemporaneidade, o dispositivo midiático tem dominado os modos de manifestação e difusão dos discursos, atravessando outros dispositivos e sendo por eles atravessado. Nesse cenário, as novas categorizações de discursos decorrem de atividades verbais e de necessidades específicas da comunidade de especialistas. O presente artigo pretende, com isso, examinar uma dessas categorizações que diz respeito ao discurso “midiático”. Com efeito, o sistema de restrições e coerções técnicas e tecnológicas influencia as novas formas de textualidade nos *mídiuns* digitais. Não obstante, existem, em cada sociedade, modos de produção e de subjetivação que atravessam as práticas discursivas. É preciso, então, além de examinar esses atravessamentos que ocorrem no campo extralinguístico, verificar as relações que os gêneros de discurso mantêm, no espaço digital, com os tipos de discursos categorizados *a priori* e averiguar de que forma as subjetividades instaladas nos dispositivos midiáticos constituem as identidades. Assim, na primeira seção, apresentaremos dois procedimentos de midiatização do discurso, para, na segunda seção, discutir acerca da noção de dispositivo, proposta por Michel Foucault e formalizada por Gilles Deleuze, em suas relações com as noções de *mídium* e de gênero de discurso, postuladas por Dominique Maingueneau. Finalizamos com uma análise do discurso político midiatizado.

1 A midiatização dos discursos

Em abril de 2009, o então presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), Gilmar Mendes, e o ex-ministro do STF, Joaquim Barbosa, discutiram no plenário da Corte em virtude de divergências sobre um julgamento. O episódio se difundiu pela mídia, que, cada qual à sua maneira, reproduziu a discussão gravada ao vivo pela TV Justiça — canal de televisão pública de caráter institucional. No que toca ao referido embate entre os ministros do STF e ao objetivo e alcance da mídia televisa no Judiciário, duas observações podem ser feitas. Mas, antes, recuperemos um excerto do diálogo entre os ministros do STF.

[...]

Barbosa - e nem vossa excelência [Gilmar Mendes]. Vossa excelência me respeite, vossa excelência não tem condição alguma. Vossa excelência está destruindo a justiça desse país e vem agora dar lição de moral em mim? Saia à rua, ministro Gilmar. Saia à rua, faz o que eu faço.

[...]

Mendes - eu estou na rua, ministro Joaquim.

Barbosa - vossa excelência não está na rua não, vossa excelência está na mídia, destruindo a credibilidade do Judiciário brasileiro. É isso.

[...]

Barbosa - vossa excelência quando se dirige a mim não está falando com os seus capangas do Mato Grosso, ministro Gilmar. Respeite.

[...]

Barbosa - não disse [sobre um relatório, supostamente, distorcido]. O áudio está aí. Eu simplesmente chamei a atenção da Corte para as consequências da decisão e vossa excelência veio com a sua tradicional gentileza e lhaneza.

Mendes - é vossa excelência que dá lição de lhaneza ao Tribunal. Está encerrada a sessão. (O ESTADO de São Paulo, 2009).

Nas relações engendradas entre poder e justiça, é possível suscitar certa politização partidária e ideológica no cerne do Judiciário brasileiro. Dessa maneira, é preciso suspender, por ora, a ideia da suposta independência desse órgão de poder do Estado moderno. “Vossa excelência, quando se dirige a mim, não está falando com os seus capangas do Mato Grosso, ministro Gilmar”. O espaço midiático instituído pelo *mídium* (MAINGUENEAU, 2006; 2013) TV Justiça, cujo propósito seria a construção

de uma democracia plena, se tornou, nesse episódio, um átomo de linhas de forças político-midiáticas na Suprema Corte brasileira. Como consequência, o poder Judicial, incumbido de promover a justiça e salvaguardar a Constituição do país, vem produzindo um eclipse ético e democrático no que se refere ao desenvolvimento social e à justiça, o que, decerto, inviabiliza a possibilidade de os cidadãos tomarem conhecimento sobre seus direitos e deveres. Com efeito, tratou-se de um episódio comum num espaço de debates, mas seu teor gerou um elã de desconfiança acerca da função do Judiciário, numa sociedade já repleta de cisões sociais. Eis a primeira observação.

A segunda observação se refere à midiaticização do discurso judiciário. Ora, a advertência feita pelo ex-ministro do STF, Joaquim Barbosa, ao então presidente desse Tribunal, Gilmar Mendes, pode ser considerada como uma encenação. O gênero de discurso “sessão plenária” submete-se a algumas condições de êxito: uma delas diz respeito ao suporte material. “Um debate político pela televisão é um gênero de discurso totalmente diferente de um debate em uma sala para um público exclusivamente formado pelos ouvintes presentes.” (MAINGUENEAU, 2013, p. 75). No caso em foco, os locutores mobilizam enunciadores que ocupam uma posição enunciativa intrincada entre o espaço judiciário e o espaço midiático. Este se manifesta como, virtualmente, compartilhado e midiaticizado, e aquele, como lugar institucional dotado de valor. Logo, a enunciação ocorre num espaço clivado, cujo coenunciador, leitor em potencial, se vê diante de sujeitos de identidades, igualmente, clivadas: eles falam em seu próprio nome, mas também em nome da instituição à qual se congregam.

Além disso, considerando as coordenadas do gênero de discurso “sessão plenária”, particularmente, no que tange aos seus recursos linguísticos específicos, a quebra da correspondência desse gênero ocorre, muitas vezes, pela impossibilidade de o enunciador controlar a construção do *ethos* e os modos de enunciação no campo da oralidade. As subjetividades constituídas produzem no e pelo discurso *ethos* em concorrência, que cooperam para construção das identidades.

[...] o enunciador não é um ponto de origem estável que se “expressaria” dessa ou daquela maneira, mas é levado em conta em um quadro profundamente interativo, em um instituição discursiva inscrita em uma certa configuração cultural e que implica papéis, lugares e momentos de enunciação legítimos, um suporte material e um modo de circulação para o enunciado [...] [o *ethos*] é parte constitutiva da cena enunciativa, com o mesmo estatuto que o vocabulário ou os modos de difusão que o enunciado implica por seu modo de existência. (MAINGUENEAU, 2011, p. 75).

O gênero “sessão plenária” tornou-se objeto de midiaticização, sobretudo, em decorrência das “ideias” engendradas pela maneira de dizer do enunciador, que, no caso em foco, subverteu a relativa estabilidade do gênero. “Vossa excelência não tem condição alguma”; “[...] está destruindo a justiça desse país”; “[...] e vem agora dar lição de moral em mim”; “[...] vossa excelência está na mídia, destruindo a credibilidade do Judiciário brasileiro”; “[...] quando se dirige a mim não está falando com os seus capangas”. “Respeite”. Também, em recursos discursivos depurificadores do espaço judiciário, como a ironia “vossa excelência veio com a sua tradicional gentileza e lhanza”. Todavia os parceiros ocupam papéis estabelecidos, por isso, podem marcar suas identidades por meio de enunciados validados no interior da instituição judiciária: “É vossa excelência que dá lição de lhanza ao Tribunal. Está encerrada a sessão”.

Com efeito, a repercussão do embate entre os ministros do STF seria menor, caso não tivéssemos acesso à gravação produzida pela TV Justiça. Esse *mídiun* altera o modo de produção, circulação, manifestação, disseminação, memorização e arquivamento do gênero de discurso em questão. Os gestos faciais e corporais, alterações no tom da voz, os cortes abruptos na fala feitos pelos interlocutores, as seguidas intervenções de terceiros presentes, o tom de advertência e acusação implícitas, todos esses elementos do *mídiun* TV são textualizados de maneiras diversas em outros *mídiuns*. Nessa ótica, a encenação ocorrida na Corte Suprema pode ser apreendida como prática discursiva midiaticizada pelo suporte material captado e difundido pelo *mídiun* em questão. De fato, as fronteiras entre Judiciário,

mídia e espaço social civil se tornaram, com isso, pouco precisas, e a espetacularização do dissenso obteve força o bastante para “viralizar” em outros *mídiuns*. (MAINGUENEAU, 2006; 2013).

A mudança do *mídium* modifica não apenas o gênero de discurso, mas o estatuto dos coenunciadores e os modos de enunciação. No polo da recepção, cada *mídium* altera, no bojo de suas normas internas, os efeitos de sentido na produção da leitura. As condições sócio-históricas e culturais de produção do discurso no campo midiático na contemporaneidade podem ser consideradas, de outra forma, por meio de um exemplo diverso e mais recente, ocorrido no campo político brasileiro. Passemos, então, a outra encenação midiática, citada por Ferreira (2018).

No início do mês de abril de 2016, o então vice-presidente, Michel Temer, deixou “vazar” na *internet* um áudio gravado em seu celular a correligionários, em que dava pronunciamento à nação. O gênero de discurso “pronunciamento” tornou-se realidade empírica bem antes da votação, na Câmara dos Deputados, acerca do impedimento da presidente Dilma Rousseff, o qual viria a acontecer em 17 de abril de 2016. A questão colocada por Ferreira (2018) diz respeito às condições sócio-históricas e culturais de produção e recepção do discurso. O autor argumenta que o sujeito-leitor pode receber a enunciação pelo discurso político ou pelo discurso político midiaticizado.

O pronunciamento “vazado em áudio” é bem anterior à votação que iria aprovar a continuação do processo de impedimento da presidente Dilma Rousseff. Portanto, a cena englobante política, neste caso, incorpora-se à cena englobante política/jornalística midiaticizada, beneficiando-se de sua valência de ubiquidade, de um lado, e agenciando o discurso jornalístico, de outro. Em última instância, a enunciação política midiaticizada situou o então vice-presidente da República no centro do universo discursivo das mídias, em especial, das mídias jornalísticas noticiosas. (FERREIRA, 2018, p. 119, destaque do autor).

Também, nesse caso, a fronteira entre discurso político e discurso político midiaticizado não é evidente. De fato, as mídias não possuem um discurso apreensível do ponto de vista de uma pragmática, como suponhamos que o sejam o discurso literário, o religioso, o publicitário, o político, o escolar, o racista, o pornográfico, dentre outros. Por isso, postulamos que são os discursos que atravessam o campo midiático, sendo transformados pelo modo de manifestação e difusão imposto ao gênero de discurso pelo *mídium*. Como enfatiza Maingueneau ao logo de seus estudos (2006; 2008a; 2008b; 2013; 2015), em condições sócio-históricas e culturais específicas, as formas de produção, circulação, disseminação, recepção, memorização e arquivamento dos enunciados vão adaptando-se à própria constituição do discurso, produzindo “novos” gêneros de discurso e clivando as identidades.

Mas, embora midiaticizadas, as duas encenações supracitadas são de ordens diversas. Enquanto a primeira origina-se de enunciados orais relativamente estáveis, a segunda é produzida por enunciados midiaticizados. No entanto, os enunciados relativamente estáveis que compõem a encenação dos locutores no espaço do STF não escapam à midiaticização imposta pelo *mídium* televisivo e, depois, radiofônico, impresso e digital. O caráter de instabilidade do enunciado oral pode, então, ser transformado por diferentes técnicas de fixação, seja pelo impresso, seja pela gravação de imagens e/ou som. “O mundo contemporâneo caracteriza-se pelo surgimento de novas formas de oralidade que diferem totalmente da oralidade tradicional.” (MAINGUENEAU, 2013, p. 92). Em ambos os casos, o dispositivo midiático não nos remete a um tipo de discurso, propriamente, midiático, mas é atravessado por outros dispositivos que possuem suas próprias normas de funcionamento.

Nada nos impede de ir mais longe acerca dos efeitos de sentido produzidos por esse tipo de atravessamento entre dispositivos no bojo das mídias. Esse tipo de estudo, porém, vem sendo realizado no campo dos estudos de comunicação e foge ao escopo do presente artigo. Objetivamos, por ora, discutir a noção de dispositivo, recorrendo aos estudos de Michel Foucault (1926-1984) por meio das considerações feitas por Gilles Deleuze (1925-1995). E, depois, visamos a “isolar” o dispositivo midiático, destacando a hipertrofia multimodal dos *mídiuns* digitais e sua resultante na construção discursiva das identidades.

2 O dispositivo midiático: *mídiu*m e identidades

As reflexões de Foucault acerca dos dispositivos ocupam um lugar “marginal” em seus estudos. O filósofo francês não chega a conceitualizar, em um livro, a noção, mas a elabora, quando, em entrevistas, palestras e conferências, fala sobre suas pesquisas. A noção aparece, assim, dispersa em inúmeras comunicações do filósofo, mas a ênfase dada ao conceito recai sobre seu estatuto heterogêneo e interdiscursivo.

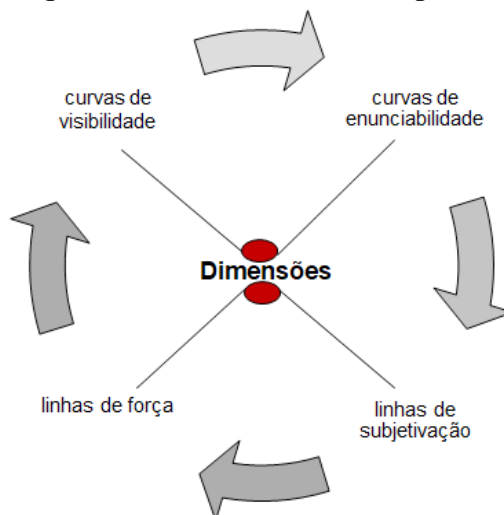
Em sua trajetória intelectual, Foucault se interessou, no campo da arqueologia do saber, pelas práticas discursivas produtoras de subjetividade. Contudo, a hipótese da conceitualização de dispositivo ganhou mais força nos estudos da genealogia do poder e da ética. Deleuze (1996) — acompanhando essa trajetória e considerando a possibilidade de formalizar a hipótese da conceitualização de dispositivo pensada por Foucault — desenvolve o conceito para o qual ratifica quatro dimensões: as curvas de visibilidade, as curvas de enunciabilidade, as linhas de força e as linhas de subjetivação.

O estatuto heterogêneo da noção de dispositivo, com suas curvas e linhas, no bojo do dispositivo, evidencia o primado do interdiscurso: noção relevante à Análise do Discurso francesa que dialoga com Foucault. Conforme lembra Gregolin (2018), coexiste, em dada sociedade, uma rede ampla de leis, instituições e enunciados vinculados ao poder e, ao mesmo tempo, produtores de saberes no cerne da iminência histórica. A função central de um dispositivo seria, então, atender essa preeminência histórica decisiva.

Esse estatuto é definido por Deleuze (1996) como um conjunto multilinear, isto é, um conjunto que possui várias linhas. As linhas são de categorias diversas e, por isso, constroem encadeamentos sempre em oscilação, de modo que se atravessam e se distanciam continuamente. Nesse quadro, as linhas são suscetíveis a variações de direção e a modos de partição, bifurcando-se em dado momento na história. Cada dimensão, no interior do dispositivo, dispõe de curvas ou linhas. Portanto, as dimensões supracitadas são como condutores e não arquétipos.

Na reflexão analítica produzida nos estudos foucaultianos, essas linhas e curvas são como formas de atravessamentos. As curvas de visibilidade podem tanto “iluminar” o objeto ou apagá-lo, enquanto as curvas de enunciabilidade podem tanto dizer em excesso, como silenciar de modo obsessivo. (GREGOLIN, 2018). O dispositivo midiático, por exemplo, ilumina os objetos e/ou sujeitos a serem vistos por um público mais amplo ou os apaga, de modo obstinado, abandonando-os à própria sorte na penumbra do esquecimento. Vejamos o Esquema 1.

Esquema 1 - Dimensões do dispositivo



Fonte: Elaborado pelo autor.

Assim, as curvas de visibilidade e as curvas de enunciabilidade e os modos pelos quais o visível e o enunciável são constituídos na história constroem as identidades dos sujeitos dos discursos e marcam seus lugares de fala. Logo, ambas as dimensões são sócio-histórica e culturalmente determinadas.

Se há uma historicidade dos dispositivos, ela é a dos regimes de luz — mas é também a dos regimes de enunciado. Porque os enunciados, por sua vez, remetem para linhas de enunciação sobre as quais se distribuem as posições diferenciais dos seus elementos. E, se as curvas são elas próprias enunciadas, é porque as enunciações são curvas que distribuem variáveis, e, assim, uma ciência, num dado momento, ou um gênero literário, ou um estado de direito, ou um movimento social, são definidos precisamente pelos regimes de enunciados a que dão origem. Não são nem sujeitos nem objetos, mas regimes que é necessário definir pelo visível e pelo enunciável, com suas derivações, as suas transformações, as suas mutações. E em cada dispositivo as linhas atravessam limiares em função dos quais são estéticas, científicas, políticas. (DELEUZE, 1996, p. 84).

As linhas de força, por seu turno, são poderes censores e controladores daquilo que se pode ou não dizer. Elas atravessam as curvas de visibilidade e as curvas de enunciabilidade e podem ser apreendidas como modos de “autoridade” no campo do poder.

Dir-se-ia que elas vão de um ponto singular a outro, nas linhas de luz e nas linhas de enunciação; de algum modo, elas “retificam” as curvas dessas linhas, tiram tangentes, cobrem os trajetos de uma linha a outra linha, estabelecem o vaivém entre o ver e o dizer, agem como flechas que não cessam de entrecruzar as coisas e as palavras, sem que por isso deixem de conduzir a batalha. A linha de forças produz-se “em toda a relação de um ponto a outro” e passa por todos os lugares de um dispositivo. Invisível e indizível, ela está estreitamente enredada nas outras e é totalmente desenredável. (DELEUZE, 1996, p. 84, destaque do autor).

Por fim, as linhas de subjetivação descobertas por Foucault são os efeitos produzidos pelas outras três dimensões, mas, ao mesmo tempo, escapam a elas. Não se trata de um saber ou um poder, mas de um movimento de individuação referente ao sujeito e às comunidades discursivas. As subjetividades operam, antes de tudo, como linhas de fuga, de tal maneira que as identidades estão sempre sendo construídas no decorrer da história. “Produções de subjetividade que saem dos poderes e dos saberes de um dispositivo para se reinvestir noutro, sob outras formas que hão-de nascer.” (DELEUZE, 1996, p. 87).

Em seu estatuto heterogêneo e interdiscursivo, o dispositivo nega a universalidade. No dispositivo midiático, por exemplo, devemos encontrar dimensões diferentes das de outros dispositivos. Na contemporaneidade, é possível verificar, no campo midiático, modos diversos de manifestação e difusão de textos, de legitimação autoral, de construção do noticioso, de difusão de entretenimento, etc. Cada dispositivo, por sua própria constituição sócio-histórica e cultural, ressalta curvas distintas — ora pela visibilidade, ora pela enunciabilidade —, mobilizando linhas de força de comunidades discursivas diversas, num processo de contínuos atravessamentos e distintas linhas de subjetivação, que resultam na construção das identidades.

Além disso, Deleuze (1996) ressalta que o dispositivo busca apreender o novo, no sentido de criatividade oscilante no interior dele mesmo.

Os dispositivos se definem pelo que detêm em novidade e criatividade, e que, ao mesmo tempo, marca a sua capacidade de se transformar, ou de, desde logo, se defender em proveito de um dispositivo futuro, a menos que se dê um enfraquecimento da força nas linhas mais duras, mais rígidas, ou sólidas. E, na medida em que se livrem das dimensões do saber e do poder, as linhas de subjetivação parecem ser particularmente capazes de traçar caminhos de criação, que não cessam de fracassar, mas que também, na mesma medida, são retomados, modificados, até a ruptura do antigo dispositivo. (DELEUZE, 1996, p. 90).

As considerações produzidas por Deleuze (1996) sobre a hipótese de conceitualização do dispositivo se propagam, conforme anunciamos, de modo “marginal” ao longo dos estudos de Foucault. Contudo, Gregolin (2018) ressalta que a intervenção de Deleuze torna a noção de dispositivo mais operacional

por sua força analítica. Dessa maneira, é possível testar a hipótese de Foucault isolando um dispositivo a fim de investigá-lo. Nessa perspectiva operacional e recorrendo ao aparato teórico-metodológico da Análise do Discurso, isolamos o dispositivo midiático e o associamos ao tipo de discurso político, devido ao *corpus* selecionado para a análise.

Não obstante, a realidade empírica com a qual o sujeito-leitor se depara é o gênero de discurso: dispositivo enunciativo integrado aos *mídiuns*. Nesse sentido, o coenunciador se defronta com o gênero de discurso “jornal” e não com o gênero de discurso “ato político”, como veremos. Logo, os gêneros — estabilizados pela mesma finalidade sociocultural e comunicativa — podem estar ligados a tipos de discurso como o político e o jornalístico, por exemplo. “Tipos e gêneros de discurso estão, assim, tomados por uma relação de reciprocidade: todo tipo é uma rede de gêneros; todo gênero se reporta a um tipo.” (MAINGUENEAU, 2015, p. 66).

Embora haja um vínculo recíproco entre tipos e gêneros de discurso, estes últimos se apresentam, muitas vezes, como dispositivos enunciativo-interdiscursivos em dada sociedade. Conforme ilustra Maingueneau (2015), podemos observar que o gênero de discurso “panfleto político” resulta do discurso político, mas participa, ao mesmo tempo, como dispositivo enunciativo de identidades construídas no bojo do interdiscurso. Desse modo, o gênero de discurso “panfleto político” pode marcar uma identidade comunista, socialista, anarquista, centrista.

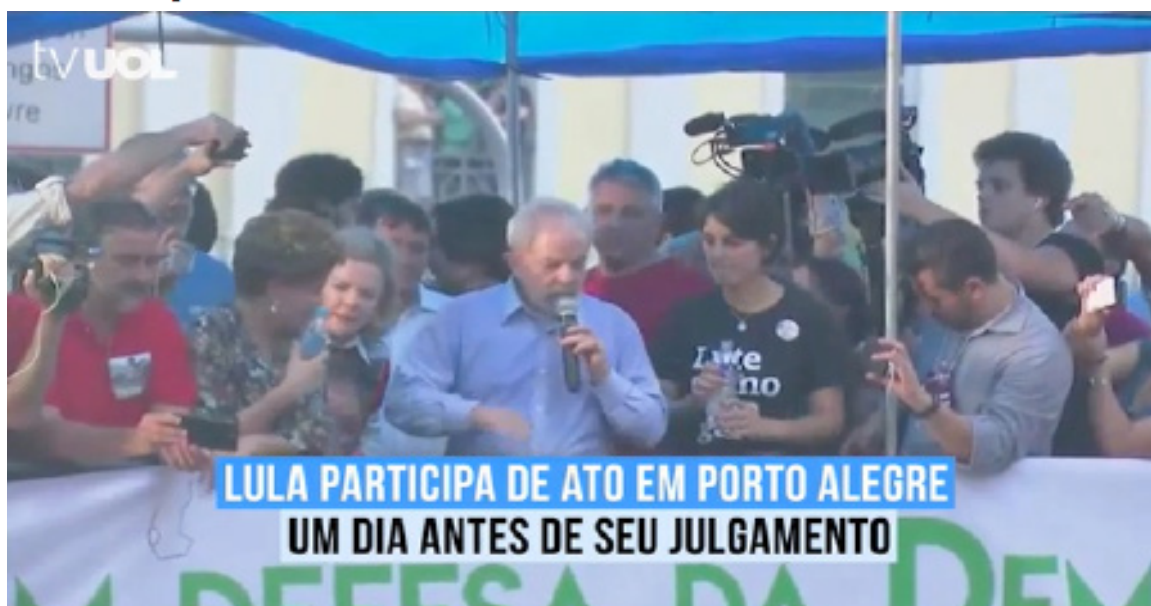
Ora, os *mídiuns*, como já observamos, podem operar no sentido de transformar um conjunto de gêneros de discurso, o estatuto dos coenunciadores e os modos de enunciação. Assim, as dimensões de curvas de visibilidade, curvas de enunciabilidade, linhas de força e linhas de subjetivação podem ser analisadas de acordo com o *mídiun* em que se realiza o gênero de discurso. É preciso, no entanto, separar, na análise, os modos de difusão e manifestação da materialidade discursiva, o tipo de discurso e as condições sócio-históricas e culturais que viabilizaram/viabilizam o gênero de discurso em dada sociedade.

Passamos, então, à análise do *corpus*. Para comodidade da análise, numeramos os parágrafos do texto escrito que compõe o texto multimodal.

3 O discurso político midiaticizado

Texto 1

Em ato com ar de comício, Lula ignora ação e diz que só morte vai pará-lo



[1] Em seu último evento público antes do julgamento que pode decidir o futuro de sua candidatura, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) discursou como se estivesse à beira de um segundo turno nesta terça-feira (23), em ato que ganhou ares de comício eleitoral em Porto Alegre.

[2] Um dia antes de o TRF-4 (Tribunal Regional Federal da 4ª Região) julgar em segunda instância o caso do triplex do Guarujá (SP), Lula quase não falou de Lava Jato e preferiu fazer um discurso nostálgico, falando de um “Brasil grande” que teria existido nos anos do PT no poder. Só não pediu voto, o que a lei eleitoral proíbe fora da época de campanha.

[3] O petista chegou a Porto Alegre por volta das 17h, reuniu-se com advogados e militantes e depois seguiu para o ato em seu apoio. Segundo estimativa dos organizadores, 70 mil pessoas compareceram ao evento. A Brigada Militar do Rio Grande do Sul não divulgou números oficiais de público. Prédios públicos da região foram fechados.

[4] Em seu discurso, Lula adotou um tom político, de crítica ao atual governo e à grande imprensa — sobretudo à TV Globo — e de exaltação de seus dois mandatos como presidente, entre 2003 e 2010. Disse ainda que só a morte vai pará-lo. “Eles sabem que se tem alguém que sabe cuidar do povo somos nós”, discursou, fazendo praticamente um resumo de sua plataforma política — apresentar o Brasil como potência internacional soberana e como um Estado de bem-estar social.

[5] *“Só uma coisa vai me fazer parar o que eu estou fazendo. É o dia que eu não estiver mais aqui. O dia em que eu morrer”.*

[6] Diversas lideranças petistas participaram do ato, entre elas: a ex-presidente Dilma Rousseff; os senadores Lindbergh Farias (RJ) e Gleisi Hoffmann (PR), presidente da legenda; os ex-governadores do Rio Grande do Sul Tarso Genro e Olívio Dutra; o ex-governador da Bahia Jaques Wagner; o vereador de São Paulo Eduardo Suplicy; e os ex-ministros Fernando Haddad e Alexandre Padilha.

[7] Representantes de outros partidos também estiveram no evento, entre eles a pré-candidata à Presidência da República pelo PCdoB, Manuela D’Ávila (RS), e o senador do PMDB Roberto Requião (PR).

[8] “Não vou falar do processo. Não vou falar da justiça. Primeiro, porque tenho advogados competentes. Aqueles que vão votar vão se ater aos autos do processo e não a suas convicções políticas”, iniciou o petista. “Eu vim aqui pra falar do Brasil. Da soberania nacional. Da integração latino-americana. Do Mercosul. Da ‘safadeza que querem fazer’ com a previdência. De quem sonha em viver com dignidade no Brasil”.

[9] “Não estou preocupado comigo, estou preocupado com o povo brasileiro”, disse o ex-presidente. “Não posso me conformar com o complexo de vira-lata que tomou conta do nosso país”.

Lula atacou os veículos jornalísticos, dizendo que a grande imprensa “não tem compromisso com a verdade” e também sofre de “complexo de vira-lata”. O petista chamou a imprensa de “covarde”, dizendo que os veículos não respeitam “as famílias”.

[10] Ele ainda exaltou as políticas sociais, econômicas e de política externa de seu governo, reforçando o discurso de soberania nacional que já vinha adotando em suas caravanas pelo país.

[11] “Esse país era protagonista internacional. Esse país era respeitado [...] Vocês não têm noção de como foi bom esse país ser grande. Pois bem, esse país vai voltar. A esquerda vai se unir não em torno de um candidato, mas em torno de um projeto”, afirmou, criticando seus adversários políticos. “Quando eu penso que eles aceitam qualquer coisa, menos o Lula, eu penso: ‘porra, eu sou bom pra caramba’”.

[12] O ex-presidente encerrou seu discurso fazendo mais uma menção ao julgamento do TRF-4. “Quero que vocês continuem torcendo. Independente do resultado, eu continuarei lutando para que as pessoas tenham respeito”.

[13] Lula lidera as principais pesquisas de intenção de voto para a eleição presidencial deste ano, mas pode ficar inelegível se sua condenação for mantida no TRF-4. Na primeira instância, ele foi

condenado a 9 anos e meio de prisão pelo juiz Sergio Moro pelos crimes de lavagem de dinheiro e corrupção passiva no chamado “caso do triplex”. (UOL, 2018).

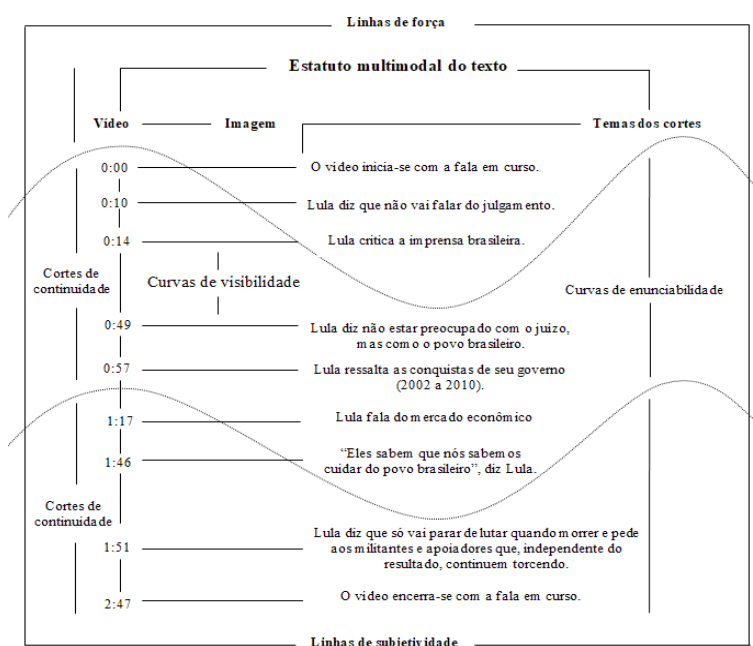
Em 24 de janeiro de 2018, fora marcado o julgamento do recurso do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva contra a condenação a nove anos e meio de prisão por corrupção passiva e lavagem de dinheiro, estabelecida em julho de 2017 pelo juiz federal da 13ª Vara Criminal Federal de Curitiba, Sérgio Fernando Moro. Responsável pela Operação Lava Jato, o juiz Sérgio Moro declarou Lula culpado, acatando a acusação do Ministério Público Federal (MPF) acerca da reserva e reforma de um apartamento triplex situado na cidade de Guarujá, zona litorânea de São Paulo. A fundamentação do MPF seria de que a reserva e a reforma do referido apartamento consistiam em propina paga pela OAS — empresa que opera, entre outras coisas, na construção civil — como compensação a contratos firmados com a Petrobrás. A defesa do ex-presidente recorreu da acusação, alegando que seu cliente era inocente. O MPF, por sua vez, também, recorreu, solicitando pena maior.

O julgamento, em segunda instância, fora decidido pela 8ª Turma do Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF4). O juízo composto pelos desembargadores João Pedro Gebran Neto, Victor Laus e Leandro Paulsen do TRF4, sediado em Porto Alegre, confirmou, por unanimidade, a condenação de Lula pelo juiz Sérgio Moro e ainda sugeriu aumento da pena para 12 anos e um mês de prisão.

O Texto 1 acima “arquiva” um acontecimento um dia antes do julgamento. O ex-presidente e seus apoiadores foram acompanhar de perto o julgamento e mobilizaram, segundo o Partido dos Trabalhadores (PT), mais de 70 mil pessoas no dia 23 de janeiro. A decisão de acompanhar o julgamento na cidade que sedia o TRF4 levou o prefeito de Porto Alegre, Nelson Marchezan Jr., a pedir a atuação das Forças Armadas nas ruas da cidade durante o julgamento, porém o então Ministro da Defesa, Raul Jungmann, negou o pedido.

A imagem que acompanha o Texto 1 é uma captura de tela do vídeo disponibilizado no corpo do *site*. No referido vídeo, de 2 minutos e 47 segundos, Lula discursa a militantes e aliados. Ele se encontra numa espécie de palanque acompanhado de algumas lideranças do PT e de lideranças de partidos da base aliada. O vídeo deixa visível apenas o palanque, produzindo efeitos de sentido por meio do trabalho de edição. O vídeo contém, porém, nove cortes de continuidade. As curvas de visibilidade e de enunciabilidade e as linhas de força e de subjetividade podem ser apresentadas da seguinte forma:

Esquema 2 - Multimodalidade do *mídiu*m digital



Fonte: Elaboração do autor.

O sujeito-leitor pode ter acesso a uma “versão” do discurso do ex-presidente Lula do dia 23 de janeiro, clicando no vídeo produzido pela TV UOL (à esquerda, no Esquema 2). Pode, também, ler somente a notícia abaixo do vídeo (no centro, à direita, no Esquema 2). Ou, mesmo, pode ler o texto em sua hipertrofia multimodal, ou seja, “ler” o vídeo e ler o iconotexto da notícia (Esquema 2, Texto 1). Por fim, pode operar por *hyperlinks*, buscando mais informações sobre o assunto.¹ No entanto, em qualquer uma dessas operações, “o acontecimento nunca é transmitido à instância de recepção em seu estado bruto; para sua significação, depende do olhar que se estende sobre ele, olhar de um sujeito que o integra num sistema de pensamento e, assim fazendo, o torna inteligível.” (CHARAUDEAU, 2010, p. 95).

No Texto 1, tal como apresentado acima, as linhas de força investem no processo de edição do vídeo e, por conseguinte, em novas formas de textualidade do discurso, gerando efeitos nas linhas de subjetividade, os quais concorrem para a construção das identidades. Todavia, as linhas de forças atuam de dois modos, ao mesmo tempo, integrados e distintos.

O primeiro modo se aproxima da concepção pensada por Foucault em suas entrevistas, palestras e conferências e exemplificada por Deleuze (1996) por meio do dispositivo da cidade ateniense. A cidade ateniense, segundo afirma Deleuze, cria uma linha de forças que opera pela rivalidade entre homens livres. Desse modo, o processo de subjetivação é produzido no interior do dispositivo da cidade. Em dada sociedade, os poderes de controle e de censura — invisíveis e indivisíveis — administram o que as linhas de força podem ou não dizer. Podemos, então, ressaltar que tanto as linhas de força, quanto as linhas de subjetividade são sócio-histórica e culturalmente determinadas. Os sujeitos, por sua vez, pertencem e agem no interior do dispositivo, mas enquanto a história age para que tais discursos permaneçam, as subjetividades resistem à preeminência histórica. Logo, as linhas de subjetividades, agindo de dentro, tornam atuais os próprios dispositivos, construindo novas identidades.

Ao mesmo tempo, o segundo modo ocorre diante das normas de funcionamento no bojo de cada *mídiun*. No caso do Texto 1, sua realização pode ser apreendida pelo gênero de discurso “jornal”, manifestado e difundido por um *site* noticioso que precisa operar sob restrições técnicas e tecnológicas impostas pela *web*. Nesse sentido, as curvas de visibilidade e as curvas de enunciabilidade são restritas ao espaço da “página” do *site*. Porém podem ser expandidas pelo mecanismo da “navegação”, oferecido pelas mesmas condições técnicas e tecnológicas da *web*. Na página do *site*, as linhas de força atuam nas coordenadas do gênero de discurso: *mídiun*, finalidade, estatuto dos parceiros, lugar e momento, organização textual e recursos linguísticos, por exemplo.

Por essa razão, no quadro teórico-metodológico da Análise do Discurso, é preciso operar pelos gêneros de discurso: átomos das práticas discursivas que se constituem em dada sociedade. Para isso, o tipo de discurso político associado ao gênero de discurso “ato político” pode ser apreendido pelo gênero de discurso “jornal”. Não obstante, no espaço digital, o gênero “ato político” é apagado de modo obsessivo, e o gênero “jornal” é iluminado. Mas o espaço digital tende a deslocar o gênero de modo geral, e o enunciador interage com a textualidade multimodal disponibilizada no corpo do *site*: curvas de visibilidade e curvas de enunciabilidade. Embora tratados aqui de forma isolada, os dois modos supracitados estão vinculados em toda sua heterogeneidade e interdiscursividade. Doravante, em vista dos objetivos do presente artigo, focalizaremos os aspectos relativos apenas a esse segundo modo.

A expressão “com ar de comício”, presente no título da notícia no Texto 1, pode ser apreendida por um gesto de leitura marcado pela memória social e discursiva de campanhas políticas que proporcionavam “vantagens ao eleitor”. Mesmo que os comícios não sejam proibidos nos dias atuais, a Lei nº 11.300/16 estabeleceu normas de conduta que proibiram, entre outras coisas, a distribuição

¹ Os *hyperlinks* são disponibilizados no próprio corpo do *site*.

de brindes ou a realização de *showmícios*. A produção da leitura do gênero de discurso “ato político” engendrada pelo enunciador-citante recorre, assim, a cenas de fala validadas, rejeitadas na memória coletiva. (MAINGUENEAU, 2013).

A Lei nº 11.300/16, ao regularizar a prática do comício, ressignificou o sentido pré-construído em torno desse vocábulo, tornando-o contraproducente. Hoje, alguns políticos envolvidos em campanhas procuram novas formas de contato com o eleitor. Com isso, os enunciados de outrora vão sendo ressignificados de acordo com as condições de produção materiais das campanhas políticas: falam de “comícios domiciliares” *com petit comité*; debate em pequenos grupos, encontros intimistas, atos em sedes de partidos, etc.

A etiqueta “comício”, no Texto 1, produz, por um lado, um efeito de sentido de subversão das normas eleitorais e de manipulação do eleitor. “[...] o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) discursou como se estivesse à beira de um segundo turno nesta terça-feira (23), em ato que ganhou ares de comício eleitoral em Porto Alegre” [§ 1]. Por outro lado, a etiqueta evoca o discurso da polarização em torno do campo político-partidário. “[...] Só não pediu voto, o que a lei eleitoral proíbe fora da época de campanha” [§ 2]. Nesse particular, o discurso relatado pelo enunciador-citante é deslocado para um campo de tensão entre aquele que “pede” votos e, ao mesmo tempo, constrói um *ethos* de político legítimo, desmoralizando seus adversários.

Mas o coenunciador, mobilizando uma competência sociocultural e uma história de leitura acerca do discurso do sujeito no qual recaem as curvas de visibilidade e de enunciabilidade, poderá notar que, na enunciação no campo da militância, o enunciador-citado opõe, de modo constante, um [nós], um [eles] e o [povo], como neste enunciado: “[Eles] sabem que se tem alguém que sabe cuidar do [povo] somos [nós]” [§ 4]. Esse modo de enunciação constrói um *ethos* de indivíduo de expertise no campo da militância sindical ou, ainda, um *ethos* de indivíduo engajado em disputas político-partidário-ideológicas. Assim, a imagem do enunciador-citado produzida pelo discurso do Texto 1 não se associa, necessariamente, a um presidenciável, conforme marca o enunciador-citante, mas a um indivíduo em constante oposição no campo político-partidário-ideológico.

Outra marca dessa oposição permanente pode ser observada nessa aforização produzida pelo enunciador-citante: “Só uma coisa vai me fazer parar o que eu estou fazendo. É o dia que eu não estiver mais aqui. O dia em que eu morrer” [§ 5]. Esse enunciado sofreu, na textualização para a versão escrita, uma pequena, mas importante mudança. No minuto 1:51 da versão do vídeo, o enunciador-citado diz: “Só uma coisa vai me tirar de continuar fazendo o que estou fazendo aqui, é o dia que eu não estiver mais aqui, é o dia que eu morrer”.

O primeiro embreante espacial “aqui” designa o espaço onde falam os coenunciadores, o segundo designa o espaço mundano, ou seja, a passagem da vida do ser humano no mundo. A retirada do primeiro embreante espacial “aqui”, na versão escrita, produz um efeito de sentido impreciso do ato de fazer “algo”. O enunciador-citante transfere a responsabilidade de complemento do item lexical “fazer” ao coenunciador. Num plano global, o item lexical “fazendo”, em “[...] Só uma coisa vai me fazer parar o que eu estou fazendo [ø]” [§ 5], pode ser completado, a princípio, com os mais diversos atos: lícitos e ilícitos. Todavia, o embreante espacial “aqui”, em “fazendo [aqui]”, não deixa espaço para dúvidas. Isto é, o que o enunciador-citado está fazendo “ali” é uma oposição, no campo do poder, por meio do ato político-partidário-ideológico.

Além disso, a mudança da etiqueta “discurso” para “comício” no gênero de discurso “ato político” produz em efeito de sentido de minimização do evento. O apagamento do fato histórico ocorre pelo presentismo construído pelo enunciador-citante. O fato histórico é inegável, pois nunca, na história do país, um ex-presidente havia sido condenado por um crime. Contudo, o enunciador-citante produz juízos de valores acerca do evento: “[...] discursou como se estivesse à beira de um segundo turno” [§ 1]; “[...] preferiu fazer um discurso nostálgico”; “[...] Só não pediu voto [...]” [§ 2], constrói um *ethos*

discursivo de indivíduo desinteressado do debate político, numa sociedade em que esse tipo de debate já é esvaziado. Nesse ponto, o discurso político, no bojo na máquina midiática, vai sendo midiaticizado pelo atravessamento do discurso jornalístico no espaço digital.

O efeito de sentido produzido pela etiqueta “comício”, no Texto 1, pode levar o coenunciador a receber o gênero de discurso “jornal” pelo gênero de discurso “comício”.² Mas, caso adentre a leitura, o coenunciador deixa de produzir efeitos de sentido pela etiquetagem e passa, então, a interagir com a forma de textualidade que o *site* disponibiliza (vídeos, imagens, texto verbal, *hiperlinks*, etc.). O estatuto multimodal do texto, assim, produz efeitos de sentido distintos no polo da recepção, pois a leitura da versão do discurso disponibilizada em vídeo não é a mesma da leitura do gênero textual notícia postada no corpo do *site*; embora ambas as versões estejam alocadas no mesmo *mídiun* e possam ser acessadas, de forma a se complementarem: gesto de leitura que resultaria, na produção da leitura, em outros efeitos de sentido. Nessa senda, o enunciator-citante, no gênero de texto notícia, empenha-se em reforçar certa convergência com a edição do vídeo disponível no *site*.

O gênero textual notícia, assim, aforiza o discurso na versão do vídeo, mas, como se trata de modos de textualidade distintos, as curvas de visibilidade e de enunciabilidade se distanciam das curvas de visibilidade e de enunciabilidade materializadas na edição do vídeo, mesmo que as linhas de forças e as linhas de subjetividade cortem o dispositivo midiático de um lado a outro. Não obstante, apenas um *mídiun*, mesmo em seu estatuto heterogêneo e interdiscursivo, não revela aquilo que se quer iluminar e aquilo que se quer enunciar no/do sujeito em foco. As formações discursivas construídas em torno da entidade “Lula” produzem um espaço discursivo irrepresentável.

As práticas discursivas sobre Lula recorrem ao campo semântico do sindicalista, do nordestino, do presidente do povo, do carismático, mas também recorrem ao campo semântico do negociador, do ardiloso, do demagogo. Desse modo, é preciso possuir uma diversidade de materialidade discursiva mais abrangente para construir um *corpus* que revele, com mais clareza, o visível ou o invisível, o enunciável ou o não enunciável, no e pelo discurso realizado no dispositivo midiático. Nesse quadro, cada *mídiun* possui suas próprias condições de funcionamento que precisam ser investigadas.

O enunciator-citante, no Texto 1, todavia, procura enunciar aquilo que o coenunciador não poderia, a princípio, ler, pois não fora dito. [Lula] “[...] preferiu fazer um discurso nostálgico, falando de um ‘Brasil grande’ que teria existido nos anos do PT no poder. Só não pediu voto, o que a lei eleitoral proíbe fora da época de campanha” [§ 2]. O texto escrito não foge às normas impostas pelo gênero de texto notícia. Assim, o enunciator-citante intercala informações de momentos, como “[...] nesta terça-feira (23) [...]” [§ 1]; lugares, “O petista chegou a Porto Alegre por volta das 17h [...]” [§ 3]; e pessoas, “[...] a ex-presidente Dilma Rousseff, os senadores Lindbergh Farias (RJ) e Gleisi Hoffmann (PR), presidente da legenda [...]” [§ 6], com conteúdos de pensamentos, por meio do discurso indireto: “Em seu discurso, Lula adotou um tom político, de crítica ao atual governo e à grande imprensa — sobretudo à TV Globo [...]” [§ 4]. “Disse ainda que só a morte vai pará-lo” [§ 5].

Mas, além de descrever algumas informações, como lugar, momento e pessoas, o enunciator-citante mobiliza um leitor-modelo com o qual o coenunciador tende a aderir. Trata-se de ocupar uma posição enunciativa daquele que apaga a história política do país e incita a polarização político-partidária. “Diversas lideranças petistas participaram do ato [...]” [§ 6]. “Representantes de outros partidos também estiveram no evento [...]” [§ 7]. “Lula lidera as principais pesquisas de intenção de voto para a eleição presidencial deste ano, mas pode ficar inelegível se sua condenação for mantida no TRF-4” [§ 13].

2 Neste caso, há uma relação interdiscursiva irremissível, mas, ao apagar o gênero de discurso jornal, o enunciator-citante evoca um leitor-modelo que desconsidera a parcialidade do enunciator-jornalista e, em última instância, da instituição jornal como dispositivo midiático atravessado por linhas de força e linhas de subjetividade.

Considerações finais

As condições materiais de difusão do discurso modificam o estatuto dos coenunciadores. Com efeito, o dispositivo midiático, composto por diferentes *mídiuns*, implica a construção das identidades e “novos” gêneros de discurso, bem como condiciona modos de enunciação. Dessa maneira, não há, propriamente, um “discurso midiático”, mas, sim, discursos midiaticizados, manifestados e difundidos pelas diversas mídias contemporâneas.

As mídias, em geral, são suportes já consolidados nas interações entre indivíduos e instituições. Mas, apesar de as mídias estarem presentes entre as inter-relações humanas, há centenas de anos, suas interconexões se tornaram, no espaço digital, um campo “vivo” de interação, embora virtual. Dessa maneira, pode-se falar de campo midiático, dispositivo midiático, máquina midiática, porém é pouco provável apreender, nesse universo, um discurso midiático propriamente dito.

De qualquer modo, na produção da leitura, é preciso apreender as linhas de força e as linhas de subjetividade que atravessam o dispositivo midiático de um lado a outro e considerar seus modos de visibilidade e enunciabilidade instalados no interior dos *mídiuns*, onde se realizam os gêneros de discurso: átomos das práticas discursivas. Ficamos, assim, abertos ao diálogo.

Referências

- CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso das mídias**. 2.ed. Tradução de Ângela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2010.
- DELEUZE, Gilles. O que é um dispositivo? In: DELEUZE, Gilles. **O mistério de Ariana**. Tradução e prefácio de Edmundo Cordeiro. Lisboa: Vega/Passagens, 1996. p. 83-96.
- EM ato com ar de comício, Lula ignora ação e diz que só morte vai pará-lo. Disponível em: <<https://eleicoes.uol.com.br/2018/noticias/2018/01/23/ato-em-defesa-de-lula-em-porto-alegre-ganha-ares-de-comicio.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 23 jan. 2018.
- FERREIRA, Anderson. **Leitura, discurso e contemporaneidade**: a negociação dos efeitos de sentido no espaço digital. 2018. 285 f. (Doutorado em Língua Portuguesa) – Programa de Pós-Graduação em Língua Portuguesa, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2018.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. **Análise do Discurso com Michel Foucault**: os dispositivos. Disponível em: <<https://youtu.be/IpMURaG9hYc>> Acesso em: 21 jan. 2018.
- MAINGUENEAU, Dominique. Diversidade dos gêneros de discurso. In: MACHADO, Ida Lúcia; MELO, Renato de (Org.). **Gêneros**: reflexões em Análise do Discurso. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras da UFMG, 2004.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso literário**. Tradução de Adail Sobral. São Paulo: Contexto, 2006.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. Tradução de Sírio Possenti e Maria Cecília Péres Souza-e-Silva (Org.). São Paulo: Parábolas, 2008a.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. Tradução de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2008b.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Ethos*, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (Org.). **Imagens de si no discurso**: a construção do *ethos*. São Paulo: Contexto, 2011. p. 69-92.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 6. ed. ampl. Tradução de Cecília P. de Souza e Délcio Rocha. São Paulo: Cortez, 2013.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e análise do discurso**. Tradução de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2015.
- O ESTADO de São Paulo. 2009. Disponível em: <politica.estadao.com.br/noticias/geral,ministro-ataca-mendes-nao-esta-falando-com-seus-capangas,358909>. Acesso em: 21 jan. 2018.
- UOL, 2018. Disponível em: <<https://eleicoes.uol.com.br/2018/noticias/2018/01/23/ato-em-defesa-de-lula-em-porto-alegre-ganha-ares-de-comicio.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 23 jan. 2018).

#BelaRecatadaEDoLar: uma reflexão sobre questões de gênero implicadas no processo de rejeição e de destituição da Presidenta Dilma Rousseff

Mariana Jantsch de Souza*

Resumo

Neste texto, procuramos discutir um dos desdobramentos do que chamamos de processo político, jurídico e social de rejeição e de destituição da Presidenta Dilma Rousseff. O foco dessas reflexões são as questões de gênero aí implicadas. Queremos, com essa leitura ancorada na teoria de Michel Pêcheux, observar certos elementos de práticas discursivas que materializam o referido processo. São elementos que revelam como se instauram as relações de gênero e seus efeitos no que tange ao acesso e à atuação feminina nos espaços de poder. Sustentamos, como nossa hipótese de trabalho, que um dos fatores atuantes nesse processo e determinantes para o desfecho que vivenciamos diz respeito às relações de gênero, pois, da forma como estão instituídas, insistem na masculinização dos espaços de poder. Em razão disso, para desenvolver essas reflexões, detemo-nos na análise de elementos discursivos que buscam promover movimentos de desqualificação da Presidenta e de deslegitimação do exercício do poder pela mulher. Estamos nos referindo a práticas que podem ser sintetizadas na fórmula #BelaRecatadaEDoLar e seus desdobramentos. Tal fórmula revela, ainda, o papel protagonista que a mídia assumiu nesse contexto, conduzindo os processos de significação em direção ao desfecho político ao qual chegamos, seja pelo excesso de repetições, seja pelo modo de significar a mulher.

Palavras-chave: Análise de Discurso. Democracia. Mulher. Espaços de poder.

#BelaRecatadaEDoLar: a reflection on gender issues implied in the process of rejection and dismissal of President Dilma Rousseff

Abstract

In this text, we attempted to discuss one of the consequences of what we call the political, legal and social process of rejection and dismissal of President Dilma Rousseff. The focus of these reflections is the gender issues implied therein. We want, with this reading anchored in the theory of Michel Pêcheux, to observe certain elements of discursive practices that materialize the described process. These are elements that reveal how gender relations and their effects are established with regard to women's access to and participation in power spaces. We maintain, as our working hypothesis, that one of the factors acting in this process and determinant for the outcome we are experiencing concerns gender relations, because in the way they are instituted, they insist on the masculinization of power spaces. Therefore, in order to develop these reflections, we focus on the analysis of discursive elements that seek to promote movements of disqualification of the President and delegitimation of the exercise of power by women. We are referring to practices that can be synthesized in the formula #BelaRecatadaEDoLar and its consequences. This formula also reveals the leading role that the media has assumed in this context, leading the processes of signification towards the political outcome that we experience, either by the excess of repetitions, or by the way of defining the woman.

Keywords: Discourse Analysis. Democracy. Woman. Spaces of power.

Recebido: 26/02/2018

Aceito: 20/06/2018

* Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-Rio-Grandense (IFSul, Campus Gravataí-RS), doutora em Letras, professora.

Considerações iniciais

Este texto constitui o último momento de análise do que estamos entendendo de forma ampla como “processo político, jurídico e social de rejeição e de destituição da Presidenta Dilma Rousseff”. Compõem esse processo dois movimentos distintos: rejeição/destituição e resistência. O primeiro, iniciou-se com a repercussão do resultado da eleição presidencial e seus efeitos perduraram ao longo de todo processo referido. Essa rejeição intensificou-se e desdobrou-se em movimentos de destituição, materializados no binômio *golpe/impeachment* e nas expressões “Tchau, Querida” e “Bela, recatada e do lar”. Em contrapartida a esse discurso anti-Dilma, surge um discurso de resistência, buscando fazer frente à intolerância subjacente aos movimentos de rejeição e de destituição. Sendo assim, nosso exercício de análise recai sobre práticas discursivas que materializaram o referido processo, tendo como aporte teórico a Teoria do Discurso proposta por Michel Pêcheux — Análise de Discurso (AD).

Neste texto, detemo-nos na fórmula #BelaRecatadaEDoLar, visando a analisar os movimentos de rejeição/destituição e de resistência, bem como as questões de gênero aí implicadas. Ressaltamos que tais questões entraram em nosso horizonte de reflexões a partir de uma pesquisa sobre igualdade, sobre visões hierarquizadas da sociedade materializadas no discurso (observadas no modo como foi significado, por uma parcela da população brasileira, o resultado eleitoral e na intolerância ao outro e à diferença posta em movimento nesse discurso).

A discussão que empreendemos nos conduziu a pensar sobre viver junto em meio às diferenças (TOURAINÉ, 1998); a (re)pensar a organização social em que vivemos, baseada numa hierarquização em que, com o jeitinho brasileiro, vive-se a hierarquia das relações sociais como se todos fossem iguais, mas desde que cada um saiba o seu lugar (especialmente as mulheres), conforme explica Roberto DaMatta (1986; 1997), estudioso da “sociologia do dilema brasileiro”.

Nesse contexto de trabalho, entendemos que pensar sobre gênero é um desdobramento das questões sobre (des)igualdade e democracia. Tratar das relações de gênero implicadas no processo de rejeição e de destituição da primeira Presidenta é refletir sobre o modo como são instauradas as relações de poder, o acesso e a atuação feminina nos espaços de poder.

Sustentamos, como nossa hipótese de trabalho, que um dos fatores atuantes nesse processo e determinantes para o desfecho que vivenciamos diz respeito às relações de gênero, pois, da forma como estão instituídas, insistem na masculinização dos espaços de poder. Significam a mulher e o seu papel na sociedade na direção do conservadorismo de gênero. Foi a partir desse panorama que surgiram discursos que desqualificam a Presidenta Dilma Rousseff pelo viés do gênero, deslegitimando-a.

1 Sobre AD e gênero

Nesta pesquisa, assumimos como posição teórica a AD de tradição pecheuxtiana. Trata-se de uma teoria interpretativa com uma abordagem específica: busca descrever e compreender a linguagem em funcionamento considerando a relação língua-história-ideologia. É dizer: Michel Pêcheux institui uma teoria que se propõe a pensar a determinação histórica dos processos de significação.

Diante desse panorama teórico, o analista assume a tarefa de compreender o funcionamento da linguagem em uso, atentando para as relações extralinguísticas observáveis na materialidade linguística. Isso significa considerar a natureza sócio-histórica de todo o dizer, pois “o discurso é um objeto sócio-histórico em que o linguístico intervém como pressuposto”. (ORLANDI, 2013, p. 16).

É a partir dessa forma de conceber a língua e a linguagem que, neste texto, analisamos certos elementos de práticas discursivas que materializam o processo de rejeição e de destituição de Dilma

Rousseff e que permitem observar como as questões de gênero atuam em prol dos movimentos anti-Dilma.

Como essa proposta de análise busca unir reflexões sobre discurso e gênero em uma sociedade patriarcal, ressaltamos como tais termos são entendidos. Patriarcado, para essas reflexões, é uma forma específica de organização das relações sociais baseada na dominação do masculino sobre o feminino (MIGUEL; BIROLI, 2014; DELPHY, 2009). Gênero é aqui tomado como um construto social que se refere à aquisição da masculinidade e da feminilidade (JUTEAU, 2009). Retomaremos e aprofundaremos tais noções ao aplicá-las em nossas análises.

Para construir esse gesto de análise, configuramos os discursos em pauta em duas formações discursivas (FDs) antagônicas. Primeiramente, FD1, nomeada anti-Dilma, é considerada representativa de um discurso de não aceitação da diferença, posicionando-se contra a reeleição de Dilma Rousseff e contra seus supostos eleitores. Observamos, nesse processo discursivo, os movimentos mais intensos de rejeição e de destituição aí produzidos. Em oposição, temos a FD2, nomeada pró-Dilma, considerada representativa de um discurso favorável à reeleição de Rousseff e de não aceitação das práticas discursivas inscritas no âmbito da FD1. Nesse domínio de saber, observamos os movimentos de resistência ao discurso da FD1 (anti-Dilma).

2 #BelaRecatadaEDoLar: um gesto de análise

Em 17 de abril de 2016, na Câmara dos Deputados, o pedido de *impeachment* foi votado e aprovado. Nesse dia, começou oficialmente o processo político-jurídico contra Dilma. No dia 18 de abril de 2016, a revista **Veja** publicou seu número semanal com uma matéria intitulada “Marcela Temer: bela, recatada e ‘do lar’”.¹ A reportagem inicia com uma foto de Marcela e, no plano de fundo, o enunciado “como será”.

Imagem 1 - #BelaRecatadaEDoLar



Fonte: LINHARES, 2016.

¹ Cf. <<http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>>.

A partir dessa matéria, surgiu a *hashtag* #BelaRecatadaEDoLar, inserindo-se, inicialmente, no domínio de saber da FD1. A revista, ao traçar um perfil da esposa do Vice-Presidente da República como sendo “bela, recatada e do lar”, põe em funcionamento todo o imaginário machista sobre o feminino, sobre uma determinada imagem de mulher e de seu papel em sociedade. Nesse contexto de produção, o ideal feminino é ser bela, recatada e do lar: essas são a característica, a postura, o papel e o lugar que cabe ao feminino. Nesse imaginário, o espaço próprio e natural da/para a mulher é o ambiente privado, enquanto que o espaço próprio do/para o masculino é a esfera pública (âmbito em que se exerce o poder). Sendo assim, não cabe à mulher o espaço público, portanto, não cabe a ela o exercício do poder, que é da ordem do público e do masculino. Trata-se de um discurso regulado por uma formação ideológica conservadora e machista, que anuncia que, no futuro (“como será”), o feminino corresponderá ao ideal e tradicional “bela, recatada e do lar”.

Para essa discussão, entendemos a dicotomia público/privado a partir das considerações de Hannah Arendt (2014), em **A condição humana**. A filósofa aborda a relação entre público e privado em um percurso histórico desde a tradição grega até a modernidade. Com o surgimento da cidade-estado, Arendt esclarece que “o homem recebera, além de sua vida privada, uma espécie de segunda vida, o seu *bios politikos*”, trata-se da esfera do próprio (*idion*) e do comum (*koinon*) (ARENDT, 2014, p. 33). Há, então, duas esferas em que se desenvolve a vida ou atividade humana: a pública e a privada.

A autora introduz as três categorias fundamentais da atividade humana: labor, trabalho e ação, as quais se realizam pública ou privadamente. A esfera pública está associada ao político e à *polis*, enquanto o privado está ligado ao doméstico e à família. A ação política é da ordem do público: “dá-se publicamente e abre espaço à liberdade, ao passo que o labor está relacionado com a necessidade das exigências da natureza que se verificam privadamente” (FRY, 2010, p. 67).²

O termo público relaciona-se a dois fenômenos: a ideia de publicidade e a de coisa comum (de todos). Interessa-nos a segunda perspectiva, em que o público se refere ao que é comum a todos os indivíduos (ARENT, 2014, p. 62). Para a autora, o público (ação política) também se relaciona ao discurso: “o ser político, o viver na *polis*, significava que tudo era decidido mediante palavras e persuasão, e não através da força e ou violência”. (ARENT, 2014, p. 35). É o discurso que introduz o homem na esfera pública: “é com palavras e atos que nos inserimos no mundo humano; e esta inserção é como um segundo nascimento”. (ARENT, 2014, p. 189). Ao inserir-se no âmbito coletivo/público da vida humana, o homem alcança a liberdade: “Arendt crê que, por meio da ação, os seres humanos manifestam sua liberdade, o que contrasta com as necessidades de laborar e com a utilidade do fabrico que nos são impostas (trabalho). A meta da política é a liberdade [...]” (FRY, 2010, p. 72).

De outro lado, a esfera privada surge do termo privação, no sentido de privar-se daquilo que é comum. No âmbito do privado, que é tido como pré-político ou precondição para a vida pública, dão-se as relações íntimas, regidas pela vontade do chefe da família (ou *pater familias*), não havendo, originalmente, igualdade e liberdade nesse espaço (ARENT, 2014, p. 41).

O privado, enquanto privação, é o espaço feminino por natureza, pois a mulher é privada/excluída da esfera pública, da vida política no sentido de Arendt. Em consequência, a liberdade que a vida pública proporciona não atinge a mulher. Em essência, a distinção entre público e privado pode ser resumida na relação entre o âmbito da família (o privado) e o âmbito da vida/ação política (o público).

No mesmo sentido de Arendt, Sofia Aboim (2012), ao abordar a dicotomia público/privado diretamente em relação às questões de gênero, ressalta que a distinção entre essas esferas constituiu uma das dinâmicas fundamentais da sociedade moderna. E, nessa dinâmica de diferenciação, a mulher foi associada (de forma restritiva) à esfera privada (ABOIM, 2012, p. 97). A ordem de gênero é tida como o processo de dominação do masculino sobre o feminino e também se inscreve na diferenciação

2 Karin A. Fry, na obra **Compreender Hannah Arendt**, apresenta o pensamento de Arendt aos leitores iniciantes, buscando oferecer uma visão panorâmica da obra da filósofa. A obra de Fry propõe uma introdução clara, objetiva e acessível ao pensamento político de Arendt.

entre público e privado, a qual “serviu, de facto, para afastar homens e mulheres, delimitando-lhes espaços e funções sociais” (ABOIM, 2012, p. 97). Nessa ordem, igualdade e liberdade são frutos da esfera pública, concretizam-se na vida pública, ponto em que convergem as considerações das autoras citadas.

No contexto dessas discussões, #BelaRecatadaEDoLar faz emergir essa dicotomia e a faz operar na direção da ordem de gênero, pois determina o lar como o espaço próprio para a mulher (bela e recatada) que vai ocupar o lugar institucional de primeira-dama e, assim, fazer voltar à normalidade essa ordem de gênero. Essa expressão utilizada pela revista **Veja** retoma um certo padrão de mulher, atualizando saberes machistas e conservadores, desde sempre em circulação, que impõem e naturalizam um certo modo (restritivo) de ser mulher.

Estamos tomando o termo gênero como um construto social que se refere à aquisição da masculinidade e da feminilidade (JUTEAU, 2009). Ou seja, o termo “designa o significado social, cultural e psicológico imposto sobre a identidade sexual e biológica. [...] tem a vantagem prática de nos permitir falar tanto sobre mulheres quanto sobre homens” (FUNCK, 1994, p. 20). Essa forma de pensar o gênero coaduna-se com outras questões próprias da Análise de Discurso, pois

[...] conforme o feminismo marxista, o gênero não existe fora de um contexto ideológico, não podendo ser tratado como uma categoria isolada, e sim como parte de um processo de construção social e cultural. Além disso, o gênero trata não apenas de uma questão de diferença, que pressupõe simetria, mas de uma questão de poder, onde nos deparamos com assimetria e desigualdade, com a dominação do feminino pelo masculino (FUNCK, 1994, p. 20-21, grifos nossos).

Dessa forma, quando tratamos de gênero nessas reflexões, referimo-nos à construção sócio-histórica de determinado padrão masculino e feminino de comportamento, perpassado pela dominação do primeiro sobre o segundo. Por isso, trata-se de uma questão de poder e de (des)igualdade. Decorre daí a imposição de um certo espaço, função e papel social como próprios (e naturais) para o masculino e para o feminino, delimitados de forma restritiva (com ares coercitivos).

Voltando à matéria da **Veja**, o perfil traçado de Marcela Temer e todo o movimento de saberes interdiscursivos que produz vêm acompanhados do enunciado “como será”. Trata-se de um enunciado afirmativo, sustentado numa certeza: não há dúvidas de que Marcela Temer será efetivamente (e, quiçá, definitivamente) primeira-dama. No entanto, na época da veiculação da matéria, Michel Temer sequer era Presidente interino, pois o afastamento de Dilma ainda não tinha sido determinado pelo Senado. O esposo de Marcela só seria empossado interinamente como Presidente quase um mês depois, em 12 de maio. Ainda assim, a situação e a posição de Michel Temer e de Marcela Temer seriam juridicamente provisórias, não permitindo um juízo de certeza tão categórico naquele momento (na data da veiculação da revista). Logo, essa certeza não se funda nesse detalhe de ordem jurídica.

O enunciado também funciona sinalizando o “como será” quando tivermos uma primeira-dama, pois com Dilma não tínhamos, já que era a mulher quem ocupava o poder, ficando vazio o lugar de primeira-dama. Considerando suas condições de produção, “como será” pode ser interpretado como a certeza da retomada da ordem de gênero, como a volta do feminino para o seu lugar de coadjuvante, não detentor de poder e, como consequência, a volta do masculino para o lugar de poder (a presidência da República). Um aspecto da língua que corrobora esse funcionamento é o fato de que não há primeiro-senhor, como masculino para primeira-dama: trata-se de um lugar exclusivamente feminino. Indica a naturalização da ordem de gênero: mulheres não devem acessar espaços de poder, pois seu espaço é o ambiente privado (o lar).

Então, parafrasticamente, da perspectiva do discurso da FD1, o enunciado pode ser compreendido:

- Como será quando as mulheres retornarem para o seu espaço, para o lugar de onde não deveriam ter saído: #BelaRecatadaEDoLar.

• Como será quando a ordem social retomar sua ordem tradicional, machista, conservadora: teremos um Presidente e uma primeira-dama #BelaRecatadaEDoLar.

Teremos mulheres belas, recatadas, do lar e sem acesso ao poder, o qual voltará a ser masculino. Diante desse movimento de sentidos produzido pelo discurso da FD1, entendemos que a expressão em pauta funciona opondo duas imagens do feminino: a mulher que está no poder (Dilma) e a mulher que ocupará o espaço de primeira-dama. São dois perfis femininos: a mulher que fica restrita à esfera privada e a mulher que ousa ocupar espaços de poder na esfera pública. Essa oposição ancora-se num juízo de valor em que uma imagem é construída como sendo a ideal e a que todas as mulheres deveriam almejar, pois deveria ser a única opção para as mulheres. Mas temos mulheres que subvertem essa ordem e, por isso, são rejeitadas. Essa oposição entre as imagens do feminino deslegitima mulheres que não seguem a postura, o papel e a função social impostos ao feminino pela ordem de gênero. Deslegitima, portanto, o exercício do poder por Dilma Rousseff.

Nesse processo de significação, entendemos que os movimentos de rejeição à Presidenta passam, sim, pela questão de gênero, pois o funcionamento da expressão “bela, recatada e do lar” é perpassado por um imaginário sobre o feminino que impõe certos padrões sociais às mulheres, ditando o que podem ou não fazer, como devem ou não se comportar, os espaços que lhes cabem e os que não devem acessar. Nesse processo discursivo, o feminino é significado em oposição ao masculino.

#BelaRecatadaEDoLar, em suas condições de produção, busca enaltecer uma certa imagem feminina: a mulher que ocupará, em breve, um lugar de destaque na organização institucional e política da nação, mas não um lugar de poder. Nesse imaginário, a mulher pode ocupar espaços de destaque, desde que sem poder e como coadjuvante em relação a uma figura central masculina (nesse caso, o Presidente da República).

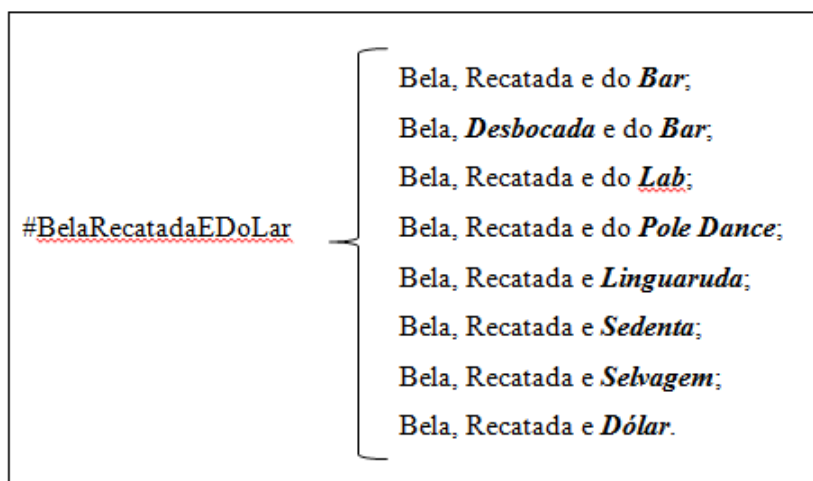
Em nosso entender, essa *hashtag*, ao opor as duas imagens de mulher envolvidas no processo de rejeição e de destituição da Presidenta, toma como alvo Dilma Rousseff. #BelaRecatadaEDoLar não é para falar sobre Marcela Temer, é para deslegitimar Dilma, é para intensificar os movimentos de rejeição. É para lembrar o espaço que cabe ao feminino na estrutura social e fazer do perfil de Marcela Temer um espelho do que todas as mulheres devem ser (belas, recatadas e do lar, o que, nesse contexto, significa ser apenas primeiras-damas). Ao delimitar o que deve ser, indica, por via de consequência, o que não deve ser: Presidenta.

Não se trata, portanto, de uma simples matéria sobre a esposa do Vice-Presidente da República. Não se trata de levar ao conhecimento do público a figura de Marcela Temer. Trata-se de opor duas imagens de mulher e impor a reprodução de um padrão feminino (machista e conservador).

De outro lado, logo foram produzidas muitas respostas³ no âmbito do processo discursivo da FD2, a partir da apropriação da expressão que surge no domínio de saber antagônico. Assim, a fórmula “bela, recatada e do lar” desloca-se da FD1 para a FD2 e passa a produzir aí sentidos diametralmente opostos. Uma vez apropriada pelo discurso de resistência da FD2, a fórmula original passa por alguns deslizos; para explicitar tal processo e analisar o efeito metafórico (e os deslizos) aí presente, apresentamos alguns enunciados, com grifos nossos:

3 Cf. <<http://www.vix.com/pt/bdm/comportamento/somos-todas-recatadas-so-que-nao-materia-polemica-e-bombardeada-de-fotos-ironicas>>; <<http://piadasnerds.etc.br/bela-recatada-e-do-lar/>>.

Quadro 1 - #BelaRecatadaEDoLar e reações⁴



Fonte: Elaborado pela autora.

Outras respostas partiram do enunciado “Eu sendo #BelaRecatadaEDoLar”, constituídas por imagens de mulheres realizando ações não indicadas para o feminino no imaginário machista, tais como: fumando, bebendo, dançando *pole dance*, beijando outra mulher, lutando boxe, empunhando armas, fazendo greve, bebendo com amigos homens, etc.⁵

Nesse movimento de sentidos, observamos deslizos que abrem espaço para o novo, para a (re) significação do mesmo a partir de posições de dizer diferentes e divergentes. Ou seja, trata-se de um movimento metafórico no processo de produção de sentido.

Para a AD, segundo ensina Pêcheux, metáfora significa transferência ou “tomada de uma palavra por outra”, como diz Orlandi (2013, p. 44). A partir dessa concepção de metáfora, o autor explica que:

[...] o sentido é sempre uma palavra, uma expressão ou uma proposição por uma outra palavra, uma outra expressão ou uma outra proposição; e esse relacionamento, essa superposição, essa transferência (*meta-phora*), pela qual elementos significativos passam a se confrontar, de modo que “se reveste de um sentido”, não poderia ser determinada por propriedades da língua (por exemplo, ligações linguísticas entre sintaxe e léxico); isso seria justamente admitir que os elementos significantes já estão, enquanto tais, dotados de sentido, que têm primeiramente sentido ou sentidos, antes de ter um sentido. De fato, *o sentido existe exclusivamente nas relações de metáfora (realizadas em efeitos de substituição, paráfrases, formações de sinônimos), das quais certa formação discursiva vem a ser historicamente o lugar mais ou menos provisório: as palavras, expressões, proposições recebem seus sentidos da formação discursiva à qual pertencem. Simultaneamente, a transparência do sentido que se constitui em uma formação discursiva mascara a dependência desta última em relação ao interdiscurso.* (PÊCHEUX, 2009, p. 239, grifos nossos).

O confronto que se instaura por meio da transferência, da superposição de elementos de saber guarda estreita relação com o interdiscurso, com a memória discursiva, com o dizível e o não dizível em certo domínio de saber. Assim, novamente, a teoria nos convoca a pensar a língua não apenas como estrutura, não apenas em suas propriedades ou funções, mas em sua relação com o histórico e o ideológico que atravessam essa estrutura no processo de produção de efeitos de sentido.

Nesse sentido, seguindo as lições de Pêcheux de que o sentido sempre pode ser outro, uma vez que todo enunciado pode ser “linguisticamente descritível como uma série de pontos de deriva possíveis” (PÊCHEUX, 2008, p. 53), esclarecemos como os termos deslize e deslocamento são entendidos em nossas reflexões. O primeiro movimento observado em nossa análise é o deslocamento, o qual diz respeito ao movimento dos sentidos para outra rede de filiações, ou seja, trata-se de um movimento

⁴ Quadro elaborado pelo autor. Enunciados colhidos nos endereços eletrônicos apontados na nota de rodapé precedente.

⁵ Cf. <<http://www.metropoles.com/vida-e-estilo/comportamento/bela-recatada-e-do-lar-campanha-feminista-invade-as-redes-sociais>>.

produzido a partir do eixo polissêmico de funcionamento da linguagem. Aqui há ruptura com sentidos prévios para a instauração do novo no processo de significação, conforme Orlandi (2013). A autora levanta essa questão ao explicar a polissemia, entendendo que, “na polissemia, o que temos é deslocamento, ruptura de processo de significação” (ORLANDI, 2013, p. 36).

Então, no movimento de deslocamento, há uma desregularização dos sentidos que se deslocam para outro domínio de saber e passam a ser regulados por outra FD, em que os parâmetros do que pode, deve ou convém ser dito são outros. Assim, os sentidos passam a ser outros já que são produzidos em outra FD e, para retomar Pêcheux, os discursos recebem seus sentidos da FD em que são produzidos. Esse movimento é observado quando a expressão em análise é apropriada pela FD2, rompendo com os sentidos machistas que produz no âmbito da FD1, passando a produzir sentidos que interrogam as relações de gênero dominantes.

De outro lado, os deslizamentos de sentido têm relação com a metáfora discursiva — uma palavra por outra, em que a movência dos sentidos se dá ainda no eixo parafrástico de funcionamento da linguagem. Orlandi (2013, p. 79, 80, 88), por vezes, trata do deslize como deriva de sentidos ou como efeito metafórico, mas sempre o considerando um movimento parafrástico de produção de sentidos:

O ponto de partida (a, b, c, d, e, f) e o ponto de chegada (g, h, i, j, k, l), através de deslizamentos de sentidos, de próximo em próximo, são totalmente distintos. No entanto, *algo do mesmo está nesse diferente*; pelo processo de produção de sentidos, necessariamente sujeito ao deslize, *há sempre um possível “outro” mas que constitui o mesmo (o deslize de sentido de a para g faz parte do sentido de a também)*. (ORLANDI, 2007, p. 81, grifos nossos).

Indursky (2011, p. 71) fala sobre migração de sentidos, em que o deslizamento representa essa volubilidade inexorável dos sentidos. A autora explica que, pelo deslizamento, há uma espécie de reorganização interna dos saberes de uma FD, que se realiza pela migração dos sentidos para outra posição de dizer (na mesma rede de filiações).

Diante disso, entendemos que os enunciados apresentados no Quadro 1 representam movimentos de deslize que, no interior da FD2, intensificam as interrogações postas em movimento nesse domínio de saber acerca do que é ser mulher, de como a mulher deve se comportar. São questionamentos que buscam fazer frente ao discurso dominante da FD1, que responde às referidas questões de modo machista e conservador.

A metáfora, pensada a partir desse horizonte teórico, nos permite compreender que os deslizamentos, as derivas, os deslocamentos de sentidos não se realizam em qualquer direção: são regulados pelo percurso discursivo que é traçado pela FD. E o interdiscurso intervém nesse processo a partir da forma como a FD se relaciona com esse todo saturado de sentidos, ou seja, “a metáfora, constitutiva do sentido, é sempre determinada pelo interdiscurso, isto é, por uma região do interdiscurso. [...] o interdiscurso não intervém jamais como uma globalidade, um ‘todo’ gestalista onipresente em sua causalidade homogênea”. (PÊCHEUX, 2009, p. 240).

Com isso, entendemos que esses movimentos de sentido produzidos por relações metafóricas expõem o trabalho da ideologia no processo de constituição dos sentidos (ORLANDI, 2012, p. 51). Então, trabalhar com a metáfora, como categoria de análise, é mais um caminho que nos leva a cumprir com os propósitos da Análise de Discurso, ou seja, permite compreender a relação língua-história-ideologia.

Para Pêcheux (2009, p. 146), é a ideologia que fornece as evidências do sentido. A ideologia constitui-se de práticas, não se configura como a mentalidade ou espírito de uma época: são forças materiais (PÊCHEUX, 2009, p. 120, 130). Há uma ideologia dominante que controla as práticas sociais e os movimentos de reprodução/transformação das condições de produção (PÊCHEUX, 2009,

p. 132). A ideologia dominante impõe certos movimentos⁶ ao processo de reprodução/transformação das condições de produção para manter as relações de produção existentes, ou seja, para promover a continuidade das relações de força tal como estão organizadas na formação social.

Observar a ideologia materializada no discurso é observar as relações sociais reais, as quais emergem na estrutura da língua a partir de representações imaginárias. A ideologia funciona no discurso orientando as direções da produção dos efeitos de sentido: “a ideologia é interpretação de sentidos em certa direção, determinada pela relação da linguagem com a história, em seus mecanismos imaginários” (ORLANDI, 1994, p. 57). É a ideologia que envolve o sujeito na ilusão de que os sentidos só poderiam ser como são, naturalizando certos efeitos com as evidências e transparências que fornece. Assim, observar a produção de sentido é observar o processo ideológico em pleno funcionamento: orientando o processo de significação em direção aos interesses de uma classe e não de outra.

O modo de significação da mulher, dos espaços sociais que lhe cabem e do comportamento que deve assumir socialmente, observados na expressão “bela, recatada e do lar”, quando produzida no domínio de saber da FD1, está a serviço da ideologia dominante e envolto na ilusão de que essa é a única forma possível de significação do feminino. Em oposição a esse discurso, observamos as reações provindas da FD2, que, a partir de deslocamentos e deslizos, buscam evidenciar o funcionamento opressor do discurso dominante, ao insistir que os espaços que cabem à mulher vão muito além da esfera privada; que o padrão de comportamento do feminino não precisa se restringir aos adjetivos bela e recatada: há um universo de outros adjetivos que também pode ser associado ao feminino.

Sendo assim, como o processo de transferência (ou metáfora) não é aleatório, é regulado pela FD em que é produzido e pelo interdiscurso, entendemos que os deslocamentos e deslizos de sentidos produzidos em resposta ao discurso da FD1 funcionam como um contradiscurso. Operam refutando, desconstruindo a imagem da mulher no imaginário machista. A mulher bela, recata e do lar de hoje pode fazer o que quiser, sem ser desvalorizada ou desrespeitada por isso. Ela pode ser #BelaRecatadaEDoLar dançando, saindo com amigas ou com amigos, bebendo, fumando, etc. Pode ser bela, recatada, do lar e ocupar espaços de poder, pois não está restrita ao lar.

A apropriação e a ressignificação dessa expressão, a partir de movimentos metafóricos, contrapõem-se à ordem de gênero que subjaz aos discursos que defendem e impõem um padrão feminino, uma única imagem do feminino, ditando o que a mulher pode e deve ser e fazer. O discurso da FD2 busca reformular os padrões impostos ao feminino, insistindo que mulher pode ser, sim, entre tantas outras coisas, Presidenta.

Nesse caminho de reflexões sobre questões de gênero implicadas no processo de rejeição em análise, ressoa a insistência de Dilma no uso do termo Presidenta: porque ainda é preciso enfatizar o gênero feminino, enquanto o masculino não demanda esse esforço discursivo. Porque ainda é preciso insistir em marcar a presença do feminino em espaços tipicamente masculinos, para romper a ordem de gênero, para desconstruir padrões sócio-históricos sobre os papéis sociais de cada gênero e os espaços que lhes são correspondentes. É preciso desfazer as imposições desse universo de sentido acerca do feminino e do masculino. Em razão disso, nessas reflexões, compreendemos que o uso insistente do feminino Presidenta forja-se como um movimento discursivo que busca legitimar a ocupação de espaços de poder por mulheres. Assim, o uso desse termo consolida-se como um primeiro movimento de resistência.

⁶ Movimentos de repetição, apagamento, esquecimento, por exemplo, observáveis no discurso.

Considerações finais

A partir dessas reflexões, observamos, inicialmente, o papel da mídia no processo de rejeição e de destituição da Presidenta Dilma Rousseff: impondo movimentos discursivos de rejeição ao resultado eleitoral, à Presidenta e ao exercício do poder pela mulher. Uma mídia que relembra e retoma dizeres machistas sobre a característica, o papel, a função e o lugar social da mulher. Esse discurso foi enquadrado como sendo representativo de uma formação discursiva, a FD1.

De outro lado, observamos as respostas a esse movimento discursivo iniciado pela mídia. No domínio de saber da FD2, os movimentos discursivos foram construídos sob o signo da resistência, da desconstrução, da refutação de sentidos conservadores, machistas e, ao que parece, hegemônicos. Com isso, constituiu-se um contradiscurso que, pelo excesso,⁷ tal como ensina Ernst (2009), insiste em discursivizar saberes que buscam atribuir um novo lugar ao feminino: um lugar de liberdade e de igualdade em relação ao masculino.

Por fim, entendemos que o funcionamento dos dois discursos em pauta (FD1 e FD2) permite pensar que há, sim, questões de gênero implicadas no processo de rejeição e de destituição da Presidenta Dilma Rousseff. Sustentamos, a partir do gesto de análise apresentado, que esse foi um dos fatores⁸ atuantes nesse processo e determinantes para o desfecho que vivenciamos, pois, da forma como as relações de gênero foram instituídas, insistiu-se na masculinização dos espaços de poder. Tais relações de gênero significaram a mulher e o seu papel em sociedade na direção do conservadorismo de gênero, e esse universo de sentidos acerca das relações de gênero emergiu nos discursos em pauta.

⁷ Um excesso que opera em nível interdiscursivo.

⁸ Ressaltamos: do nosso ponto de vista, as questões de gênero foram um dos fatores envolvidos no processo de rejeição e de destituição, mas não constituem o único fator.

Referências

- ABOIM, Sofia. Do público e do privado: uma perspectiva de gênero sobre uma dicotomia moderna. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 20, n. 344, jan./abr. 2012.
- ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Tradução de Roberto Raposo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.
- DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.
- DELPHY, Christine. Patriarcado (teorias do). In: HIRATA, Helena *et al.* (Org.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora da UNESP, 2009. p. 173-178.
- ERNST-PEREIRA, Aracy. **A falta, o excesso e o estranhamento na constituição/interpretação do corpus discursivo**. 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/4SEAD/SIMPOSIOS/AracyErnstPereira.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2014.
- FRY, Karin A. **Compreender Hannah Arendt**. Tradução de Paulo Ferreira Valério. Petrópolis: Vozes, 2010.
- FUNCK, Susana Bornéo. Da questão da mulher à questão do gênero. In: FUNCK, Susana Bornéo. (Org.). **Trocando ideias: sobre a mulher e a literatura**. Florianópolis: EDEME, 1994.
- FUNCK, Susana Bornéo. Discurso e identidade de gênero. In: CALDAS-COULTHARD, Carmen Rosa; SCLiar-CABRAL, Leonor. (Org.). **Desvendando discursos: conceitos básicos**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2008. v. 1, p. 183-195.
- HIRATA, Helena *et al.* (Org.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora da UNESP, 2009.
- INDURSKY, Freda. A memória na cena do discurso. In: INDURSKY; MITTMANN; FERREIRA (Org.). **Memória na/da análise do discurso**. Campinas: Mercado de Letras, 2011. p. 67-89.
- JUTEAU, Danielle. Etnicidade e nação. In: HIRATA, Helena *et al.* (Org.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora da UNESP, 2009. p. 90-96.
- LINHARES, Juliana. Bela, recatada e “do lar”. **Revista Veja**, São Paulo, 18 abr. 2016. Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/> >. Acesso em: 24 maio 2016.
- MIGUEL, Luís Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e política: uma introdução**. São Paulo: Boitempo, 2014.
- ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes Editores, 2013.
- ORLANDI, Eni P. **Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos**. Campinas: Pontes Editores, 2012.
- ORLANDI, Eni P. **Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. Campinas: Pontes Editores, 2007.
- PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Tradução de Eni P. Orlandi Campinas: Pontes Editores, 2008.
- PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**. Tradução de Eni Orlandi *et al.* Campinas: Editora da Unicamp, 2009.
- TOURAINE, Alain. **O que é a democracia?** Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 1996.

TOURAINE, Alain. **Poderemos viver juntos? Iguais e diferentes.** Tradução de Jaime A. Clasen e Ephraim F. Alves. Petrópolis: Vozes, 1998.

Análise crítica da construção discursiva de um “voto” polêmico no processo do *impeachment* de Dilma Rousseff: uma perspectiva bourdesiana sobre a luta pelo poder político

Alexcina Oliveira Cirne*

Karl Heinz Efken**

Resumo

O artigo analisa o discurso, reproduzido numa reportagem do **Jornal do Comércio**, no qual o deputado federal Eduardo da Fonte justifica o convite que fez ao seu filho de 15 anos para votar em seu lugar no processo de *impeachment* de Dilma Rousseff do cargo de Presidenta da República, em 2016. Busca-se compreender a complexidade dos conflitos mobilizados na prática discursiva do referido deputado e sua inserção num contexto mais amplo da política brasileira, desde o advento do *impeachment* de Dilma Rousseff. Com principal fundamentação nos trabalhos de Bourdieu (2007; 2003; 2004; 2008), este estudo entende-se como análise de práticas sociais, mobilizando os conceitos de agente autorizado, *habitus*, capital linguístico, campo e mercado linguístico. Utiliza-se o modelo metodológico proposto pela análise do conteúdo em Bardin (2015), Bauer, Gaskell (2007) e Silverman (2009). O *corpus* é composto por uma notícia vinculada ao tema da votação do *impeachment* de Dilma Rousseff no **Jornal do Comércio**. Os resultados indicam uma relação dialética entre os poderes simbólicos articulados no discurso do deputado e reproduzidos na reportagem e uma realidade sócio-histórica marcada por uma luta pelo capital simbólico disponível no mercado linguístico.

Palavras-chave: Discurso político. Mídia. Mercado linguístico. *Habitus*. Leitura crítica.

Critical analysis of the discursive construction of a controversial “vote” in Dilma Rousseff’s impeachment process: a bourdieusian perspective on the struggle for political power

Abstract

This article analyzes the discourse of a newspaper report from the *Jornal do Comércio* in which Congressman Eduardo da Fonte justifies inviting his 15-year-old son to vote in his place in the impeachment process against president Rousseff in 2016. We intend to examine the complexity of the conflicts caused by the actions of the above-mentioned politician and their impact in the broader contexts of Brazilian politics since the advent of the impeachment of Dilma Rousseff. Based chiefly on Bourdieu’s work (2007, 2003, 2004, 2008), this study presents an analysis of social practices, focusing on his concepts of authorized agent, *habitus*, linguistic capital, field and language market. We use the methodological model of content analysis proposed in Bardin (2015), Bauer, Gaskell (2007) and Silverman (2009). The *corpus* is composed of a *Jornal do Comércio* news item linked to the issue of Dilma Rousseff’s impeachment vote. The results indicate a dialectic relationship between the produced symbolic powers in the politician’s discourse as revealed in the newspaper report and a socio-historical reality marked by a fierce power struggle for the symbolic capital in the linguistic market.

Keywords: Political discourse. Media. Language market. *Habitus*. Critical reading.

Recebido: 26/02/2018

Aceito: 15/06/2018

* Universidade Católica de Pernambuco. Doutoranda em Ciências da Linguagem pela Universidade Católica de Pernambuco.

** Universidade Católica de Pernambuco. Doutor em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2003). Professor Adjunto IV da Universidade Católica de Pernambuco.

Introdução

O objetivo deste trabalho é analisar criticamente o discurso do deputado Eduardo da Fonte, reproduzido numa reportagem publicada no **Jornal do Comércio (JC on-line)**, em 19 de abril de 2016, intitulada “Dudu da Fonte diz que colocar seu filho para ‘votar’ no plenário é natural”. O deputado tenta justificar o convite feito a seu filho de 15 anos para votar em seu lugar no Congresso Nacional, em sessão de *impeachment* de Dilma Rousseff, em 2016. Esse acontecimento nos lança, de forma decisiva, no atual cenário político brasileiro e nos convida a refletir sobre o rumo que o país tem seguido a partir do advento do *impeachment* da presidenta eleita Dilma Rousseff, em 2016. A mídia, que acompanhou, produziu e distribuiu os processos discursivos em torno do *impeachment*, nos fornece o material necessário para a análise, interpretação e compreensão desse tipo de discurso e seu modo de representar a realidade social por ele veiculada. (BOURDIEU, 2008; THOMPSON, 2011; MYLES, 2010).

Utilizamos Bourdieu (2003; 2004; 2007; 2008) como referencial teórico deste trabalho, pois entendemos que alguns dos conceitos-chave de sua teoria constituem ferramentas analíticas eficientes para o desenvolvimento da nossa proposta de trabalho. Os conceitos bourdesianos se inscrevem numa concepção aguda das lutas pelos bens simbólicos e fornecem um instrumental analítico capaz de contribuir para a compreensão das lutas por capitais, espaços e tempos simbólicos e pelo direito de decidir sobre a sua produção e distribuição na sociedade. Entendemos que esses conceitos possibilitam “ler o que não está escrito” (BRASIL, 1997, p. 41) e fortalecem a formação de um letramento midiático que viabilize “ao leitor transitar em vários domínios, [...] compreender o texto; ler para além do texto; [...]; saber dos múltiplos sentidos do texto; justificar e validar sua leitura no contexto de um evento discursivo.” (EFKEN; CUNHA, 2016, p. 52). Os conceitos de agente autorizado, *habitus*, capital linguístico, campo e mercado linguístico, articulados no campo das pesquisas sobre mídia e discurso político, habilitam-nos a compreender a complexidade dos conflitos e tensões mobilizados na prática discursiva do deputado Eduardo da Fonte. Interessa-nos, ainda, na utilização dessas categorias analíticas, mostrar a relação existente entre a prática discursiva e as práticas sociais, pois “saber ler os discursos e as formações discursivas das diversas esferas sociais é condição *sine qua non* para agir autonomamente em sociedade.” (BALTAR, 2013, p. 20).

Com vistas à formulação da problemática a ser investigada, optamos por apresentar a nossa pesquisa em três seções: 1ª) dedica-se a expor os conceitos de porta-voz autorizado, *habitus* e mercado linguístico; 2ª) destaca questões pontuadas por Bourdieu em relação à política e mídia, enfatizando, ainda, a importância de um letramento crítico; 3ª) dedica-se à análise do *corpus*.

1 Porta-voz autorizado, *habitus* e mercado linguístico: uma rede teórica para a compreensão da ação da linguagem

Pierre Bourdieu (1930-2002), filósofo e sociólogo, apresenta a ideia de porta-voz autorizado e tece críticas à perspectiva de uma linguística pura pensada como um sistema fortemente marcado por regras fixas. Segundo ele (2008, p. 18), a linguística interna, a saussuriana, selou o destino da linguística moderna ao separar “a ‘linguística externa’ da ‘linguística interna’”, quando compreende esta última como suficiente para classificar o bom desempenho do falante. Bourdieu (2008) considera tal separação radical como uma falha e a compara ao cavalo de Troia, pois enfraquece a relevância da atuação do falante na estrutura social, desqualifica as condições institucionais que validam as palavras e que dão a elas seu real significado. De forma que, para ele, tal concepção põe o social entre parênteses, tratando a língua “como uma finalidade sem fim”. (BOURDIEU, 2008, p. 19). Bourdieu

(2008, p. 25), para fortalecer suas considerações a respeito da importância do social na decifração das palavras, reflete sobre a função delas no dicionário, argumentando que “[...] a palavra que serve para tudo encontrada no dicionário não tem nenhuma existência social: na prática, ela só existe imersa em situações, a ponto de o núcleo de sentido que se mantém relativamente invariável através da diversidade dos mercados poder passar despercebido.” Aqui, Bourdieu se coloca como um crítico da linguística formalista. (CHAPMAN; ROUTLEDGE, 2005).

Nesse sentido, Bourdieu (2006; 2007; 2008) desenvolve reflexões sobre a linguagem empregada pelo falante, referindo-se à existência de mercados linguísticos construídos pela valoração e reprodução de estruturas simbólicas que traduzem as possibilidades da linguagem em espaços sociais específicos. O mercado linguístico é constituído de campos — que são pluralidades de microcosmos sociais, dotados de identidade e regras de funcionamento —, os quais justificam e fortalecem sua manutenção, além de concorrerem entre si pela ampliação e reconhecimento de sua representação e força simbólica nesses campos. O funcionamento do campo comporta uma “autonomia relativa, com lógicas e possibilidades próprias, específicas, com interesses e disputas irredutíveis ao funcionamento de outros campos.” (CATANI, 2011, p. 192).

O conceito de campo, assim como é utilizado por Bourdieu, ao nosso entender, está intimamente ligado às descobertas realizadas pela virada pragmática, tendo como um dos seus principais idealizadores Wittgenstein (BOURDIEU, 2004; OLIVEIRA, 2007; GRENFELL, 2004), o qual, nas “Investigações filosóficas”, introduz o conceito de jogos de linguagem e o significado como sendo o uso de uma determinada palavra em um determinado contexto. A linguagem passa a ser entendida como um “jogo linguístico (*Sprachspiel*)”, um conjunto de regras, e “exprime não um mundo das coisas, mas nossa atividade sobre as coisas e com as coisas. O significado não é mais o objeto, mas o uso da palavra.” (ROVIGHI, 2001, p. 485-486, grifo da autora). Por esse ângulo, a linguagem deixa de ser vista como “sistema abstrato de precondições quase transcendentais para a representação, passando a encará-la como parte das práticas humanas, como parte de uma forma de vida.” (GLOCK, 1997, p. 30).

Pontuada essa questão, para ter legitimidade num mercado linguístico, que é variável a depender do campo, com suas convencionalidades e usos, não basta dominar as estruturas gramaticais ou possuir a competência presumida no sentido do gerativismo chomskiano, o que importa é que haja um agente autorizado no campo com os recursos simbólicos que produzam as credenciais de legitimação, que também são simbólicas. Bourdieu (2008, p. 42) afirma que “a competência suficiente para produzir frases suscetíveis de serem compreendidas pode ser inteiramente insuficiente para produzir frases suscetíveis de serem escutadas”. O agente autorizado utiliza a linguagem, ajustada a dado campo, de forma que as palavras terão êxito através desse agente “empossado”, ou seja, o “poder das palavras é apenas o poder delegado do porta-voz”. (BOURDIEU, 2008, p. 87). Tal afirmação revela a importância que Bourdieu dá às condições institucionais nas quais os discursos são ofertados e ao porta-voz autorizado no campo. Ele intitula de “ilusão do comunismo linguístico” o entendimento segundo o qual a competência social para falar é ofertada a todos. (BOURDIEU, 2003; 2006; 2008). Essa circulação linguística é operada, conforme o pensador, “entre o produto linguístico oferecido por um locutor socialmente caracterizado e os produtos simultaneamente propostos num espaço social determinado. [...] o produto linguístico só se realiza completamente como mensagem se for tratado como tal, isto é, decifrado”. (BOURDIEU, 2008, p. 24).

A linguagem é concebida como própria de uma construção social, portanto, não há palavras “mágicas”, estruturas sintáticas perfeitas, padrão modelar que seja um passaporte para quaisquer bem-sucedidas interações. Mantendo essa negação da existência de palavras mágicas, *per si*, o mercado linguístico corrobora ao expurgar uma competência não apreciada no campo, pois “uma competência não tem valor a não ser enquanto exista para ela um mercado.” (BOURDIEU, 2003, p. 131).

Para fortalecer a ideia do agente autorizado e de que as palavras só possuem um valor dentro de um mercado linguístico, apresentamos algumas considerações de Bourdieu (2003, p. 128) a respeito da concepção sofista de *kairós*. Ele assinala que os sofistas eram “professores do uso da palavra, sabiam que não bastava ensinar as pessoas a falar, mas que era necessário, além disso, ensiná-las a falar a propósito. [...] *Kairós*, na origem, é mira do alvo.” (BOURDIEU, 2003, p. 128). *Kairós* é um processo contínuo de ajustamento da produção de sentido na linguagem. (WHITE, 1987). Justamente nisso reside o ponto mais abrangente: “falar a propósito” pode evitar as sanções do campo e do mercado linguístico, pois “[...] cada campo especializado, o campo filosófico, o campo religioso, o campo literário, dentre outros, tem suas próprias leis e tende a censurar as falas que não estão em conformidade com essas leis.” (BOURDIEU, 2003, p. 138). Por isso, o agente autorizado, além de precisar ser percebido como capaz de proferir as palavras, precisa utilizar o discurso ajustado a dado campo e situação: o *Kairós*, “falar a propósito”. Dito de outro modo, não há uma vida além da utilização. Bourdieu faz uma alusão à questão do *skeptron* (cetro) dos textos de Homero.¹ Quem possuía o cetro estava legitimado a falar; sua fala seria ouvida e apreciada. Assim, “buscar na linguagem o princípio da lógica e da eficácia da linguagem institucional é esquecer que a autoridade de que se reveste a linguagem vem de fora” (BOURDIEU, 2008, p. 87), ou seja, das condições sociais de produção.

Segundo ele (BOURDIEU, 2003, p. 128), o *habitus* linguístico é “produto das condições sociais” e não é simplesmente a produção de discurso e, sim, “produção de um discurso ajustado a um mercado ou a um campo”. Para que isso ocorra, há uma transposição de esquemas que é fruto do *habitus*, que Bourdieu define como

[...] um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações — e torna possível a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças à transferência analógica de esquemas, que permitem resolver os problemas da mesma forma, e às correções incessantes dos resultados obtidos, dialeticamente produzidos por esses resultados. (BOURDIEU, 1983, p. 65).

Conforme Cunha (2015, p. 47), Bourdieu destaca que o agente “pode realizar a ‘transposição de esquemas’ em busca de distinção e valorização dentro de um mercado”. Essa transposição de esquemas, que é fruto do *habitus*, refere-se às ideias e representações que constituem a subjetividade dos indivíduos, seus esquemas mentais, produzindo predisposições para a ação, sem que precisem de um cálculo anterior, simplesmente essas “predisposições” atuam e são adquiridas ao longo das trajetórias sociais das pessoas no(s) campo(s). Essa é a força do conceito de *habitus* em Bourdieu (1998, p. 158; 2003; 2004), pois ele é o que viabilizará a utilização da linguagem “além das frases gramaticalmente corretas”, mas como “a possibilidade de utilizar, de maneira coerente e adaptada, uma infinidade de frases num número infinito de situações”. Com isso, o *habitus* não se limita à representação de condicionamentos sociais, mas abre espaço para o lado dinâmico do agente, agindo com improviso e criatividade sobre a estrutura social. (BOURDIEU, 2004).

Sendo assim, cada campo procura apresentar a sua estrutura linguística como válida, coerente e fundamental, e o agente incorpora essas matrizes de percepção — o *habitus* — movimentando seu capital linguístico, e falar em capital linguístico “é dizer que há ganhos linguísticos”. (BOURDIEU, 2003, p. 130). Os campos decidem o que é apropriado e inadequado no seu mercado, protegem seu *habitus* e garantem a manutenção do prestígio através das “estruturas do mercado linguístico, que se impõem como um sistema de sanções e de censuras específicas”. (BOURDIEU, 2008, p. 24). Essa composição de sanções e censuras, que comporta a eficácia do discurso e sua competência estatutária dentro de contextos sociais, é explicada por Bourdieu através da concepção de forças simbólicas que

¹ Conforme breve explicação sobre a simbologia do cetro, Diniz (2010, p. 10) destaca que: “Na reunião de uma assembleia entre os aqueus, era costume erguer-se um cetro para pedir a palavra. O cetro, símbolo de poder e comando, era também o símbolo da passagem da palavra, pois, de certo modo, ter a palavra era ter o comando”.

impõem critérios de avaliação no mercado. Assim, construído um capital linguístico, constituiu-se o mercado linguístico, com seu poder simbólico, atuando como “moeda”. Dessa forma, haverá pessoas com mais capital do que outras. Sobre essa questão, Freitas afirma que

Bourdieu constrói toda uma teoria sobre economia das trocas linguísticas, erguendo o conceito de capital linguístico, que funciona dentro do mercado linguístico, com trocas desiguais (como em qualquer mercado), favorecendo os agentes possuidores de maior capital, deixando em desvantagem os carentes do capital exigido em mercados específicos [...]. O jornal concede voz a alguém que dispõe de capital linguístico/simbólico, claro também capital empírico. (FREITAS, 2012, p. 17).

Uma vez que determinados campos consolidam seu capital linguístico, “eles irão gastar certo esforço para garantir que esse recurso permaneça valioso (pense na maneira como um cartel, como o cartel de diamantes, restringe o acesso para diamantes para manter seu valor alto).”² (MEYERHOFF, 2006, p. 148). Bourdieu (2007; 2008) compreende essa composição do mercado, que busca sempre sua consolidação, como uma “estrutura estruturante” — ou seja, uma relação que pode sofrer alterações, dado o ininterrupto contexto de mobilização de lutas simbólicas visando ao fortalecimento, à sobrevivência e à abertura de espaços de novos capitais. A concepção bourdesiana de “estrutura estruturante” permite-nos entender a relação do agente com a estrutura (respectivamente, subjetivista e objetivista) como um movimento de mão dupla que contempla uma ação do agente sobre a estrutura e da estrutura sobre o agente.

As lutas no campo e entre os campos afastam a ideia de comportamentos automatizados, mas possibilitam uma visão orientada a “disposições para ação” que concebem uma mobilidade direcionada dentro de dada estrutura social que leva o agente a agir de uma maneira e não de outra. Mesmo assim, a busca pelo pertencimento a um dado campo e mercado, uma vez conquistado, conforme mencionamos, não transforma isso em pacificidade ou ausência de tensões, pois os embates e contendas, dentro da estrutura, continuam e são característicos de qualquer espaço social na luta permanente pelo espaço de prestígio, distinção e reconhecimento.

2 Mercado linguístico: discurso político e mídia

Bourdieu tem uma conhecida e extensa pesquisa sobre mídia e política (MORATO; BENTES, 2002; MYLES, 2010; THOMPSON, 2011; 2002) e aplicou esse instrumental para explicar as lutas sociais e os meios de intervenção crítica nos espaços de poder. (NOGUEIRA; NOGUEIRA, 2004). É fato que as pesquisas desenvolvidas por Bourdieu inspiram vários estudiosos da mídia na contemporaneidade. Hallin e Mancini (2004) usam sua “teoria do campo” como base para a comparação entre os sistemas nacionais de mídia. Thompson (2011, p. 37), em seu livro **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**, faz referência à leitura bourdesiana quando afirma que “os indivíduos se situam em diferentes posições dentro destes campos, dependendo do tipo e da quantidade de recursos disponíveis para eles”. Dessa forma, utilizar o instrumental teórico de Bourdieu para analisar fenômenos midiáticos e políticos, em última análise, é um ato crítico por excelência.

Sobre a questão do mercado linguístico constituído na política, Bourdieu (2007, p. 185) menciona que, “[...] em política, ‘dizer é fazer’, quer dizer, fazer crer que se pode fazer o que se diz”, de forma que a legitimidade do discurso político depende não necessariamente de seu conteúdo, ou que retrate uma verdade absoluta, “mas de seu poder simbólico, portanto de sua capacidade de conquistar adeptos e de ser por eles aceito como legítimo”. (SILVA, 2005, p. 187). Para Bourdieu (2007, p. 7),

2 Tradução livre dos autores. No original: “[...] they will expend a certain amount of effort in making sure that this resource remains valuable (think of the way a cartel, like the diamond cartel, restricts access to diamonds to keep their value high).”

o poder simbólico é o “poder invisível, o qual só poderá ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem”. O exercício do poder simbólico é fundamental para os fins do exercício de legitimação “pactuada”, pois só com esse consentimento é possível ter existência em “sociedades democráticas, em que o poder tem que ser consensualmente aceite, e não o é nos regimes autoritários ou ditaduras, em que o mesmo é imposto”. (GOUVEIA, 2009, p. 185).

O mercado linguístico, constituído por representações simbólicas de um *habitus*, aumenta a probabilidade de os agentes adotarem atitudes semelhantes numa adesão aos bens simbólicos, movidos pelo capital linguístico, que tem como combustível o fortalecimento dos seus referenciais ideológicos. O intercâmbio linguístico (troca, moeda) na economia linguística desaguará nos discursos, que “não são mais do que os movimentos práticos com os quais os sujeitos que intervêm no mercado linguístico” adaptam-se “às leis de formação de valores e ao tempo de colocação em prática”. (ALONSO, 2004, p. 218). Dessa maneira, o discurso político precisa atender às expectativas de diversos campos, e, conforme afirma Silva (2005, p. 197), os produtores do discurso político atendem “não só às ‘necessidades internas’ do campo político, mas também às ‘necessidades externas’ dos agentes exteriores ao campo, não especializados na tarefa de produzir discursos políticos”. Os agentes que estão dedicados à produção de discurso político buscam converter um maior número de adeptos ou simpatizantes via produção de sistemas simbólicos.

Essas forças simbólicas, mobilizadas no discurso político, encontram tradução em notícias e reportagens da mídia impressa e virtual, numa mídia que participa ativamente da articulação, distribuição e relocação dessas forças em busca de alinhar *habitus* linguístico e mercado linguístico. Sendo a mídia uma grande vitrine desse mercado, Thompson (2011, p. 19) alerta para esse movimento segundo o qual a “vida política se desdobra em um ambiente de informação em que a capacidade de revelar e esconder, de fazer coisas visíveis ou evitar que outros o façam [...]”, é de difícil controle. Como exposto por Thompson, nós temos atualmente uma farta oferta desses produtos simbólicos, cada vez com o uso de recursos simbólicos mais sofisticados. Todo esse conjunto de interesses e jogo é ofertado através do consumo de notícias.

Assim, ser capaz de opinar, criticar, dialogar, ver além do óbvio, ler nas entrelinhas das notícias com criticidade e, assim, exercer sua cidadania traduz bem a concepção do letramento midiático, que é “uma forma de ‘empoderar’ a cidadania e como a chave para o desenvolvimento pleno da liberdade de expressão e do direito à informação”. (CAPRINO *et al.*, 2013, p. 16). O letramento midiático, diante do intenso fluxo de informações que circulam em diversas plataformas de comunicação, faz-se necessário para o exercício de uma atitude crítica, esclarecedora, que evite que o cidadão seja vítima de um sistema complexo, sutil e sofisticado de mobilização de bens simbólicos. Apropriar-se dessa ferramenta significa poder exercer a liberdade de expressão crítica, situada num contexto democrático, caracterizada pela pluralidade de visões e diversidade de interesses e objetivos, significa, ainda, ter clareza sobre a função da mídia nos múltiplos espaços de luta pelo poder simbólico, sobre sua parcialidade e estreita ligação com os que detêm o poder sobre o capital simbólico, sua produção e distribuição.

Dessa forma, a prática de um letramento crítico “permite, instiga, promove e encoraja o opinar, o criar, o recriar, o escutar, o contestar, o negociar, o respeitar opiniões, o integrar vivências” (EFKEN; CUNHA, 2016, p. 61), alcançando seu objetivo principal que é a aquisição de competências que possibilitarão aos leitores “participarem na economia, na cultura e na política, em âmbitos local, nacional e global”. (KELLNER, 2004, p. 14).

3 Análise do *corpus*: reportagem do Jornal Comércio

O *corpus* deste trabalho tem como unidade de análise o discurso do deputado Eduardo da Fonte, publicado em 19 de abril de 2016, na plataforma *on-line* do **Jornal do Comércio**,³ na reportagem intitulada “Dudu da Fonte diz que colocar filho de 15 anos para ‘votar’ no plenário é natural”.⁴ O **Jornal do Comércio**, fundado em 1919, é editado em Recife e é propriedade do Sistema Jornal do Comércio de Comunicação, braço midiático do Grupo JCPM, do qual também fazem parte a Rádio Jornal, a TV Jornal, o portal NE10, além de outros meios de comunicação. É o maior periódico do estado e também um dos maiores do país. Uma reportagem de 2016 afirma que a versão *desktop* do **JC on-line** atrai uma média de 600 mil visitantes únicos e rende quatro milhões de *pageviews* (número de acessos de páginas) por mês.

Nosso trabalho é de cunho qualitativo com base na metodologia da análise do conteúdo. Para compor o modelo metodológico, seguimos as dimensões propostas por Bardin (2015), Bauer e Gaskell (2007) e Silverman (2009). De acordo com Bardin (2015), a análise do conteúdo se configura como um conjunto de ferramentas metodológicas que, ao serem aplicadas aos conteúdos, produz inferências baseadas na exploração das informações e destaca a relevância de um rigor com a finalidade de atingir o que, de fato, é questionado. Silverman (2009, p. 149) pontua que a análise do conteúdo é “um método aceito de investigação textual, sobretudo no campo das comunicações de massa”, orientação essa que é reverberada por Colbari (2014, p. 254) quando afirma “talvez seja mais apropriado tomá-la como conjunto de técnicas de análise das comunicações”, de modo que reforça a proposta da análise do conteúdo que visa a compreender o sentido simbólico do texto, baseando-se em pressupostos teóricos adotados e realizando as inferências. Segundo Colbari (2014, p. 249), “é necessário lidar também com as intenções, as representações, os símbolos e as referências — os estados mentais — dos sujeitos”. Esse ponto é aludido por Campos (2004, p. 613) quando ressalta que as inferências da análise do conteúdo são embasadas “com pressupostos teóricos de diversas concepções de mundo e com situações concretas”.

Os dados da reportagem “Dudu da Fonte diz que colocar filho de 15 anos para ‘votar’ é natural” foram analisados, tendo por base o agrupamento de trechos (BARDIN, 2015; FRANCO, 2005) da reportagem por temáticas oriundas dos conceitos de Pierre Bourdieu. A opção pela análise categorial se sustenta no fato de a concebermos como uma alternativa robusta para estudar valores, opiniões, atitudes e crenças, através de dados qualitativos. (SILVA; FOSSÁ, 2013). Dessa forma, para análise da reportagem “Dudu da Fonte diz que colocar filho de 15 anos para ‘votar’ é natural”, agrupamos os trechos em três categorias: Representatividade, Mercado linguístico e *Habitus*. As categorias encontram-se designadas na Tabela 1, a seguir:

3 www.jconline.ne10.uol.com.br

4 <http://jc.ne10.uol.com.br/blogs/pingafogo/2016/04/19/15565/>

Tabela 1 - Categorias do *corpus*

CATEGORIAS	SELEÇÃO DOS TRECHOS DA REPORTAGEM
Representatividade	“Ele disse sim, eu disse também.”
	“Não é proibido botar ele para votar.”
	“O que aconteceu é uma questão partidária.”
	“O partido fechou questão.”
	“Recebi mais de 300 mil mensagens.”
	“Eu sou um cara de partido e tenho que acompanhar o partido. Não foi uma decisão individual.”
	“O pessoal do colégio, os amiguinhos dele todos.”
Mercado linguístico	“É um adolescente, representa os amigos dele do colégio.”
	“Os amigos perguntavam a ele todo dia pelo meu voto.”
	“O pessoal do futebol, do grupo do WhatsApp pressionando, ligando para ele, falando com ele.”
	“Eu sigo o partido e as consultas que fiz. A repercussão foi totalmente positiva para mim.”
	“Nas minhas campanhas, ele participa do meu lado, gosta de interagir. Não vejo problema nenhum nisso.”
Habitus	“Todo mundo pedindo na rua para votar sim.”
	“As pessoas que criticam são um monte de invejosos, que não têm votos.”
	“Aí a gente vota e o povo ainda fala da gente?”
	“É gente que não tem o que fazer e que não tem voto.”
	“Se eu votasse contra eu estava sendo elogiado?”
	“Colaborei com o governo em assuntos importantes, mas dessa vez o partido fechou questão.”

Fonte: Elaborada pelos autores.

Postas as três categorias, seguiremos com as análises:

1) Representatividade

O deputado federal foi eleito pelo voto para representar e defender os interesses dos seus eleitores e os da população em geral, e tal representatividade não pode ser delegada a terceiros, senão pelo sistema de suplência, guardadas as orientações legais estabelecidas pelo próprio sistema eleitoral brasileiro. Esse *modus* remonta à ideia do cetro, mencionada por Bourdieu, que confere a um agente autorizado o direito à fala, à escuta e a ser escutado e respeitado. O cetro foi dado a ele, por meio dos votos conquistados e da ata de posse do cargo de deputado. No momento do voto, momento kairológico, o deputado exerce, ele e não outro, o seu direito de falar, apreciar e votar com autoridade, como agente autorizado. O voto, ao ser emitido pelo filho do deputado, de 15 anos, “na hora do *impeachment*” (“*kairós*”), não teria valor algum, mesmo que as palavras tivessem sido ditas claramente e numa estrutura gramatical e verbal correta. Para Bourdieu, as palavras não têm vida própria a não ser dentro de um campo que as justifique. Nesse caso, a Câmara Federal não é um campo que justifique a fala na tribuna oficial, sobretudo, numa votação de um processo de afastamento de uma presidenta eleita por voto popular, de uma pessoa (adolescente) de 15 anos, sendo, inclusive, a sua idade mesma um critério de ilegibilidade para a função de representatividade, ou seja, ele não possui o direito de ser votado, eleito ou tornar-se agente autorizado na Câmara Federal. Nos trechos

que selecionamos, nesta categoria, percebemos o esforço que o deputado realiza para mobilizar diversos campos, provocando conflitos e tensões entre as “lógicas” que articulam e organizam cada campo: a) quando menciona que “ele disse sim, eu disse também”, referindo-se ao “dito” do filho como determinante em sua escolha, situa a sua escolha e decisão no âmbito familiar, o que faz ressoar uma velha tradição na política brasileira, de “fazer” política em termos particulares e de interesses familiares; b) quando afirma “que não é proibido botar ele para votar”, apesar de ser proibido, mostra postura prepotente e de desprezo pelo que é normatizado e regulamentado; c) ao mencionar que se tratou de uma questão partidária, “o partido fechou questão”, “sou um cara de partido”, transfere a responsabilidade pela escolha ao partido, disfarçando retoricamente uma prática comum da política brasileira, na qual a fidelidade a um partido nunca representou valor algum, uma vez que os partidos não se apoiam em um programa; d) fez questão de se referir ao público mais amplo, como relevante, que orientara sua escolha, o que efetivamente se revela irrelevante, visto que a opinião pública, aparentemente respeitada, não condiz com o restante da argumentação do deputado, tendo sido sempre, apenas, massa de manobra; e) ao afirmar que “a repercussão foi totalmente positiva para mim”, o deputado mostra seus verdadeiros interesses, tudo gira em torno de uma política personalista e de promoção da própria imagem. Tudo se reduz a um jogo com forças simbólicas, jogo de capitais simbólicos no mercado linguístico, não é o que efetivamente é, o que interessa, mas o que pode ser alcançado por meio da manipulação da opinião pública.

2) Mercado linguístico

Conforme mencionamos, o mercado linguístico é constituído de campos que estão em disputas pelo fortalecimento e manutenção de seu poder e o fazem utilizando todo o potencial de suas estruturas simbólicas. O que dá suporte para impor as relações de força entre os agentes (indivíduos e grupos) e as instituições que lutam pela hegemonia, isto é, o monopólio da autoridade, é o poder de ditar as regras e de repartir ou concentrar o mercado simbólico construído daquele capital (BOURDIEU, 1998; 2003; 2007). No seu discurso, o deputado Eduardo mobiliza todos os recursos simbólicos disponíveis no campo da política, e, nele, ele é rico em capital específico e reconhecido pelos seus pares, o que contribui para manter seu prestígio, reconhecimento e autoridade, revelados em suas respostas: a) “É um adolescente, representa os amigos dele do colégio.” O deputado acessa um campo simbólico reconhecido pela sociedade, o da instituição “escola”, o da educação, além de introduzir outra força simbólica, a da “amizade” entre alunos de um colégio, ou seja, ele faz apelo a valores tidos e defendidos como nobres e de um nível elevado, empoderando o seu filho adolescente como portador de uma bandeira extremamente valorizada na sociedade, a da formação de jovens, numa instituição socialmente estruturante e promotora de solidariedade e de civilidade, atribuindo, dessa maneira, certa legitimidade à sua intenção de transferir seu voto ao filho; b) “O pessoal do futebol, do grupo do WhatsApp pressionando, ligando para ele, falando com ele.” Novamente, o deputado tenta mobilizar forças simbólicas que fazem parte do imaginário coletivo brasileiro, o futebol como esporte nacional e fonte de orgulho e prestígio. A referência ao WhatsApp, sem dúvida, introduz um elemento novo no discurso, o da comunicação, evocando o poder desse novo ambiente de interação e de discussão virtual, espaço privilegiado de uma nova fala e que simula construções democráticas de vontades e de opiniões. Não pode passar despercebida a construção, por parte do deputado-pai, de um deputado-filho, o qual é pressionado, consultado, com o qual as pessoas falam e para o qual ligam, o jovem está sendo caracterizado como líder e articulador de forças simbólicas, o que torna tudo isso natural: “Nas minhas campanhas, ele participa do meu lado, gosta de interagir”; c) “Eu sigo o partido e as consultas que fiz. A repercussão foi totalmente positiva para mim.” O mercado linguístico tem suas leis de produção, censuras e vetos. Os diferentes

produtos linguísticos recebem um valor. Nesse trecho, o deputado enfatiza que “segue o partido”, “fez consultas” (contato com as bases) e foi aprovado, portanto, votar a favor do *impeachment* é nada mais que natural e justificado. Mesmo assim, o voto do filho é percebido como não apropriado no campo político específico, o da Câmara Federal, desagradado confirmado pelo “pito que levou do presidente da Câmara Federal Eduardo Cunha (PMDB)” e, posteriormente, nos bastidores, pelas críticas de políticos de diversos partidos, ridicularizando sua atitude. Como afirma Bourdieu (2003, p. 138), o campo “tende a censurar as falas que não estão em conformidade com essas leis”; d) Ao afirmar: “Nas minhas campanhas, ele participa do meu lado, gosta de interagir. Não vejo problema nenhum nisso”, evidencia-se uma velha prática política brasileira, a de garantir a herança política da família, tornando o filho herdeiro do capital simbólico construído pelo pai. Nada mais justo que o jovem adolescente ser representante do eleitorado do pai, pois o filho pensa exatamente como ele, participa das campanhas (“do meu lado”) e “gosta de interagir”, o interagir, neste caso específico, pode estar se referindo a gostar do povo, sendo um garoto que gosta de falar com o povo. O deputado utiliza o mercado linguístico e os capitais disponíveis como forma de manutenção e legitimação do poder, indicando seu filho como dotado de competências linguísticas e simbólicas para ser, no futuro, o seu sucessor e, portanto, um “homem público”.

3) *Habitus*

A categoria *habitus* nos servirá nesta terceira etapa de análise. 1) *Habitus* como princípio gerador de ações e produto das condições sociais: “Todo mundo pedindo na rua para votar sim.” Quando ele utiliza a expressão “todo mundo pedindo”, remonta-nos à concepção de acatar as regras da vontade do eleitor (aquele que está “na rua”), ou seja, sua conduta é dirigida pela vontade popular e segue a expectativa do *habitus* da conduta do homem público eleito pelo povo. A expressão “todo mundo” indica uma generalização, como se existisse um “*habitus* de rua”, um sistema de disposições duráveis e transponíveis, capazes de gerar e organizar práticas e representações. Além disso, quando usa a expressão “[...] pedindo na rua para votar sim”, transmite a ideia de proximidade física com seu eleitorado, eles estão na rua e o político também estaria lá para ouvi-los, conforme se espera do *habitus* de um político. Chama a atenção, ainda, a “inversão” de uma prática política no Brasil, pois são os políticos que costumam “pedir votos” e não os eleitores, o deputado produz um “clamor popular” e se coloca como aquele que “escuta a voz do seu povo”; 2) O *habitus* como possibilitador da realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças à transferência analógica de esquemas. “As pessoas que criticam são um monte de invejosos, que não têm votos.” Nessa afirmação, o deputado se distancia dos “outros”, os desqualifica, os reduz a “um monte de invejosos” e joga com todo o seu capital simbólico e social acumulado, pois ele é um político com votos, portanto com autoridade para falar e decidir. Fica evidente o uso de referenciais simbólicos de valia no seu campo político, a saber, seu eleitorado (Eduardo da Fonte tem votação expressiva em Pernambuco), desencadeando, assim, um processo complexo de articulações possíveis de forças simbólicas atuantes no e entre campos; 3) O *habitus* linguístico como produto das condições sociais e produção de um discurso ajustado a um mercado ou a um campo. “Aí a gente vota e o povo ainda fala da gente?” O deputado movimenta, através de um *habitus* linguístico coloquial (“[...] ainda fala da gente?”), a ideia de pertencimento a camadas populares e de adesão aos bens simbólicos populares através do uso de expressões do dia a dia da população, empoderando, assim, seu discurso político. Essa mesma característica é notada em outra fala: “É gente que não tem o que fazer e que não tem voto.” Ele recorre, novamente, ao uso de expressões do dia a dia das classes populares, dessa forma, ajusta seu discurso ao campo e mercado simbólicos de seus eleitores; 4) *Habitus* como garantia e manutenção do prestígio. “Se eu

votasse contra eu estava sendo elogiado?” O campo, através da proteção e fortalecimento de seus *habitus*, forma seu mercado linguístico, no qual se reproduzem estruturas simbólicas de poder. Isso é revelado na pergunta do deputado (“[...] estava sendo elogiado?”), que, mais uma vez, mobiliza o poder do seu eleitorado (moeda de peso no mercado simbólico) e ganha prestígio, legitimidade e reconhecimento; 5) O *habitus* como possibilidade de utilização, de maneira coerente e adaptada, de uma infinidade de frases num número infinito de situações. “Colaborei com o governo em assuntos importantes, mas dessa vez o partido fechou questão.” O deputado constrói uma estrutura linguística que possibilitou a apreciação de apoio a ideologias partidárias diferentes: aliados e oposição. Como diz Bourdieu, o discurso político não depende necessariamente de seu conteúdo, “mas de seu poder simbólico, portanto de sua capacidade de conquistar adeptos e de ser por eles aceito como legítimo”, temos aqui o uso, de maneira coerente e adaptada, de bens simbólicos (ideológicos) com a finalidade de aumentar a probabilidade de apoio de adeptos e simpatizantes, que atribuam ao seu discurso legitimidade.

Considerações finais

A política é um campo discursivo e simbólico caracterizado e mobilizado por lutas, conflitos, contradições, manipulação, tudo em função da obtenção de sempre mais capital simbólico no mercado linguístico. A mídia não somente se nutre desse cenário discursivo, mas contribui, decisivamente, para sua produção, reprodução, manutenção e distribuição, ela está umbilicalmente ligada à esfera política e aos agentes políticos, ambos os envolvidos empenhados em manter o cordão umbilical intacto, mas lutando pelo controle do fluxo do capital simbólico.

A reportagem sobre o voto do deputado Eduardo da Fonte a favor do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, transferindo o voto ao seu filho de 15 anos, representa bem o que afirmamos, pois gerou polêmicas e críticas, não somente no meio dos seus colegas deputados, mas na imprensa e nas redes sociais, evidenciando, em parte, o ato inusitado do político, pois contrastou com a seriedade e gravidade do acontecimento na vida pública brasileira e com o poder simbólico que representava e mobilizava.

O pensador Pierre Bourdieu oferece categorias de análise que possibilitam a compreensão da complexidade do evento comunicativo realizado no campo da política brasileira, mais especificamente, da política partidária exercida na instituição Câmara dos Deputados, arena de lutas pelo capital simbólico, político, econômico e social.

As três categorias de análise utilizadas revelam toda a complexidade do mercado simbólico político e uma prática sofisticada de trocas de bens simbólicos, com o objetivo de defender e manter campos específicos de poder e de hábitos herdados e constantemente ressignificados, em função da manutenção e continuação do controle sobre o capital simbólico disponível.

Fica visível, também, a relação dialética entre as estratégias discursivas articuladas pelo deputado e a dinâmica própria da vida política brasileira, o que, no caso da transferência do voto do deputado ao filho e de toda a construção discursiva da justificação de tal escolha, mobiliza forças simbólicas inerentes ao contexto social, político, cultural, jurídico e histórico brasileiro, uma vez que se tratava da destituição da presidenta de uma república, afetando, assim, todo um sistema político baseado no princípio da democracia e da representação.

A análise mostra, ainda, uma rede complexa de conexões discursivas atuantes na vida política e na própria história do Brasil, desocultando jogos de poder e forças antagônicas operantes na sociedade brasileira, como estrutura estruturada e estruturante, dando prova tanto da necessidade de mudanças como das possíveis resistências a qualquer tentativa de transformação do *status quo*.

Pierre Bourdieu oferece ao leitor de notícias, ao cidadão atento aos acontecimentos comunicativos articulados no cenário político, um conjunto de categorias de análise que o torna capaz de não somente identificar, mas, também, compreender como, nos diversos campos simbólicos, são travadas lutas por capitais disponíveis. Isso possibilita ao cidadão entender a si mesmo como integrado numa estrutura de poder e de forças sociais que, por um lado, o determina e imobiliza, por outro lado, o desperta para novas experiências e novas práticas de participação na produção, distribuição e consumo dos capitais simbólicos.

Referências

- ALONSO, Luís Enrique; BOURDIEU, Pierre. El lenguaje y la comunicación: de los mercados lingüísticos a la degradación mediática. In: PESTAÑA, José Luís Moreno; ALONSO, Luís Enrique; CRIADO, Enrique Martín. (Org.). **Pierre Bourdieu: las herramientas del sociólogo**. Madrid: Editorial Fundamentos, 2004. Cap. 7, p. 215-254.
- BALTAR, Marcos. **Rádio escolar: letramentos e gêneros textuais**. Caxias do Sul: Educs, 2013.
- BARDIN, Laurence. **Análise do conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2015.
- BAUER, Martin; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: manual prático**. 2.ed. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Tradução de Miguel Serras Pereira. Lisboa: Fim de Século, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **Coisas ditas**. Tradução de Cássia Silveira e Denise Pegorin. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2006.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 11.ed. Tradução de Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas linguísticas: o que falar quer dizer**. Tradução de Sérgio Miceli. São Paulo: EDUSP, 2008.
- BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais: língua portuguesa**. Brasília: Secretaria de Educação Fundamental, 1997.
- CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Rev. Bras. Enferm.**, Brasília (DF), p. 611-614, set./out. 2004.
- CAPRINO, Mônica Pegure *et al.* Mídia e Educação: a necessidade do multiletramento. **Comunicação e inovação**, São Caetano do Sul, v. 14, n. 26, p.13-19, jan./jun. 2013.
- CATANI, Afrânio Mendes. As possibilidades analíticas da noção de campo social. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 32, n. 114, p. 189-202, jan./mar. 2011.
- CHAPMAN, Siobhan; ROUTLEDGE, Christopher. **Key thinkers in linguistics and the philosophy of language**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005.
- COLBARI, Antônia. A análise de conteúdo e a pesquisa empírica qualitativa. In: SOUZA, Eloisio Moulin de. (Org.). **Metodologias e analíticas qualitativas em pesquisa organizacional: uma abordagem teórico-conceitual**. Vitória: EDUFES, 2014. Cap. 9, p. 241-272.
- CUNHA, Alexcina Oliveira Cirne Vieira da. **A melhoria do capital linguístico de surdos associados da comunidade religiosa das testemunhas de Jeová**. 2015. 148 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Universidade Católica de Pernambuco, Recife, 2015.
- DINIZ, Fábio Gerônimo Mota. **A passagem do cetro: aspectos dos personagens Héracles e Jasão na argonautica de Apolônio de Rodes**. 2010. 102 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Literários) - Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2010.
- EFKEN, Karl Heinz; CUNHA, Alexcina Oliveira Cirne da. A leitura interacional e formação do leitor competente. **Intersecções**, edição 20, ano 9, n. 3, p. 51-65, nov. 2016.

- FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de conteúdo**. 2.ed. Brasília: Liber Livro Editora, 2005.
- FREITAS, Celma. A prática em Bourdieu. **Revista científica FacMais**, v. I, n. I, p. 5-22, 1º sem. 2012.
- GLOCK, Hans-Johann. **Dicionário Wittgenstein**. Tradução de Helena Martins. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1997.
- GOUVEIA, Regina. **A interação entre o universo político e o campo da comunicação: a imprensa e as elites beirãs (1900-1930)**. Covilhã: LabCom, 2009.
- GRENFELL, Michael. **Pierre Bourdieu: agent provocateur**. London: Continuum, 2004.
- HALLIN, Daniel; MANCIN, Paolo. **Comparing media systems: three models of media and politics**. New York: Cambridge University Press, 2004.
- KELLNER, Douglas. Technological transformation, multiple literacies, and the re-visioning of education. **E-Learning and digital media**, Oxford, v. 1, n. 1, p. 9-37, 2004.
- KRIPPENDORFF, Klaus. **Content analysis: an introduction on its methodology**. 2.ed. London: Sage Publications, 2004.
- MEYERHOFF, Miriam. **Introducing sociolinguistics**. New York: Routledge, 2006.
- MORATO, Edwiges; BENTES, Anna Christina. Das intervenções de Bourdieu no campo da linguística: reflexões sobre competência e língua legítima. **Horizontes**, Bragança Paulista, v. 20, p. 31-48, jan./dez. 2002.
- MYLES, John F. **Bourdieu, language and the media**. New York: Palgrave Macmillian, 2010.
- NOGUEIRA, Maria Alice; NOGUEIRA, Cláudio Marques Martins. **Bourdieu e a educação**. 3.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- OLIVEIRA, Flaubert Mesquita de. **Wittgenstein e Bourdieu: diálogos para uma sociologia prática**. 2007. 217 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2007.
- ROVIGHI, Sofia Vanni. **História da filosofia contemporânea: do século XIX à neoescolástica**. 2.ed. Trad. Ana Parischi Capovilla. São Paulo: Edições Loyola, 2001.
- SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. **Qualit@s Revista Eletrônica**, v. 17, n. 1, p. 1-14, 2013.
- SILVA, José Otacílio da. A produção de discursos políticos na visão de Pierre Bourdieu. **Tempo da ciência**, p. 187-200, 1º sem. 2005.
- SILVERMAN, David. **Interpretação de dados qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações**. 3.ed. Tradução de Magda França Lopes. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2011.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis, 2002.
- WHITE, Eric Charles. **Kaironomia: on the will-to-invent**. London: Cornell University Press, 1987.

Sentidos do enunciado verbovisual em pôsteres publicitários de **Bastardos inglórios**

Grenissa Bonvino Stafuzza*

Resumo

A perspectiva do Círculo de Bakhtin adota uma abordagem que considera os enunciados em seus múltiplos planos de expressão (verbal, musical, visual) e, assim, observa seus objetos no limite do campo cultural, como modalidade dialógica nas diversas esferas de atividades humanas. Neste estudo, ao elegermos cinco pôsteres publicitários estadunidenses do filme **Bastardos inglórios** (*Inglourious basterds*, 2009), de Quentin Tarantino, pretendemos analisar o enunciado verbovisual situado em uma esfera midiática, qual seja a de publicidade de filme, em seus diálogos com a história e com a literatura, especialmente, com os contos de fadas, mostrando os possíveis sentidos que emanam do gênero em estudo.

Palavras-chave: Círculo de Bakhtin. Enunciado verbovisual. Gênero pôster publicitário de filme. **Bastardos inglórios**.

The verbvisual utterance senses of the verbvisual utterance in publicity posters of *Inglourious basterds*

Abstract

The Bakhtin Circle's perspective understands that the verbal communication is not separated from other forms of communication, non-verbal character. This means that all verbal communication involves extra verbal elements to be shared between the interlocutors to make the verbal interaction effective. From this perspective, we analyze the senses of verbal-visual enunciation in five US publicity posters, which publicize the film **Inglourious basterds** (2009), by Quentin Tarantino. By studying the theoretical postulates of enunciation in the language philosophy of the Bakhtin Circle, we intend to emphasize some Russian theoreticians' contributions, especially to the study of verbal-visual enunciation, which belongs to the publicity poster genre of filmic diffusion.

Keywords: Bakhtin Circle. Verbal-visual utterance. Film ad poster genre. **Inglourious basterds**.

Recebido: 26/02/2018

Aceito: 14/05/2018

* Universidade Federal de Goiás-Regional Catalão. Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem (PPGEL). É líder do GEDIS-Grupo de Estudos Discursivos.

Introdução

A construção de todo e qualquer enunciado diz respeito a um “acontecimento”, a uma situação de linguagem, seja imediata ou pelo contexto mais amplo, pertencente ao conjunto das condições da vida social de uma determinada comunidade linguística. Isso significa dizer que, mesmo que o enunciado tenha um aspecto autônomo de acabamento, seus sentidos são orientados na e pela comunicação discursiva, pois operam em um movimento incessante entre a sociedade e a história. O pensamento do Círculo de Bakhtin apoia a ideia de que a comunicação discursiva, que envolve os atos de fala de toda espécie, assim como produções escritas, não se separa das outras formas de comunicação, de caráter não verbal. Isso significa dizer que toda comunicação discursiva comporta elementos extraverbais que devem ser partilhados entre os interlocutores para que a interação entre sujeitos ou entre sujeito e enunciado aconteça.

Ao considerar o enunciado verbovisual sob a perspectiva dialógica da filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin, entendemos que o enunciado pode ser falado ou escrito, verbal e/ou não verbal, pressupõe um ato de comunicação social, sendo, sobretudo, a unidade real do discurso. Além disso, o enunciado é resultante de uma “memória discursiva”, ou seja, repleta de enunciados que já foram proferidos em outras épocas, em outras situações interacionais, as quais o locutor inconscientemente toma como base para formular seu discurso. O enunciado caracteriza-se pela alternância de atos de fala, numa relação dialógica entre os sujeitos que participam da comunicação discursiva. Essa alternância é uma das peculiaridades do enunciado. A outra é a sua conclusibilidade específica, ou seja, um falante termina o seu turno para dar lugar à fala do outro, e é isso que permite a possibilidade de resposta (posição responsiva). (BAKHTIN, 1952-1953/2016).

Para pensar o enunciado verbovisual em estudo em sua possibilidade de resposta, responsividade atrelada à construção dos sentidos e dos diálogos em seus ecos, ressonâncias e reverberações com a história e a literatura, precisamos considerar as condições reais — ou seja, a “situação”¹ — que promovem essas relações dialógicas.

Ao considerarem a palavra como uma arena onde se confrontam valores sociais contraditórios, Volóchinov (1929/2017) observa que os conflitos da língua refletem os conflitos de classe no interior do sistema. Sob essa perspectiva, é possível ponderar que a comunicação discursiva implica conflitos, relações de dominação e de resistência, adaptação ou oposição à hierarquia, utilização da língua pela classe dominante para reforçar seu poder, etc. Logo, o teórico russo se interessa, primeiramente, pelos conflitos no interior de um mesmo sistema partindo da premissa de que todo signo é ideológico e que a ideologia é um reflexo das estruturas sociais. Assim, qualquer alteração da ideologia resulta em uma alteração na língua e, portanto, na cultura, na história, na sociedade.

Quando concordamos que “a consciência individual é um fato social e ideológico” (VOLÓCHINOV, 1929/2017, p. 97), trazemos à tona uma importante reflexão do Círculo de Bakhtin para pensar o processo de comunicação discursiva no gênero pôster publicitário de filme: o enunciado verbovisual pode ser entendido como uma réplica do diálogo social, uma vez que não existe enunciado fora de um contexto social e todo enunciado proferido traz consigo uma resposta que não é necessariamente verbal, podendo consistir em um gesto, um olhar, um movimento das mãos, um sorriso, um franzimento de testa, o silêncio, etc. Entendemos, portanto, que toda consciência individual é também produzida coletivamente, uma vez que a consciência só pode ser construída na interação discursiva com o outro. Nesse sentido, a comunicação discursiva é parte fundamental da construção da consciência do sujeito dialógico, pois parte de uma troca de enunciados que acontece na dimensão de um diálogo: há sempre um interlocutor, ao menos potencial, tanto no discurso interior (diálogo consigo mesmo) como no discurso exterior (diálogo com o outro), que participa ativamente da construção discursiva

¹ A situação do enunciado vincula-se a um evento social linguageiro. Toda situação enunciativa é, portanto, uma situação social de linguagem.

de determinada materialidade ou gênero. Ao tomar o locutor como aquele que pensa e enuncia para um auditório social bem definido, seja o auditório um “eu”, um “nós”, seja um “tu” ou “eles”, entendemos que a consciência do locutor é condicionada pela linguagem, por seus diálogos e moldada pela ideologia, sendo, portanto, de natureza social.

Podemos considerar que tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo localizado fora de si mesmo. Nesse sentido, tudo que é ideológico é sógnico. Um corpo físico não diz respeito à ideologia, como bem atesta Volóchinov (1929/2017, p. 91-92), no entanto, todo corpo físico pode ser apreendido como símbolo e toda imagem artística originada por um elemento físico já é reconhecida como matéria ideológica e pode, potencialmente, produzir sentidos. Desse modo, o elemento físico transforma-se em signo e, sem abandonar a realidade material, reflete e refrata uma outra realidade.

Ao considerar a ideologia como parte constituinte do signo, Volóchinov (1929/2017) observa que a natureza do significado se dá na interação social, na ação do signo no mundo social para a realização da comunicação discursiva. Quando o pensador russo analisa a imagem da foice e do martelo, não mais pensados em suas funções de instrumentos de trabalho, mas convertidos em signos ideológicos, ao serem pensados no contexto político da União Soviética, de união dos trabalhadores do campo e da cidade, observa-se um deslocamento das ferramentas de trabalho para um sentido ideológico de luta. Esse pensamento filosófico pode ser colocado em diálogo com a ideia de que, se a linguagem verbal é um sistema convencional, o seu método é, acima de tudo, icônico. Em outras palavras, o Círculo reconhece o papel fundamental realizado pela iconicidade no desenvolvimento da semiótica verbovisual, além de pontuar a importância da iconicidade também para significar, pensando nas relações entre os signos além das formulações sistêmicas.

No presente estudo, consideramos o enunciado verbovisual, portanto, como uma unidade semioticamente complexa “para a” e “na” produção de sentidos no gênero pôster publicitário de filme. Isso significa dizer que a parte sógnica da imagem não se abstrai de sua parte verbal, pois, separados, não funcionam no todo arquitetônico enunciativo do pôster de divulgação de filme. O todo arquitetônico diz respeito à construção de uma obra entendida como interação entre material, forma e conteúdo. O “todo” relaciona-se com o acabamento que se opera a partir do excedente de visão como elemento constitutivo fundamental dessa interação, bem como da atividade autoral. De acordo com Bakhtin (1979/2011), a “arquitetônica” da visão artística é a responsável pela organização do espaço-tempo-sentido, bem como pela concepção da obra como objeto estético. Aqui, ao estudar o discurso midiático contemporâneo do gênero folder de divulgação de filme, nos apropriamos da noção de arquitetônica pensada por Bakhtin para os estudos literários, por considerarmos sua potencialidade teórica também para o estudo de outros discursos, a partir de sua arquitetônica, ou seja, da criação do todo integrado que significa. Assim, o extrato verbal e o extrato visual integram-se fundamentalmente como em um amálgama na composição do enunciado em estudo, que também responde em uma perspectiva estética e somente assim opera dialogicamente na discursividade midiática na qual se realiza.

Assim, pretendemos, neste estudo, identificar e analisar os diálogos construídos na esfera midiática gênero publicitário de filme, pontuando os entrecruzamentos de sentidos (considerando também seus deslocamentos) e de discursos na alteridade do enunciado verbovisual a partir de cinco pôsteres publicitários estadunidenses do filme **Bastardos inglórios** (*Inglourious basterds*, 2009), de Quentin Tarantino. Ao estudar os postulados teóricos sobre enunciado, signo ideológico e imagem na filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin, pretendemos sublinhar algumas contribuições dos estudiosos russos para o estudo do enunciado verbovisual.

1 “Once upon a time...”: diálogos e sentidos no/do enunciado verbovisual em pôsteres publicitários de *Bastardos inglórios* (2009)

O caráter nodal da dialogia na filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin encontra-se na linguagem e no pensamento que são constitutivos do homem. Ao lançar as bases da translinguística, a teoria bakhtiniana ancora-se em uma orientação de base sócio-histórica que ultrapassa a visão de língua como sistema. Nessa dimensão, os pensadores russos consideram o estudo da língua tanto voltado para a análise linguística quanto para a análise dialógica, a título de realização da língua no batimento com a vida pertencente ao grande diálogo da comunicação discursiva. Nesse sentido, o enunciado verbovisual “Once upon a time...”² reflete uma situação de linguagem não marcada temporalmente que se filia aos contos maravilhosos, às narrativas orais infantis, compostas também por contos de fadas, com finais felizes. Nos pôsteres publicitários do filme **Bastardos inglórios** (ver imagens 1, 2 e 3 na sequência), esse enunciado, no entanto, ganha outros sentidos que refletem e refratam uma outra realidade enunciativa que se distancia da realidade dos contos maravilhosos tradicionais com finais felizes, sendo que esses sentidos só são revelados no todo arquitetônico do gênero pôster de publicidade de filme. Eis os três primeiros pôsteres publicitários³ do filme **Bastardos inglórios** aqui em estudo:

Imagem 1 - Pôster publicitário de Bastardos inglórios – Espingarda



Fonte: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-60208/fotos/detalhe/?cmediafile=19908102>.

Acesso em 20 ago. 2018.

² Em português: “Era uma vez...”.

³ As imagens encontram-se na internet com livre acesso público, bem como para *downloads* por se tratar de publicidade de filme.

Imagem 2 - Pôster publicitário de Bastardos inglórios – Faca



Fonte: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-60208/fotos/detalhe/?cmediafile=19908103>.

Acesso em 20 ago. 2018.

Imagem 3 - Pôster publicitário de Bastardos inglórios – Taco de beisebol



Fonte: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-60208/fotos/detalhe/?cmediafile=19908104>.

Acesso em 20 ago. 2018.

O enunciado “Once upon a time in Nazi occupied France...”⁴ é, além do enunciado verbal constituinte dos três pôsteres em análise, o título do primeiro capítulo do filme **Bastardos inglórios**, por isso uma referência situacional que coloca seu interlocutor na arquitetônica cênica do que será narrado, em diálogo com o evento social do acontecimento **Bastardos inglórios**: a França ocupada pelos nazistas. Isso significa dizer que o interlocutor deva conhecer, presumir e avaliar o contexto da segunda guerra mundial,⁵ considerando o tempo-espaço referente aos anos de 1933 e 1945, na França e na Alemanha. O presumido da “segunda guerra mundial” encontra-se no extraverbal da situação enunciativa de “Era uma vez a França ocupada pelos nazistas...”.

É interessante observar que são os elementos imagéticos que constituem os três pôsteres em estudo que fazem ecoar outros sentidos no enunciado verbal “Once upon a time in Nazi occupied France...”, alterando sua posição na composição do todo enunciativo. O enunciado verbal “Once upon a time in Nazi occupied France...” revela, em um primeiro momento, que um país (França) se encontra sob domínio nazista, possivelmente soldados nazistas alemães, assim como o uso da palavra “ocupada” (*occupied*) sugere uma situação pacífica de direito e não de confronto — caso o enunciado verbal fosse construído com a escolha da palavra “invadida” (*invaded*). No entanto, a escolha lexical “ocupada” nesse enunciado verbal não possui esse mesmo sentido, uma vez que seu complemento “pelos nazistas” torna a palavra “ocupada” plena de significado para o interlocutor em potencial (o leitor dos pôsteres): i) o nazismo torna-se o horizonte social, cronotópico e exotópico dos interlocutores e sua presença no enunciado marca um tempo e espaço de interpretação que não acontece no sentido de origem de “Once upon a time...”; ii) o conhecimento e a compreensão partilhada sobre o nazismo fazem com que os interlocutores compartilhem da mesma situação⁶ nos pôsteres; iii) ao partilharem da mesma situação de comunicação sobre o nazismo, os interlocutores entendem que o enunciado verbovisual é caracterizado por uma situação que significa conflito, guerra, resistência, assassinatos, etc.

Desse enunciado verbal, portanto, emergem sentidos da impossibilidade de um final feliz para essa estória, porque, no grande diálogo da vida, há a compreensão sócio-histórica e presumida de que, se qualquer país se encontra sob o domínio nazista, não terá um final feliz. No entanto, o enunciado visual dos pôsteres traz outros sentidos que deslocam o enunciado verbal de seu lugar de origem, fazendo com que, no enunciado verbovisual dos três pôsteres, seus sentidos ressoem na e pela impossibilidade de um final feliz para os nazistas e não para o país ocupado por eles — a França — uma vez que o enunciado visual mostra que existe uma resistência operante de extermínio aos nazistas. Nos pôsteres, essa resistência pode ser representada pelos signos espingarda, faca e taco de beisebol, sendo que, nos dois primeiros pôsteres, respectivamente, com a espingarda (imagem 1) e a faca (imagem 2), os objetos aparecem segurados por mãos e as vestimentas dos sujeitos aparecem parcialmente; na terceira imagem, na qual aparece o taco de beisebol, não aparece o sujeito, nem superficialmente, no entanto, os três objetos, nas três imagens, encontram-se portados na posição em riste, que faz ecoar tanto a ideia de resistência, quanto de vitória pela resistência.

No primeiro pôster publicitário de **Bastardos inglórios** (imagem 1) em análise, observamos que a construção sógnica da imagem é arquitetada por meio da arma de fogo em riste — uma espingarda — portada talvez pela personagem de Aldo Raine (Brad Pitt), um tenente que lidera um grupo aliado de soldados judeus-americanos que são encarregados de aterrorizar e aniquilar os soldados alemães nazistas.

4 Em português: “Era uma vez a França ocupada pelos nazistas...” (Tradução nossa).

5 **Bastardos inglórios** narra a estória de dois planos para assassinar os líderes políticos da Alemanha nazista no período de 1941 a 1945, ambientados na França e na Alemanha, portanto, apresenta um recorte no cronotopo da segunda guerra mundial. Um dos planos é arquitetado pela jovem francesa judia Shoshana, proprietária de um cinema, personagem interpretada por Mélanie Laurent, enquanto o outro plano é realizado por um grupo de soldados judeus liderados pelo tenente Aldo Raine, interpretado por Brad Pitt.

6 Toda situação é social e comunicacional ao mesmo tempo.

A ideia de que o sujeito que porta a espingarda possa ser o tenente Aldo Raine vem tanto do traje usado pela personagem no filme **Bastardos inglórios**, composto por uma jaqueta com bordas desgastadas e cinto de couro expostos na imagem em estudo, como também da arma em riste com a marcação *inglourious basterds* (bastardos inglórios) suja de sangue. Como já dissemos anteriormente, o elemento visual e imagético ecoa no elemento verbal (no enunciado “Once upon a time in Nazi occupied France...”) e traz à tona sentidos que ressoam e reverberam em um outro final que se distancia do final feliz de “Once upon a time...” para os nazistas: a mão e a espingarda encontram-se sujas de sangue e os sentidos da arquitetônica enunciativa sugerem que se trata de uma mão de um bastardo inglório e de sangue de um nazista.

A marcação *inglourious basterds* na espingarda não é aleatória na imagem. Ao grafar a expressão na arma, o elemento visual enuncia a quem pertence a arma, ou seja, não a um ou outro sujeito pertencente ao grupo de aliados judeus-americanos que se reuniram sob o comando do tenente de Aldo Raine, mas ao grupo “Bastardos inglórios”, que assim se autodenominara. A espingarda é sónica, portanto, ao mesmo tempo dialógica e ideológica, uma vez que é objeto de defesa da resistência e artefato pertencente à coletividade, marcada na expressão *inglourious basterds*: a posição em riste, levantada, faz ecoar sentidos que indicam vitória na e pela resistência dos “Bastardos inglórios” contra os nazistas.

Concordamos com Volóshinov e Bakhtin quando assumem que:

[...] de maneira alguma o discurso reflete a situação extraverbal do modo como um espelho reflete um objeto. Mais exatamente, o discurso aqui *analisa a situação*, produzindo uma *conclusão avaliativa*, por assim dizer. Muito mais frequentemente, enunciados concretos continuam e desenvolvem ativamente uma situação, esboçam um plano para uma ação futura e organizam esta ação. Mas para nós há um outro aspecto do enunciado concreto que é de especial importância: qualquer que seja a espécie, o enunciado concreto, sempre une os participantes da situação comum como *co-participantes* que conhecem, entendem e avaliam a situação de maneira igual. *O enunciado*, conseqüentemente, *depende de seu complemento real, material, para um e o mesmo segmento da existência e dá a este material expressão ideológica e posterior desenvolvimento ideológico comuns*. (VOLÓSHINOV; BAKHTIN, 1976/[s.d.], p. 5-6, grifos dos autores).

Assim, a situação extraverbal não significa aquilo que se encontra fora de um enunciado, ou seja, a causa externa de um enunciado. De outro modo, a situação é constitutiva de todo e qualquer enunciado, sendo essencial para o todo significativo do enunciado, como, por exemplo, a análise de “Once upon a time in Nazi occupied France...”, ao considerar, no enunciado verbal, a situação extraverbal: do evento social e do conhecimento partilhado entre os interlocutores da expressão “Era uma vez...”, que se desloca de seu sentido de origem, ao ser colocada em relação ao nazismo. Sob essa perspectiva de análise, entendemos, com os pensadores russos, que a situação é composta por um tempo e espaço do evento social (em **Bastardos inglórios**, compreendem-se os períodos de 1941 e 1944, no contexto da segunda guerra mundial), por um objeto ou o tema do enunciado (aquilo de que se fala, ou seja, a ocupação nazista na França), bem como pela posição dos interlocutores diante do que se fala (conclusão avaliativa, logo, pelo enunciado verbovisual dos pôsteres, a vitória da resistência sobre os soldados nazistas).

No segundo pôster em estudo (imagem 2), as roupas do sujeito que aparece na imagem são comuns, não são roupas nem de guerra nem de combate para o contexto proposto: da ação de um grupo de soldados judeus-americanos contra soldados alemães nazistas em uma ocupação na França. O sujeito encontra-se vestido com uma blusa de lã e outra de algodão por baixo, calças de linho. Essa vestimenta pode significar, em um primeiro momento, resistência da população e não somente de pessoas treinadas para o campo de guerra, de uma milícia independente que age por conta própria e não financiada pelo governo. A personagem interpretada por Eli Roth, por exemplo, o Sargento Donnie Donowitz, aparece em várias cenas de **Bastardos inglórios** usando regata de algodão, suspensórios e

calça de linho — e sempre barbarizando os soldados nazistas que encontra pelo seu caminho com suas armas (facas, taco de beisebol, armas de fogo) —, ou seja, com vestimentas despojadas, não apropriadas para o combate. No entanto, a personagem é um combatente e suas vestimentas dialogam com a sua posição de não ser facilmente reconhecido pelos soldados nazistas como um sargento opositor.

Volóshinov e Bakhtin (1976/[s.d.]), ao considerarem para o estudo da poética sociológica o “enunciado poético”, deixam um importante legado para o estudo do enunciado verbovisual, pois, para pensar o enunciado poético, os russos antes direcionam seus estudos sobre certos aspectos dos enunciados verbais fora do campo artístico: “enunciados *da fala da vida e das ações cotidianas*, porque em tal fala já estão embutidas as bases, as potencialidades da forma artística” (VOLÓSHINOV; BAKHTIN, 1976/[s.d.], p. 4, grifos dos autores). Ainda, o fundamento social do discurso verbal — qual seja a ocupação nazista na França — aparece aqui num relevo mais preciso, e a conexão entre um enunciado e o meio social circundante ressoa na arquitetônica do enunciado verbovisual: é na e pela relação dialógica entre os enunciados verbais e visuais dos pôsteres em estudo que se potencializam os sentidos do e no enunciado.

O enunciado visual apresenta-se composto pela faca portata em riste pelo sujeito de vestimentas despojadas e traspassada pela suástica⁷ estampada em um tecido vermelho, que, por sua vez, dialoga com o enunciado verbal na e pela composição da arquitetônica enunciativa do pôster: do enunciado ecoam, ressoam e reverberam sentidos de resistência, combate e a consequente vitória sobre o nazismo. Esses sentidos podem ser percebidos: i) pelo fato de a suástica ter sido atravessada pela faca, demonstrando que se trata de um sujeito — mesmo que vestido com roupas comuns — situado em um momento de combate ao nazismo; ii) em um ato simbólico de pós-luta sugerido pelo sangue que escorre do braço e que mancha a mão, a faca e o tecido estampado pela suástica nazista, esse mesmo sujeito carrega a faca consigo em riste ao seu punho; iii) a vitória sobre o nazismo revela-se pela faca atravessada no tecido estampado pela suástica nazista, ao mesmo tempo em que a posição da faca em riste ao punho sugere que o sujeito se prepara para o que vem a seguir: o enunciado verbovisual faz emergir sentidos de que a luta ainda não terminou.

Mesmo que estejamos tratando do intercâmbio comunicativo social no sentido próprio do termo, uma vez que o objeto de análise é o gênero pôster publicitário de filme, portanto, publicidade, entendemos, com o Círculo russo, que os gêneros secundários são constituídos pelos primários (dentre eles, a fala cotidiana), por isso, precisamos considerá-los na construção do enunciado “Once upon a time...” nos pôsteres em análise.

O enunciado “Once upon a time” configura-se como uma unidade significativa da comunicação verbovisual em estudo, que elabora e adquire uma forma mais ou menos estabilizada no processo constituído por uma interação verbal particular que só pode ser gerada numa situação única de intercâmbio comunicativo social. “Once upon a time...” reflete que, em **Bastardos inglórios**, será “contada uma história”, mas que essa história possui um lugar singular de acontecimento que se projeta em sua própria arquitetônica e que só pode ser entendido a partir da relação dialógica com o enunciado visual (imagem). Esse tipo de intercâmbio comunicativo dos pôsteres em estudo organiza, constrói e completa, ao seu modo, o gênero pôster publicitário de filme. Cabe, em especial, à relação de diálogo entre enunciado verbal e enunciado visual o processo de acabamento do gênero em análise.

No terceiro pôster publicitário de **Bastardos inglórios** (imagem 3), o bastão de beisebol encontra-se deslocado de seu lugar de origem: o campo esportivo de beisebol. Na imagem, ele aparece

⁷ Conhecida também como cruz gamada, a suástica foi adotada como símbolo da propaganda nazista nos anos 30 do século XX. Joseph Goebbels, ministro da propaganda do Reich na Alemanha Nazista (1933-1945), entendia que os símbolos e *slogans* adotados pelo regime nazista deveriam ser simples, fortes e repetidos à exaustão, pois acreditava que o povo era intelectualmente limitado. Ao ser constantemente exposta em cartazes, faixas, bandeiras, etc., em manifestações militares e nacionalistas, a suástica tornou-se um dos maiores símbolos de representatividade da propaganda nazista.

transfigurado em uma arma letal, que, ao ser segurada em riste, sugere que a morte de um soldado nazista seja representada como um troféu. Eis o capacete nazista — assinalado pela suástica gravada — o troféu que se levanta na configuração da morte nazista ovacionada.

A imagem do taco de beisebol como signo ideológico é um bom exemplo do diálogo entre o icônico e o simbólico, uma vez que o signo “taco de beisebol” não constitui simplesmente um “instrumento para o jogo de beisebol” ou um “equipamento desportivo básico para a prática do beisebol”. Como signo ideológico, a imagem do taco de beisebol extrapola a sua função física, desportiva, e, no mundo icônico e simbólico, ela é convertida em objeto de resistência, de combate, de tortura, de espancamento, de assassinato aos nazistas. Há uma construção de sentidos que perpassa o signo taco de beisebol, que não mais o define como um equipamento desportivo, mas o explora em um movimento de significação no todo enunciativo.

Essas considerações colocam em diálogo as esferas verbal e visual, uma vez que a linguagem verbal, sendo um sistema convencional, baseia-se em um método icônico. Por isso, observamos o papel fundamental realizado pela iconicidade no desenvolvimento da semiose — seja ela verbal ou não verbal. Entendemos que qualquer imagem icônico-simbólica, como a que um determinado objeto físico dá origem, já é um produto ideológico. Isso significa dizer que o taco de beisebol (assim como todos os signos existentes) como objeto físico apresenta-se convertido em um signo que produz sentidos na arquitetônica social do pôster em análise, logo, não deixa de ser uma parte da realidade material, mas também pode refletir e refratar uma outra realidade conflitante, mas que nos constitui como sujeito na vida: um equipamento desportivo transformado em arma letal.

Nos três pôsteres publicitários de **Bastardos inglórios** em análise, o enunciado verbal “Once upon a time...” possui um elemento extraverbal que diz respeito ao conhecimento partilhado com o interlocutor em potencial dos pôsteres sobre o lugar do nazismo na história. Os elementos visuais, imagéticos, constituintes dos três pôsteres, produzem sentidos no todo arquitetônico dos pôsteres em estudo, ao dialogarem com o enunciado verbal “Once upon a time in Nazi occupied France...”, oferecendo, ao mesmo tempo, um confronto com esse enunciado verbal que faz ressoar uma resposta no enunciado verbovisual: a de que **Bastardos inglórios** representa uma vingança contra a própria história. Nesse sentido, as imagens que compõem os três pôsteres em análise produzem o acabamento no enunciado, e os sentidos produzidos ocorrem segundo a situação dos sujeitos participantes do diálogo e de acordo com o todo da situação social.

2 Diálogos da arte-vida no e pelo enunciado verbovisual

Ao considerar, conforme os pensadores russos do Círculo, que todo discurso é um discurso dialógico orientado em direção a alguém que possa compreendê-lo e dar-lhe uma resposta, compreendemos que é precisamente por meio da orientação social que se encontra refletido o auditório do enunciado, fora do qual nenhum ato de comunicação verbal se desenvolve nem pode se desenvolver. As alterações que se produzem na forma do enunciado ocorrem segundo a situação dos sujeitos participantes do diálogo e de acordo com o todo da situação social do enunciado. Por isso podemos falar de diálogos da arte-vida no e pelo enunciado, uma vez que o todo arquitetônico enunciativo dos pôsteres publicitários em análise diz respeito ao desenvolvimento de uma semiose verbovisual.

Nos dois últimos pôsteres em análise (imagens 4 e 5, na sequência), podemos observar como funciona o discurso orientado em direção ao “outro”, conduzido fundamentalmente a se considerar a relação social e hierárquica que existe entre os interlocutores. Nesse sentido, as alterações que se produzem na forma do enunciado ocorrem segundo a situação dos sujeitos participantes do diálogo e de acordo com o todo do contexto social do enunciado. Vamos aos pôsteres em questão:

Imagem 4 - Pôster publicitário de Bastardos inglórios – Brad Pitt



Fonte: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-60208/fotos/detalhe/?cmediafile=19908101>.

Acesso em: 20 ago. 2018.

Imagem 5 - Pôster publicitário de Bastardos inglórios – Aldo Raine sobre cadáveres



Fonte: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-60208/fotos/detalhe/?cmediafile=19908091>.

Acesso em 20 ago. 2018.

No quarto e quinto pôsteres publicitários de **Bastardos inglórios**, observam-se os enunciados verbais “Brad Pitt is a basterd”⁸ e “A basterd’s work is never done”⁹ dialogando com a imagem do ator Brad Pitt (vida) no papel da personagem que ele interpreta no filme, o tenente Aldo Raine (arte). O traje de Aldo Raine nos pôsteres é composto por uma jaqueta com bordas desgastadas, camisa, lenço, calças, cinto de couro, com um coldre de arma e botas longas, sugerindo as vestimentas de um membro de uma militância rebelde, sobretudo, de resistência. Nas duas imagens (imagens 4 e 5), a postura da personagem é impositiva, austera, firme, e sua enorme cicatriz no pescoço (imagem 4) sugere capacidade de suportar atos violentos contra sua vida, de resistir a tais atos, de sobrevivência. Nesse sentido, Aldo Raine possui um outro *status* que o diferencia dos homens mortais: trata-se de um homem resistente com uma imagem sólida, imponente diante do inimigo nazista (ver cadáveres de nazistas sob o corpo vitorioso de Aldo Raine na imagem 5); Aldo Raine já escapou da morte, e, aqui, a representação desse acontecimento e de seu feito de manter-se vivo se dá pela assombrosa cicatriz em seu pescoço.

Tanto no quarto, quanto no quinto pôster, há o deslocamento de sentido quando se coloca em diálogo a imagem do ator Brad Pitt relacionado a um “bastardo”, notadamente, com a imagem de Aldo Raine. O significado geral de dicionários expõe que a palavra “bastardo” diz respeito à pessoa que nasceu fora do matrimônio, trata-se, portanto, do filho ilegítimo aos olhos judiciais e, por extensão, significa pessoa degenerada, impura. O enunciado, aqui, movimenta os sentidos em um jogo de deslocamento entre o sujeito empírico Brad Pitt e sua personagem Aldo Raine em **Bastardos inglórios**. Brad Pitt como sujeito empírico não pode ser configurado como um bastardo pelo seu contexto familiar e sua posição social de pai, esposo, ativista de diversas causas humanitárias. Daí a verbovisualidade enunciativa — ancorada no e pelo discurso publicitário de *marketing* mercadológico de venda do filme **Bastardos inglórios** — constitutiva dos pôsteres em estudo, deslocar a posição do sujeito empírico Brad Pitt em “vir-a-ser” um bastardo no papel de Aldo Raine. Há, sobretudo, sentidos que ecoam a notoriedade de um ator consagrado pela crítica cinematográfica, uma vez que Brad Pitt possui um nome significativo no cinema mundial, em especial, o hollywoodiano, de ser imortalizado — assim como destaca a figura de força, resistência, ação e virilidade de Aldo Raine — pela sua atuação artística em **Bastardos inglórios**.

De acordo com Volóchinov (1929/2017, p. 135, grifos do autor) “*o signo e sua situação social estão fundidos de modo inseparável*. O signo não pode ser isolado da situação social sem perder sua natureza *sígnica*”. Sob essa perspectiva, a palavra “bastardo” apresenta-se carregada de sentidos ideológicos que transitam entre arte e vida no todo arquitetônico do enunciado verbovisual em estudo, inclusive, afetando sua significação.

Sob a perspectiva do Círculo de Bakhtin, entende-se que, ao dialogar com a imagem de Brad Pitt no papel de Aldo Raine, o signo “bastardo” registra as variações das relações sociais homem-ator, além de refletir e refratar a imagem (também *sígnica*), determinando a situação social do enunciado: a de ser essencialmente publicidade, portanto, a utilização do sujeito empírico aproximando-o de sua personagem sugere uma dimensão artística.

No quinto pôster, em especial, o enunciado verbal “A basterd’s work is never done” dialoga com a imagem da personagem Aldo Raine em seu “trabalho”, ao que parece ser um “final de expediente”: matar nazistas. Ao ser colocado no centro da imagem com um rifle em riste sobre um amontoado de cadáveres de nazistas, a imagem de virilidade e força da personagem dialoga com o enunciado verbal, de modo a deslocar o sentido do signo “trabalho”, afinal, trata-se do “trabalho de um bastardo”. A palavra “trabalho” apresenta-se deslocada de seu sentido usual de atividade profissional regular, remunerada ou assalariada, executada por um indivíduo ou por um grupo de indivíduos para um outro

8 Em português: “Brad Pitt é um bastardo”.

9 Em português: “O trabalho de um bastardo nunca termina”.

sentido. Aqui, assassinar nazistas é um trabalho para ser executado por um bastardo, e esse trabalho nunca termina, pois se compreende que a ideologia nazista persiste socialmente na ideia de segregação e preconceito racial, na intolerância diante da diversidade de pensamento e de modos de existência, etc., fomentando o fascismo como forma de dominação e controle social. Daí a representação da imagem do homem resistente, viril, destemido, incansável na luta contra o nazismo e bastardo para executar esse “trabalho” que “nunca termina”.

Torna-se interessante observar como a composição verbovisual do quinto pôster em análise apresenta-se construída sob uma anterioridade heterogênea de discursos e diálogos que revelam enfrentamentos e oposições em uma dimensão histórico-social. Não é mera coincidência o enunciado verbovisual remontar a momentos históricos e sociais, fazendo ecoar desse enunciado vozes de grupos sociais e suas filiações ideológicas através da linguagem verbovisual. Tais momentos e inscrições, por si, revelam posicionamentos, constituem embates, conflitos e contradições, e isso acontece porque a palavra não encerra em si mesma um sentido único, a palavra não é e não pode ser neutra no movimento enunciativo: a palavra revela posições ao mesmo tempo em que responde a outras posições.

Eis que a réplica do diálogo consiste em responder, portanto, a se posicionar diante de uma determinada posição, configurando o embate de vozes quando o enunciado verbal “A bastard’s work is never done” responde socialmente na e pela arte ao fascismo programado da segunda guerra mundial. Hitleristas sob os pés de um bem-sucedido bastardo é a réplica do diálogo da vida que enuncia “morte ao fascismo!”. Logo, neste estudo, em especial, com base na relação entre arte e vida na arquitetônica dos pôsteres publicitários de **Bastardos inglórios**, empreende-se um intercâmbio comunicativo artístico-social que estabelece um diálogo entre a estética cinematográfica do filme em foco, seu enredo, suas personagens, seus atores, produzindo sentidos que respondem socialmente ao contexto da segunda guerra mundial, especialmente, ao nazismo.

Considerações finais

Ao considerar que “a arquitetônica do mundo da visão artística não ordena só os elementos espaciais e temporais, mas também os de sentido”, Bakhtin (1979/2011, p. 127) entende que a configuração da arquitetônica não se resume à composição de elementos espaciais e temporais, mas também diz respeito à forma do sentido. O sentido produzido depende tanto da situação imediata que gerou o enunciado, por exemplo, a questão do ponto de vista autoral sobre o contexto da segunda guerra mundial, que produz discursos e diálogos no enunciado verbovisual dos pôsteres em estudo, como de todas as causas e condições gerais mais remotas do intercâmbio comunicativo artístico-social dos pôsteres, por exemplo, as referências de discursos outros (“Once upon a time...”) e a concepção estética de criação dos pôsteres.

Dessa maneira, entendemos que o enunciado verbovisual pode ser construído por palavras, signos, dizeres e imagens que deslocam os sentidos em um embate sobre o acontecimento segunda guerra mundial: na construção de um projeto de dizer do filme **Bastardos inglórios**, o enunciado verbovisual dos pôsteres colide dialogicamente com a filosofia nazista. A sugestão de embate ao nazismo pelas vias violentas adotadas pelo próprio nazismo se forma no interior da construção estética por meio de atravessamentos cronotópicos (tempo-espaciais) que emergem nos pôsteres em sua estrutura verbovisual.

O enunciado verbal “Once upon a time in Nazi occupied France...”, dialogando com imagens de armas em uso (presença de sangue) pelos “Bastardos inglórios”, contra os soldados nazistas (imagens 1, 2 e 3); o uso deslocado da palavra “bastardo” nos enunciados verbais dialogando com a imagem do ator Brad Pitt no papel da personagem Aldo Raine (imagens 4 e 5); o uso também deslocado da

palavra “trabalho” no enunciado verbal que dialoga com o “trabalho” do tenente Aldo Raine, em **Bastardos inglórios**, de assassinar nazistas (imagem 5); enfim, toda essa estrutura verbovisual de construção dos pôsteres significa o grande diálogo artístico-social do enunciado em estudo.

Ao mesmo tempo em que o enunciado instaura vozes dualísticas, ele revela posicionamentos ideológicos na formação dos sentidos: a imagem, a palavra, o gesto significante, etc., constituem a lógica da comunicação e da interação semiótica de um grupo social (VOLÓCHINOV, 1929/2017). Isso significa dizer que é por meio da imagem e da palavra carregadas de ideologia, ou seja, do conteúdo semiótico desse extrato verbovisual, que o sentido emana nos pôsteres em estudo.

Referências

- BAKHTIN, M. M. (1979). **Estética da criação verbal**. Tradução de Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- BAKHTIN, M. M. (1952-1953). **Os gêneros do discurso**. Tradução de Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2016.
- MEDVIÉDEV, P. N. (1928). **O método formal nos estudos literários**: uma introdução crítica a uma poética sociológica. Trad. Ekaterina Américo e Sheila Camargo Grillo. São Paulo: Contexto, 2012.
- VOLÓCHINOV, V. N. (1929). **Marxismo e filosofia da linguagem**. Tradução de Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. São Paulo: Editora 34, 2017.
- VOLÓSHINOV, V. N.; BAKHTIN, M. M. (1976). **Discurso na vida e discurso na arte** (sobre a poética sociológica). Tradução de Carlos Alberto Faraco e Cristovão Tezza, para uso didático. [s.d.], mimeo.

O crime ambiental de Mariana: omissão e conivência da mídia brasileira

Ângela Carrato*

Geraldo Elísio**

Sofia M. C. Diniz***

Resumo

O objetivo deste artigo, produzido pelo grupo de Ensino, Pesquisa e Extensão “Estação Liberdade”, da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), foi realizar uma análise do que foi publicado (e como foi publicado) sobre o crime ambiental e humano em Mariana (MG), em veículos da mídia tradicional regional e nacional. Este estudo foi feito com base no quadro teórico da análise do discurso e do cruzamento de dados relativos à história do setor minerário em Minas Gerais. Como resultado, verificou-se a existência de uma cobertura falha e que primou por silenciar os interesses da cidadania em prol dos interesses empresariais e políticos.

Palavras-chave: Barragem de Fundão. Crime. Mídia. Silenciamento.

The environmental crime of Mariana: omission and connivance of the Brazilian media

Abstract

The research presented herein has been developed by the Research Group “Estação Liberdade”, from the Federal University of Minas Gerais (UFMG). It is aimed to analyzing the publications, in the traditional Brazilian media, – both at regional and national levels –, regarding the human and environmental crime in Mariana, state of Minas Gerais, Brazil. This study was based on the framework of analysis of the discourse and historical data of the mining sector in Minas Gerais. As a result, it was observed a biased coverage targeted at silencing citizenship, favoring specific businesses and political interests.

Keywords: Fundão tailing dam. Environmental crime. Mass media. Silencing.

Recebido: 28/02/2018

Aceito: 14/05/2018

* Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Mestre (1996) e Doutora (2013) em Comunicação pela UnB.

** Jornalista e escritor. Autor de diversos livros, entre eles **Baú de repórter**, **Toada de asfalto** e **Diálogo com ratos**. Prêmio Esso Regional de Jornalismo (1977).

*** Professora titular do DEEs-UFMG. PhD em Engenharia Civil/Estruturas pela University of Colorado-Boulder. Fellow do American Concrete Institute, Chair do TG1-Life-cycle Performance of Civil Engineering Systems under Uncertainties-American Society of Civil Engineers.

Introdução

Após dois anos do rompimento da barragem de rejeitos minerais no distrito de Bento Rodrigues, em Mariana (MG), em 5 de novembro de 2015, maior crime ambiental da história brasileira e o pior do mundo no gênero, nenhuma empresa ou qualquer de seus funcionários foi responsabilizado. O processo contra as mineradoras Samarco, Vale, BHP Billiton e a empresa de consultoria VogBr foi suspenso por decisão do juiz federal Jacques de Queiroz Ferreira, da cidade de Ponte Nova (MG), e praticamente foi anulado.

A planilha “Tailings Dam Failures 1915-2018”, que compila dados dos rompimentos de barragens de rejeitos mundiais para o período, descreve o rompimento da barragem de Fundão com o maior código de severidade e o maior índice de magnitude (41,53) de toda a lista. É importante ressaltar que os índices de magnitude para o segundo e terceiro colocados são 19,42 e 18,31 (rompimentos ocorridos na Itália e China, respectivamente).¹

Em qualquer país democrático, uma decisão, como a do juiz Jacques de Queiroz Ferreira, já citada, tomada em meados de julho de 2017, mas noticiada apenas em 7 de agosto, renderia manchetes na grande mídia e enorme repercussão junto à opinião pública. Além da importância da mineração para a pauta de exportação brasileira,² foram 19 mortos, um desaparecido, um distrito arrasado, mais de 40 outros atingidos e uma destruição que envolveu toda a bacia do Rio Doce, percorrendo cerca de 680 km até a sua foz em Linhares (ES), causando os mais diversos e intensos danos ambientais e sociais pelo caminho. No entanto, o assunto mereceu apenas breves registros em um ou outro veículo de comunicação, especialmente se for considerado que as alegações da defesa da Samarco eram as menos consistentes possíveis.³ Em que pese a existência de provas mais do que suficientes para as mineradoras serem responsabilizadas, o referido juiz entendeu que a alegação da defesa, quanto a usar conversas telefônicas gravadas fora do período determinado pela Justiça, procedia.

Essa realidade desnuda a diferença entre a atuação da mídia aqui e em países da Europa, nos Estados Unidos e no Japão. Embora a função da mídia seja informar e esclarecer a opinião pública, isso está longe de acontecer no Brasil, onde a chamada mídia tradicional, cada vez mais, se omite, desinforma ou assume o papel de porta-voz dos interesses dominantes, sejam eles nacionais ou internacionais.⁴

O objetivo deste artigo, produzido pelo grupo de Ensino, Pesquisa e Extensão “Estação Liberdade”, da UFMG, que tem na questão da Mídia e do Meio Ambiente um de seus eixos de atuação, realizou através da análise do discurso e do cruzamento de dados relativos à história do setor minerário em Minas Gerais, um mapeamento do que foi e como foi publicado sobre o crime ambiental e humano em Mariana em veículos da mídia tradicional. Foram avaliados quatro jornais diários (**O Globo**, **Folha de S. Paulo**, **Estado de Minas** e **Hoje em Dia**), duas emissoras de TV (Globo e Record) e duas de rádio (CBN e BandNews). A opção por incluir dois jornais situados em Minas Gerais visou a observar se uma maior proximidade física implicaria ação diferenciada por parte da mídia regional, como postula a técnica jornalística. Igualmente foram acompanhados os *sites* CGN, Conversa Afiada e O Cafezinho, que integram a chamada nova mídia ou mídia digital, por veicularem notícias que não apareceram na mídia tradicional.

1 Planilha disponível em: <http://www.csp2.org/tsf-failures-1915-2018>. Acesso em: 3 jul. 2018.

2 Em 2015, por exemplo, as vendas externas de minério representaram 11,7% do comércio total do Brasil com o exterior. Só o minério de ferro foi responsável por 7,4% da receita das exportações, segundo dados do Instituto Brasileiro de Mineração (Ibram), que representa o setor.

3 O juiz levou em conta apenas o pedido feito pelo advogado do diretor-presidente licenciado da Samarco, Ricardo Vescovi, e do diretor-geral de operações da empresa, Kleber Terra, que alegou que escutas telefônicas usadas no processo foram feitas de forma ilícita. A quebra do sigilo telefônico teria ultrapassado o período judicialmente autorizado, e essas conversas, uma vez analisadas pela Polícia Federal, foram usadas pelo Ministério Público Federal (MPF) na denúncia. Detalhe: as conversas em questão em nada acrescentam ao teor das provas e evidências obtidas.

4 Para um aprofundamento sobre o assunto, ver: CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

A pesquisa teve início na semana seguinte ao rompimento da barragem de Fundão, quando as notícias publicadas se mostravam claramente insuficientes para se entender a extensão e a gravidade do que havia acontecido. Apesar de a pesquisa ter inicialmente uma duração prevista de dois anos, é consenso entre os integrantes do grupo “Estação Liberdade” que ela deve continuar até que o assunto tenha um desfecho.⁵

O artigo está dividido em três partes. Na primeira parte, é mostrado como a mídia foi pega de “surpresa” com o rompimento da barragem de Fundão, apesar de dados e relatórios disponíveis há vários anos alertarem para essa possibilidade.⁶ Na segunda parte, o acompanhamento das notícias e reportagens veiculadas nos primeiros 12 meses após o rompimento da barragem indica um propósito quase deliberado de confundir a opinião pública, transformando um crime ambiental em “acidente”, “desastre” ou mesmo “tragédia”.

Na terceira parte, que cobre os últimos 10 meses, é enfatizado como as informações sobre o processo envolvendo o rompimento da barragem de Fundão e suas consequências praticamente desapareceram da mídia tradicional pesquisada, num indício da falta de importância que jornais, emissoras de rádio e televisão passaram a conferir ao assunto. Esse desaparecimento ou silenciamento é uma das principais armas de que tem se valido a mídia tradicional no Brasil para jogar no esquecimento episódios que, por razões diversas, são considerados inconvenientes.

A título de conclusão, a pesquisa, que leva em conta resultados parciais obtidos até o momento, aponta para o fato de que a mídia tradicional brasileira tem sido conivente com a espoliação dos recursos minerais no país e com toda a cadeia de destruição por ela provocada.

Como a mineração está intimamente ligada à natureza, um atributo fundamental para a construção de estereótipos e estigmas sobre o Brasil e a própria América Latina, outro objetivo desta pesquisa é mostrar que, mesmo passados cinco séculos da chegada aqui dos conquistadores, a mídia continua enfatizando que as terras – mineira e brasileira – continuam abertas e à espera de serem devidamente exploradas e, quase sempre, espoliadas.

1 Surpresa no lugar da informação

O papel da mídia, seja jornal, rádio, televisão, portal, *site* ou *blog* jornalístico, é informar. É igualmente papel da mídia, através de reportagens, contextualizar os temas abordados, colocando-os em perspectiva para que possam ser melhor compreendidos. Por definição, portanto, a mídia tem sempre que andar à frente, procurando mostrar o que acontece, mas igualmente tentando alertar para problemas futuros. É assim que a mídia funciona em qualquer país democrático. É assim que ela deveria funcionar no Brasil.

Aqui, no entanto, a mídia, em diversos períodos, enfrentou censura política por parte de governos, notadamente na ditadura civil-militar (1964-1985). Censura que foi substituída, após a redemocratização do país, pela censura econômica ou empresarial. Dito de outra forma, atualmente, são os interesses dos grandes anunciantes, do “mercado”, como se convencionou chamar, e dos próprios donos das empresas de mídia que têm definido o que pode ser notícia, o que deve e como deve ser noticiado. No caso brasileiro, essa situação encontra ainda outros agravantes.

5 Por se tratar de pesquisa em andamento, o *corpus* analisado é composto por: 20 matérias da **Folha de S. Paulo**, 5 do **Estado de Minas**, 1 do **Globo**, 1 do **Estado de S. Paulo**, 4 da **BBC Brasil**, 3 do jornal **Hoje em Dia**, 3 do **The Guardian**, e vários *sites*.

6 Veja-se, por exemplo, o alerta feito na matéria “Rejeite o rejeito da Vale”, Geraldo Elísio Machado Lopes e Sofia M. C. Diniz, publicada pelo “Estação Liberdade”, em 23 de julho de 2015. Disponível em: <https://www.facebook.com/estacaoliberalidade/posts/387861448086698>.

Ao contrário dos Estados Unidos, dos países europeus, do Japão, do Canadá e dos vizinhos latino-americanos, aqui, praticamente, não existe outro tipo de mídia que não seja a comercial,⁷ mantida pela publicidade e sem qualquer legislação que efetivamente a regule. Some-se a isso que a regulação da mídia, através da proibição da propriedade cruzada (uma empresa não pode ter mais de um veículo de comunicação na mesma localidade) e de uma série de outras leis, garante pluralidade de vozes e de pontos de vista. No Brasil, ao contrário, uma empresa, como as Organizações Globo, possui vários veículos de comunicação que atuam em todo o país, e isso é visto com absoluta naturalidade, situação que, nos Estados Unidos ou na Europa, seria inaceitável, pois configuraria propriedade cruzada e monopólio.

A título de exemplo, quando, em abril de 2010, a plataforma operada pela British Petroleum (BP) passou a vaziar, derramando no mar do Caribe, durante várias semanas, uma quantidade enorme de petróleo, o que ficou conhecido como o pior desastre ecológico da história dos Estados Unidos, a opinião pública estadunidense e mundial pôde dispor de uma pluralidade de informações capazes de lhes possibilitar formar seu próprio julgamento.

De saída, parte da mídia estadunidense possuía e/ou obteve, com rapidez, dados que desmentiram as informações da BP de que o vazamento diário seria de pouco mais de 800 mil litros de petróleo, mostrando que esse número era duas vezes maior, superando os 1,9 milhões de litros/dia. Esse acidente, que matou 11 pessoas, obrigou o governo dos Estados Unidos a revisar as políticas de energia e a regulamentação do setor petrolífero para a exploração em águas profundas.⁸ Para tanto, teve papel decisivo o trabalho de parte da mídia e de uma opinião pública bem informada e atuante.

Enquanto isso, o que se pode verificar é que a mídia brasileira foi pega de surpresa pelo rompimento da barragem de Fundão. Veículos que sempre se gabaram de fazer “jornalismo investigativo”, como a **Folha de S. Paulo**, se mostraram pouco ágeis e a reboque das versões oficiais. Apesar de os vários relatórios e estudos técnicos disponíveis há muito indicarem que essa barragem estava com sua capacidade acima do limite, nenhum veículo se interessou em apurar o assunto.

Se, por razões óbvias, não era do interesse da Samarco abordar o tema, existiam dezenas de pesquisadores independentes e estudos realizados que poderiam servir de fonte para a mídia entender como um pequeno povoado e seus habitantes foram atingidos por 60 milhões de metros cúbicos de rejeitos. Em outras palavras, o jornalismo brasileiro, mesmo o especializado, como é o caso do jornalismo econômico, mostrou-se burocrático e incompetente em questões essenciais para a população e para o próprio mundo empresarial.

Todos os veículos analisados ficaram mal perante a parcela mais exigente da opinião pública,⁹ mas quem ficou em pior situação foi a revista **Exame**. Dedicada à economia e aos negócios, ela é patrocinadora de um prêmio anual para empresas denominado “As maiores e melhores”. A Samarco foi eleita pela revista **Exame** por cinco vezes — três vezes consecutivas nos anos

7 Nos Estados Unidos e na maioria dos países europeus, existem três tipos de mídia: a comercial, a pública e a estatal. A mídia comercial privilegia o ponto de vista de seus anunciantes e proprietários, a mídia pública enfatiza o interesse do cidadão, e a estatal divulga o ponto de vista do governo. Para um aprofundamento sobre o assunto, ver: INTERVOZES. **Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.

8 Cf. “Consequências do vazamento de petróleo no golfo do México”, em UOL notícias, 20 nov. 2011. Disponível em: www.uol.com.br. Acesso em: 20 set. 2017.

9 São inúmeros os autores e vertentes no que diz respeito a conceituar “opinião pública”. Há, no entanto, concordância, entre um grande número desses autores, ao considerar como a parcela mais exigente da opinião pública aquela localizada nos setores com maior escolaridade, maior renda e maior acesso a bens. Ver: FERREIRA, F. V. *Raízes históricas do conceito de opinião pública na Comunicação. Opinião Pública em Debate*, Belo Horizonte, v. 7, n. 1, 2015.

que antecederam o rompimento da barragem de Fundão — a melhor mineradora do Brasil. O prêmio sempre destacou a “total segurança com que a mineradora operava.”¹⁰ Ela só não recebeu o prêmio pela sexta vez, em 2016, porque o rompimento da barragem acabou comprometendo o seu *marketing*.

Um aspecto que a mídia nunca teve interesse em noticiar diz respeito exatamente à tão propalada segurança da operação nas mineradoras. Como ressalta a pesquisadora e professora da UFMG, Sofia Diniz, que integra o grupo “Estação Liberdade”, “falar em segurança total nesses casos, como sempre ressaltou a Samarco em seu *site* e em sua página do Facebook, não passa de sofisma. Mesmo assim e contra todas as evidências, ele continua sendo largamente disseminado”. (DINIZ, 2016, p. 109).

Ainda sobre premiações, a Samarco, agora envolvida em crime ambiental, foi eleita, em 2011, uma das três empresas mais transparentes do Brasil — e a principal entre as de capital fechado pelo Prêmio Anefac/Fipecafi/Serasa Experian. A empresa recebeu o troféu “em reconhecimento à clareza e à qualidade de seu Relatório da Administração e Demonstrações Financeiras de 2010” (www.anefac.com.br). Em qualquer país democrático, prêmios como esse estariam completamente desmoralizados. Aqui, no entanto, não só continuam sendo distribuídos como a mídia tradicional continua tratando empresas como Samarco, Vale e BHP Billiton como referências em gestão e segurança.

Caso a mídia brasileira quisesse cobrir a temática minerária para valer, poderia ser muito útil para a cidadania e para o país se mostrasse o que realmente se passa no setor. A presença da mineração é ostensiva, marcada na paisagem, no nome e na história de Minas Gerais. O desbravamento na região se iniciou no século XVI, com a busca dos bandeirantes por ouro e pedras preciosas. Transcorridos vários séculos, o estado continua tão dependente quanto antes do minério. Basta lembrar que cinco dias após o rompimento da barragem, quando bombeiros ainda buscavam por mortos, o prefeito de Mariana, Duarte Júnior, já saía em defesa da Samarco, favorável à sua suspensão por prazo determinado, mas não à paralisação definitiva dos trabalhos de sua mina na cidade. A explicação é simples: 80% da arrecadação do município é fruto da atividade mineradora.

Caberia à mídia brasileira, por outro lado, dar destaque a aspectos pouco conhecidos pela população, envolvendo o setor minerário, como os US\$ 2 bilhões por ano que o país deixa de arrecadar devido à falta de fiscalização e controle das exportações de minério de ferro.¹¹

Não mereceu nenhum destaque, por exemplo, a matéria publicada pelo jornal **Estado de Minas**, em 27 de abril de 2017, sobre a conclusão de estudo feito pela Rede Latino-Americana sobre Dívida, Desenvolvimento e Direitos (LatinDadd) em parceria com o Instituto de Justiça Fiscal (IJF). Inédito, o levantamento apontou subfaturamento de US\$ 39,1 bilhões nos embarques da matéria-prima entre 2009 e 2015. A cifra representa perda média de receitas fiscais da ordem de US\$ 13,3 bilhões no mesmo período, o correspondente a cerca de R\$ 42 bilhões, quase a metade do orçamento de **Minas Gerais** para 2017. Ao contrário do que se poderia imaginar, os demais veículos de comunicação pesquisados desconheciam o assunto.

10 Segundo o *site* da revista **Exame**, “o anuário traz um *ranking* com informações completas sobre as mil maiores empresas instaladas no Brasil, divididas em 18 setores dos ramos da indústria, comércio e serviços e outros 12 segmentos do agronegócio. A análise e a tabulação dos dados que compõem a edição são realizadas, de forma independente, por uma equipe da Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (Fipecafi), da Universidade de São Paulo. Já as melhores são escolhidas a partir do cruzamento de diversas informações, incluindo crescimento de vendas, liderança de mercado, liquidez corrente, entre outros. Para chegar aos resultados apresentados, a publicação avaliou as informações de 2014 das companhias participantes”. (**Revista Exame**, Edição Especial, 2014).

11 Para um aprofundamento sobre o assunto, ver “A desigualdade que nos une”, relatório da ONG inglesa, sem fins lucrativos, Oxfam 2017. O relatório está disponível em: www.oxfam.org.br.

2 Nem desastre nem acidente nem tragédia

A análise da cobertura realizada pelos quatro jornais pesquisados aponta para o fato de que, superado o impacto inicial, desde as primeiras horas após o rompimento da barragem de Fundão, a mídia buscou minimizar a responsabilidade da Samarco, além de ocultar a participação de suas controladoras, a Vale e a BHP Billiton, no episódio. A Samarco pertence à Vale, que, até 1998, chamava-se Companhia Vale do Rio Doce, a qual foi privatizada de forma criminosa no segundo governo de Fernando Henrique Cardoso, sob o argumento de que era deficitária e de que a iniciativa privada seria mais competente para tocar o empreendimento.¹² No momento em que os veículos de mídia pesquisados estão alinhados ao governo federal no que se refere ao apoio a novas privatizações, a pior coisa que poderia acontecer-lhes era um episódio como o rompimento da barragem de Fundão e nas circunstâncias em que se deu.

Antes mesmo de que o rompimento tivesse qualquer explicação técnica, não apenas esses jornais, mas também emissoras de rádio e TV passaram a tratá-lo como “acidente”, “desastre” ou “tragédia”. Tais veículos assim se mantiveram mesmo depois que laudos indicaram que a barragem de rejeitos estava com sua capacidade muito acima do aceitável, tinha problemas técnicos, o que demonstrava total descaso da Samarco para com essas condições.

Quanto à mineradora anglo-australiana BHP Billiton, ela é a gigante mundial do setor. Some-se a isso que, em se tratando da Vale, ela é uma das principais anunciantes da mídia brasileira, o que aumenta em muito o seu poder de pressão, especialmente num momento de crise econômica. É importante observar, ainda, que, para angariar simpatias dos anunciantes em tempos de vacas magras, essa mídia deliberadamente evita pautas “negativas”.¹³ Talvez isso explique o fato de a mídia não ter dado o devido destaque para as condições de operação na barragem de Fundão, com a inexistência de planos de contingência. Nem uma sirene, equipamento básico de segurança, havia sido instalada para alertar os funcionários e moradores de Bento Rodrigues sobre possíveis riscos e problemas. O simples toque dessa sirene poderia ter salvado muitas vidas.

Ao mesmo tempo em que Vale e BHP Billiton tentavam concentrar na Samarco a responsabilidade pelo crime ambiental e humano praticado por elas, a assessoria de comunicação da Samarco passou a desempenhar papel-chave na tentativa de construir, junto à opinião pública, uma narrativa que lhes fosse mais conveniente.

Antes de se completarem três meses do rompimento da barragem, já começava a distribuição para as redações, em Minas e no Brasil, de kits contendo informações e explicações “técnicas” sobre o “acidente”.¹⁴ A título de facilitar a tarefa dos jornalistas, a Samarco tratava de emplacar a sua versão. Funcionou. Apesar de todas as evidências contrárias àquelas empresas, somente os *sites* CGN, Conversa Afiada e O Cafezinho continuaram denominando o episódio de “crime”.

Em sinal de protesto, foi criado, pouco depois, em fevereiro de 2016, o jornal **A Sirene**, produzido pelos próprios atingidos e mantido através de acordo entre eles, o Ministério Público e a Arquidiocese de Mariana. Sempre no dia 5 de cada mês (data que marca o rompimento da barragem), é lançada uma nova edição. São veiculados relatos sobre as dificuldades enfrentadas e, também, denúncias

12 “**Venda da Vale completa 20 anos e foi um dos maiores crimes...**” Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/.../venda-da-vale-completa-20-anos-e-foi-um-dos-ma...> 6 maio 2017. Acesso em: 7 mai. 2017. Não custa recordar que a Vale do Rio Doce (hoje apenas Vale) foi vendida por R\$ 3,3 bilhões, quando somente as suas reservas minerais eram calculadas em mais de R\$ 100 bilhões à época.

13 Por pautas negativas entendem-se aquelas capazes de levantar problemas ou apresentar quaisquer dificuldades ou aspectos delicados para empresas, governos, entidades ou cidadãos.

14 Essa informação nos foi repassada por dois jornalistas diretamente envolvidos com essa cobertura, um de rádio e outro de televisão. Como os kits eram personalizados, os informantes pediram sigilo, temendo represálias por parte das empresas em que atuam.

sobre a Samarco e suas controladoras, esclarecimentos para as comunidades atingidas e a troca de experiências entre os antigos vizinhos. Entre outras ações detectadas, estava também a da área de Relações Públicas da Samarco, que passou a atuar diretamente junto aos atingidos, tentando convencê-los de que aguardar pelas providências oficiais era o melhor caminho.

Ao contrário da mídia tradicional, que passou a dar destaque apenas para a perda de receita da região e o risco do desemprego generalizado com a suspensão das atividades da Samarco, **A Sirene** tem mostrado o outro lado: o preconceito vivido por atingidos que decidiram clamar por seus direitos e a realidade de Mariana, uma cidade dividida pelos rumos da mineração.

Diferentemente dos veículos da mídia tradicional pesquisados, o jornal **A Sirene** trata o episódio do rompimento da barragem de Fundão como crime. Posturas tão diferentes não acontecem por acaso. Como se sabe, essas denominações envolvem significados diversos com igualmente diversos desdobramentos no que se refere à esfera penal e à reparação dos danos. De acordo com o **Dicionário Aurélio**, as definições das quatro palavras usadas para se referir ao ocorrido são as seguintes:

- Acidente: acontecimento casual, fortuito, *inesperado*; ocorrência; qualquer acontecimento, desagradável ou infeliz, que envolva dano, perda, *sofrimento* ou morte;
- Crime: transgressão imputável da lei penal por dolo ou culpa, ação ou omissão; delito;
- Desastre: evento, acontecimento que causa *sofrimento* e grande prejuízo (físico, moral, material, emocional); desgraça;
- Tragédia: ocorrência ou acontecimento funesto que desperta piedade ou horror; catástrofe, desgraça. (destaques nossos).

“Acidente” e “desastre” têm em comum a ideia do “sofrimento” e do dano ou perda e prejuízo. Entretanto, enquanto “acidente” carrega consigo o entendimento do inesperado, o “desastre” pode ser causado pela natureza ou pelo próprio ser humano. Já quanto à “tragédia”, a ênfase é colocada no ocorrido e suas consequências. De forma bastante distinta, está definido o “crime”, pois associa ao evento o dolo ou culpa por ação ou omissão e as consequentes penalidades previstas pela lei.

Um acidente ou uma tragédia são fatalidades que independem da ação/vontade das pessoas. Diante da fatalidade ou do destino, não há motivo para se falar em culpados e, menos ainda, para se indenizar ou reparar danos provocados. Ao que tudo indica, não terá sido por acaso que os quatro jornais pesquisados e também as duas emissoras de rádio e as duas de televisão optaram por referir-se ao rompimento da barragem de Fundão como “acidente” e à situação das pessoas mortas ou que perderam tudo como sendo vítimas de uma “tragédia”.

O jornal **Estado de Minas**, inclusive, publicou, em 5 de dezembro de 2015, quando o rompimento da barragem de Fundão completou um mês, um caderno especial, denominado “Vozes de Mariana”.¹⁵ Segundo o jornal, o especial reuniu “relatos de pessoas que tiveram suas vidas modificadas para sempre quando a Barragem do Fundão se rompeu”. Além de caderno especial, o trabalho dos quatro repórteres que permaneceram duas semanas na região incluiu vídeos nos quais registraram, sempre em primeira pessoa, como destaca a publicação, “histórias de medo, desespero, coragem e superação dos sobreviventes diante do *desastre*”. (Grifo nosso).

Em 10 de setembro de 2016, durante debate¹⁶ em que estavam presentes também integrantes dessa equipe do jornal **Estado de Minas**, um dos membros do grupo de pesquisa “Estação Liberdade” teve

¹⁵ A íntegra desse caderno pode ser acessada em <https://www.em.com.br/vozes-de-mariana/>.

¹⁶ O debate intitulado “Comunicação construtiva: novas narrativas em tempos difíceis” foi promovido pela rede internacional Imagens e Vozes da Esperança (IVE).

oportunidade de questionar a opção deles em adotar os termos “desastre e tragédia” em detrimento de “crime”. Como resposta, ouviu que jornalistas não devem falar em causas e nem em possíveis responsáveis sem que isso tenha sido provado. Em outras palavras, ficou patente, no mínimo, a visão burocrática desses profissionais em relação à atividade que exercem.

A título de comparação, se, na década de 1970, os repórteres do jornal estadunidense **Washington Post** tivessem ficado esperando que as autoridades investigassem e apresentassem suas conclusões ou provas sobre o arrombamento da sede do Partido Democrata para publicarem suas reportagens, o célebre Caso Watergate não teria se transformado em um dos maiores e melhores trabalhos jornalísticos de todos os tempos.

Diante de todos esses problemas verificados na cobertura do crime ambiental e humano de Mariana, ele se tornou um caso paradigmático para se entender a atuação da mídia no Brasil dos dias atuais.

3 Silenciamento

Outro aspecto a ser observado em se tratando da mídia no episódio do rompimento criminoso da barragem de Fundão é o seu silenciamento sobre aspectos que interessam à cidadania e se opõem aos interesses dos grandes grupos políticos e econômicos. O silenciamento é a outra face da teoria da *agenda setting*,¹⁷ pela qual os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados com maior destaque na cobertura jornalística. Assim, as notícias veiculadas pela mídia, se não necessariamente determinam o que as pessoas pensam sobre um assunto, são bem-sucedidas em fazer com que o público pense e fale sobre um determinado assunto, e não sobre outro.

O silenciamento sobre as causas do crime foi tamanho, que a opinião pública passou a fazer coro com a versão de “acidente”, e até parte dos atingidos também começou a repeti-la acriticamente. É aceitável se falar em acidente, quando se sabe que a Samarco e suas sócias tinham pleno conhecimento do risco que a barragem de Fundão corria e, mesmo assim, continuaram despejando rejeitos minerais no local? Especialistas e parlamentares que também dispunham dessas informações poderiam ter questionado as versões divulgadas pela mídia, mas a maioria igualmente preferiu se calar.

É digna de nota a subserviência da maioria das autoridades de praticamente todas as legendas (vereadores, prefeitos e o próprio governador de Minas Gerais) à Samarco/Vale/BHP Billiton. Caso contrário, como explicar que tenha tido enorme repercussão a possibilidade levantada pela própria Samarco de que um tremor de terra na região poderia ser o responsável pelo rompimento da barragem? Como explicar, igualmente, que o governador de Minas Gerais, Fernando Pimentel, ao visitar a região atingida, tenha dado entrevista coletiva na sede da Samarco, quando o adequado é que atendesse à imprensa em local neutro? O que justifica que, diante de um episódio dessa magnitude, a então presidenta Dilma Rousseff tenha demorado cinco dias para sobrevoar a região atingida?

É igualmente estranho que dezenas de vereadores e prefeitos de Minas Gerais e do Espírito Santo, que teve também várias cidades atingidas, tenham se somado, a partir do início de 2017, à voz das mineradoras para que a Samarco retomasse suas atividades o mais rápido possível. Isso antes mesmo de ela ter tomado as providências necessárias em relação ao crime que praticou. Não seria mais

17 A teoria do agendamento ou *agenda setting* foi formulada pelos pesquisadores estadunidenses Maxwell McCombs e Donald Shaw na década de 1970. A teoria utiliza a ideia simbólica de agenda. Ela se preocupa com a agenda dos meios de comunicação e com a agenda da sociedade, mostrando que, cada vez mais, essas agendas não coincidem, com os meios de comunicação tentando persuadir o público com ideias e opiniões que nem sempre coincidem com os interesses mais relevantes para essas pessoas.

conveniente que esses políticos fizessem pressão para que os governos tornassem a legislação para o setor mais adequada, obrigando as mineradoras a serem transparentes e coibindo a evasão fiscal que praticam?

A tônica de praticamente todas as coberturas na grande imprensa, durante os meses seguintes ao rompimento da barragem, e de lá até os dias atuais, tem sido igual: silêncio para a negligência das mineradoras e dos governos (municipal, estadual e federal), que têm a obrigação de fiscalizar o setor. Para os veículos de mídia pesquisados, tudo não passou de um acidente, de um desastre cuja consequência, infelizmente, foi trágica para a vida de centenas de pessoas.

É importante salientar que a maioria dos parlamentares de Minas Gerais sempre teve nas mineradoras seus financiadores de campanha, e a Vale é também uma importante parceira de universidades e de instituições de pesquisa. A empresa patrocina, junto com a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), do Ministério da Educação, o prêmio Vale-Capes de Ciência e Sustentabilidade.¹⁸ Outro exemplo de como o interesse das empresas mineradoras está articulado aos interesses políticos pode ser visto na declaração do deputado federal Leonardo Quintão, presidente da comissão encarregada da elaboração do projeto do novo Código de Mineração Brasileiro. Antes de se tornar proibição legal, ele dizia não ver nenhuma incompatibilidade entre ser financiado, como era o caso dele, por essas empresas e estar à frente da comissão que iria propor mudanças na regulação para elas. É importante destacar, inclusive, que, após o golpe parlamentar-midiático-judicial de 2016, a legislação brasileira sobre financiamento de campanha retrocedeu de forma a privilegiar os candidatos ricos ou muito ricos.

É importante destacar, ainda, que veículos como a **Folha de S. Paulo** e a rádio CBN inicialmente chegaram a mostrar inconsistências dos dados apresentados pela Samarco. Mas esses mesmos veículos optaram, em seguida, por um tratamento mais discreto sobre o assunto. Tanto que o relatório do procurador-geral da República, José Adércio Leite Sampaio, coordenador da força-tarefa do Ministério Público Federal (MPF) para apurar causas e responsabilidades no episódio, foi mencionado quase que *en passant* nas reportagens desses veículos. Em suas conclusões, Leite Sampaio assinala, dentre as principais causas do rompimento, “uma volúpia empresarial muito grande”, por parte da Vale.

As razões para empresas que possuem mais de um veículo de comunicação produzirem coberturas com tons diferenciados são conhecidas. A título de exemplo, enquanto o jornal **O Globo** ressaltava o lado das mineradoras, a rádio CBN, especialmente nos seus noticiários da madrugada, dava voz aos atingidos e aos críticos da forma como a mineração tem sido praticada no Brasil. O mesmo se repetiu com a BandTV e com a rádio BandNews. Já o jornal diário de distribuição gratuita **Metro** — cuja franquia brasileira pertence ao grupo Band —, em sua edição para Belo Horizonte, promoveu até um jantar beneficente com “a renda revertida para os atingidos pela tragédia”. Detalhe: os convites foram disputados entre a elite local, que queria aparecer nas páginas da publicação por seu gesto “humano” e “caridoso”.

Antes de completar um ano, o crime ambiental e humano em Mariana já tinha perdido toda a sua visibilidade. Ao completar dois anos, encontra-se completamente distante do interesse da opinião pública. Poderia ter sido diferente? Claro que sim! Os veículos de mídia pesquisados nunca demonstraram interesse em apurar o que realmente aconteceu. Da mesma forma, nunca foi interesse dessa mídia fazer um raio X desse setor no país, tendo em vista as implicações econômicas e políticas decorrentes. Daí não ser difícil explicar os motivos pelos quais a mídia internacional, especialmente a

¹⁸ O prêmio é anual e contempla dissertações e teses defendidas no período e que abordem temas ligados à sustentabilidade. As premiações contemplam os autores das pesquisas bem como seus orientadores. Mais informações podem ser obtidas no *link*: <http://www.capes.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/7964-premio-vale-capes-seleciona-melhores-trabalhos-sobre-sustentabilidade-no-pais>.

TV pública inglesa British Broadcasting Corporation (BBC)¹⁹ e o *site* também inglês The Ecologist,²⁰ terem feito as coberturas mais numerosas e aprofundadas sobre o assunto.

Para quem não se recorda, o episódio em Mariana não foi o primeiro envolvendo a Samarco. Em 2014, a mineradora já havia sido acusada, junto à Vale e à ArcelorMittal, de emissão de pó preto no ar da cidade de Vitória, capital do Espírito Santo. O caso levou à abertura da CPI do Pó Preto, e as três empresas foram responsabilizadas pela poluição. Também não foi a primeira vez que a Samarco se viu envolvida em episódios com vítimas fatais.

Até então, o mais grave problema enfrentado pela empresa havia acontecido na Mina de Fernandinho, em Itabirito (MG), em 1986, quando morreram sete pessoas. O segundo maior foi em 2001, na barragem de Rio Verde, em Macacos, na Região Metropolitana de Belo Horizonte, quando o número de vítimas fatais chegou a cinco. Mesmo assim, a imprensa regional sempre evitou cobertura específica e permanente à exploração minerária.

A decisão do juiz Jacques de Queiroz Ferreira de suspender o processo, quase às vésperas de completar dois anos, desconsiderou todas as evidências até então coletadas. Levou em conta apenas o pedido feito pelo advogado do diretor-presidente licenciado da Samarco, Ricardo Vescovi, e do diretor-geral de operações da empresa, Kleber Terra, que alegou que escutas telefônicas usadas no processo foram feitas de forma ilícita. A quebra do sigilo telefônico teria ultrapassado o período judicialmente autorizado, e essas conversas, uma vez analisadas pela Polícia Federal, foram usadas pelo Ministério Público Federal (MPF) na denúncia.

De acordo com o processo, 21 pessoas são acusadas de homicídio qualificado com dolo eventual — quando se assume o risco de matar. Essas pessoas também são acusadas por crimes de inundação, desabamento, lesão corporal e crimes ambientais. A Samarco, a Vale e a BHP são acusadas por nove crimes ambientais. Já a VogBR e um engenheiro respondem pelo crime de apresentação de laudo ambiental falso.

A decisão do juiz foi recebida com indignação e revolta pelos sobreviventes do distrito de Bento Rodrigues. Essas pessoas perderam o que possuíam e até o momento não receberam qualquer indenização. Ambientalistas brasileiros e estrangeiros viram a decisão com perplexidade, cada dia mais temerosos de que o crime acabe em “pizza”.

Em outras palavras, as poucas reportagens que enfocavam a situação dos atingidos foram substituídas por notícias favoráveis aos interesses da Samarco. E a pressão pró-empresa não parou aí. Uma audiência pública realizada pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (ALMG), em 23 de maio de 2017, a pedido do deputado Roberto Andrade (PSB), ao que tudo indica, tinha o objetivo de contribuir para a retomada dessas atividades. Tanto que, em entrevista, o parlamentar destacou que, além do dano ambiental, era preciso avaliar o prejuízo econômico e social causado pela paralisação das atividades da Samarco.

A mídia mineira cobriu e deu destaque à reunião, que foi praticamente ignorada pela mídia nacional. Igualmente, está passando quase em brancas nuvens a tramitação, no Congresso Nacional, das novas medidas para o setor de minérios no Brasil. Esse silenciamento, ao contrário do que se possa imaginar, é positivo apenas para as empresas mineradoras. Para elas, quanto mais distantes desses assuntos estiverem a opinião pública e os movimentos sociais envolvidos, como é o caso do

19 “Desastre em Mariana foi acidente ou crime?” Disponível em: www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/11/151110_ministro_mariana_ms. Acesso em: 12 nov. 2015.

20 NAGHETTINI, Ana Luísa; LOPES, Geraldo. Disponível em: <https://theecologist.org/2015/nov/19/tailings-dam-breach-assassination-brazils-fifth-largest-river-basin>. Acesso em: 20 nov. 2015. “Vale and the Anglo-Australian BHP Billiton, near Mariana city, Minas Gerais state, killing 11 people. [...] To an environmental crime scene has yet to be opened up to independent examination [...]” Sites nacionais como o CGN, Conversa Afiada e O Cafezinho também divulgaram boas análises e artigos de especialistas sobre o tema, mas é importante ressaltar que nenhum deles dispõe de equipe de reportagem ou de apuração própria. Este, aliás, é um problema que o novo jornalismo ou jornalismo digital no Brasil enfrenta.

Movimento dos Atingidos por Barragens (MAB), mais chances têm de manterem tudo como está ou mesmo ampliarem suas ações.

Só em Minas Gerais existem aproximadamente 730 barragens de resíduos, a maioria sem a devida fiscalização. É de se supor que o quadro verificado em Fundão não seja único. A própria Vale se prepara para construir, próximo a Belo Horizonte, a barragem de Maravilhas III, que, se for viabilizada, terá capacidade duas vezes maior do que a de Fundão. Deve ser destacado que a Vale teve o pedido de Licença Prévia (LP) para a construção de Maravilhas III aprovado em 28 de junho de 2016 pela URC Rio das Velhas, do Conselho Estadual de Política Ambiental (Copam).

Em 17 de novembro de 2017, a Ação Penal sobre o crime cometido pela Samarco relativo ao rompimento da barragem de Fundão voltou a tramitar na Justiça. A esperança que essa decisão provocou em todos os atingidos durou pouco. Em sua defesa, a Samarco argumentou que medidas de reparação tomadas após a “tragédia” justificam a absolvição nos crimes ambientais a que responde. Entre as medidas tomadas, a defesa da Samarco cita também o acordo que fez com a União, que não é homologado pela Justiça, e a criação da Renova, fundação bancada pela empresa e suas controladoras (Vale e BHP Billiton) para arcar com o ônus da reparação de áreas atingidas e pagamento de indenizações. Detalhe: com a fundação Renova, as três mineradoras envolvidas procuram desvincular seus nomes do crime praticado.

Ao que tudo indica, o objetivo maior da Samarco é ganhar tempo e se valer do esquecimento do assunto por parte da opinião pública. Quanto às autoridades, tanto o governo mineiro quanto o governo federal e mesmo a Prefeitura de Mariana não parecem nem um pouco dispostos a comprar briga com a Samarco em nome da justiça e da verdade dos fatos. Quanto à mídia tradicional, ela vem cumprindo com rigor o papel que lhe cabe na defesa dos interesses dos grandes grupos econômicos. O crime de Mariana praticamente desapareceu do noticiário. Foi silenciado. As vítimas que sobreviveram à toda a destruição provocada pela lama padecem, agora, de um sofrimento igualmente mudo: a depressão.

Considerações finais

A mídia não pode alterar a realidade, mas pode alterar, em muito, a percepção das pessoas sobre a realidade. O rompimento da barragem de Fundão, em Mariana, é um exemplo. Desde o início, os interesses das mineradoras Samarco, Vale e BHP Billiton falaram mais alto e os interesses da cidadania foram silenciados. Apesar das evidências de que o rompimento aconteceu em função de negligência dessas empresas, os mais de 600 moradores de Bento Rodrigues não tiveram, até o momento, seus direitos reconhecidos, nem as famílias das 19 pessoas mortas foram indenizadas. Criar uma fundação para cuidar desses assuntos é, sem dúvida, uma forma de retardar o processo, de “empurrar com a barriga”, como se diz em linguagem popular.

Os oito veículos pesquisados jogaram o jogo dos grandes grupos empresariais e dos interesses políticos, e as ações articuladas pelos atingidos, como o jornal **A Sirene**, a cobertura feita por *sites* alternativos e pela mídia internacional não foram suficientes para alterar esse quadro. A suspensão do processo contra as mineradoras por parte da Justiça aumentou a chance de elas e de seus responsáveis saírem ilesos. Transformar um crime em acidente, desastre ou tragédia, como fez a mídia, contribui para a falta de punição.

Ao confundir a opinião pública e procurar desmobilizar os próprios atingidos, os veículos pesquisados acabaram criando versões e divisões que interessam apenas aos detentores do capital, no caso, às mineradoras e aos seus parceiros. Fatos assim devem, cada vez mais, preocupar os pesquisadores e os cidadãos brasileiros. Até porque a transparência da informação é pressuposto para uma sociedade democrática e uma das garantias para se combater crimes e violações de direitos de quaisquer espécies.

Exatamente por isso é preciso apontar a corresponsabilidade da mídia nesse processo. Corresponsabilidade que pode propiciar que crimes iguais ou piores voltem a acontecer.

Referências

- CARRATO, Ângela; FRANCISCO, Dalmir. (Org.). **Mídia, docência e cidadania**. Belo Horizonte: Fino Traço, 2016.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.
- CORNU, Daniel. **Ética da informação**. Bauru: Edusc, 1997.
- DINIZ, Sofia M. C. Samarco: dos dias de glória ao banco dos réus. In: CARRATO, Ângela; FRANCISCO, Dalmir. (Org.). **Mídia, docência e cidadania**. Belo Horizonte: Fino Traço, 2016. p. 99-119.
- FERREIRA, F. V. Raízes históricas do conceito de opinião pública na Comunicação. **Opinião Pública em Debate**, Belo Horizonte, v. 7, n. 1, 2015.
- INTERVOZES. **Sistemas públicos de comunicação no mundo**: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009.
- McCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.
- Consequências do vazamento de petróleo no golfo do México. UOL notícias, 20 nov. 2011. Disponível em: www.uol.com.br. Acesso em: 20 set. 2017.
- NAGHETTINI, A. L.; LOPES, G. Disponível em: <https://theecologist.org/2015/nov/19/tailings-dam-breach-assassination-brazils-fifth-largest-river-basin>. Acesso em: 20 de nov. de 2015.
- Desastre em Mariana foi acidente ou crime?** Disponível em: www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/11/151110_ministro_mariana_ms. Acesso em: 12 de nov. de 2015.

Guerra da pós-verdade: a batalha político-midiática do Movimento Brasil Livre

Alberto Rodrigues de Freitas Filho*

Pollyana Ferrari Teixeira**

Resumo

Em um cenário caracterizado pela crescente digitalização de todos os aspectos da vida humana, a concepção da verdade pode estar sendo alterada radicalmente. Na chamada era da “pós-verdade”, fatos objetivos teriam cada vez menos importância diante do apelo às emoções e às crenças intersubjetivas. Esse fenômeno se manifesta principalmente nas redes sociais, onde algoritmos favorecem a criação de câmaras de eco, que ressoam apenas as informações identificadas com as preferências de cada usuário e tornam invisíveis as informações que estejam fora desse campo de interesses previamente manifestados. Assim, o alcance de informações partidárias ou com teor ideológico pode ser ampliado, influenciando a percepção do público sobre a realidade. Nesse cenário, grupos como o Movimento Brasil Livre (MBL) ocupam as redes sociais para disseminar informações apoiadas em fatos imprecisos e por vezes inverídicos, em torno das quais buscam dar visibilidade e arregimentar seguidores para suas causas e interesses políticos, travando uma batalha contra o modelo jornalístico tradicional e seu compromisso com a verdade.

Palavras-chave: Pós-verdade. *Fake news*. Jornalismo. Mídia. Redes sociais.

Post-truth war: the political-mediatic battle of the Free Brazil Movement

Abstract

In a scenario marked by the rising digitization of all aspects of human life, the conception of truth may be radically changing. In the so-called “post-truth” era, objective facts would become less important than the appeal to intersubjective emotions and beliefs. This phenomenon is manifested mainly in social media, where algorithms favor the creation of echo chambers, which resonate only that information identified with each user’s preferences and make invisible the information that is outside of this previously expressed field of interests. Thus, the reach of partisan or ideological information can be broadened, influencing the perception of the reality by the public. In this scenario, groups such as the Free Brazil Movement occupy social networks to disseminate information based on imprecise and sometimes untruthful facts, around which they seek to give visibility and harness followers to their political causes and interests, fighting a battle against the traditional journalistic model and its commitment to the truth.

Keywords: Post-truth. Fake news. Journalism. Media. Social Media.

Recebido: 28/02/2018

Aceito: 05/07/2018

* Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Bolsista Capes.

** Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Professora Doutora do Departamento de Jornalismo e Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD), ambos na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

Considerações iniciais

No final de 2017, o grupo denominado Movimento Brasil Livre (MBL) reunia mais de 2.500.000 seguidores no Facebook, além de outras centenas de milhares em redes sociais como Twitter, Youtube e Instagram.¹ Dado o alcance e a relevância que conquistou por meio de uma ação localizada nas redes sociais, o MBL tem sido tema de reportagens investigativas da grande mídia e também objeto de inúmeras pesquisas acadêmicas no Brasil. Desde o começo, o grupo se pauta pela busca por visibilidade, a qualquer custo. Gohn (2017, p. 46) lembra que a própria sigla do grupo foi criada para “confundir e capturar o lastro de sucesso do MPL (Movimento Passe Livre), movimento distinto”.

O perfil político do MBL situa-se no campo contraditório de ideias que misturam o liberal e o neoconservadorismo. Liberal porque defende o livre mercado e é antiestatista no que diz respeito à forma como interpreta o papel do Estado na sociedade e na economia. O Estado é visto como problema quando regula ou intervém no mercado. [...] Difere, portanto, do MPL (Movimento Passe Livre), localizado no campo autonomista e no espectro do socialismo, que considera o Estado e o mercado como forças de opressão e desigualdade. É neoconservador por ser contra vários direitos sociais e culturais modernos. (GOHN, 2017, p. 46-47).

Em nossa abordagem aqui proposta, no contexto de um programa de estudos pós-graduados em Tecnologias da Inteligência e Design Digital, não temos como objetivo analisar em profundidade a atuação política do MBL, uma vez que nosso estudo não se desenvolve no campo das Ciências Sociais ou das Ciências Políticas, embora possa se fundamentar em bibliografia comum a essas áreas. Buscamos compreender, prioritariamente, como se estabelece a ação midiática do referido grupo no Facebook, que também se apresenta como ação política, na medida em que é instrumentalizada de modo a potencializar a visibilidade e o alcance das pautas políticas que interessam ao MBL e aos seus aliados.

Ao lançarmos um olhar sobre a ação do MBL como movimento midiático, e não apenas político, partimos da hipótese de que o referido grupo promove, nas redes sociais, uma cruzada contra o modelo de produção e distribuição de conteúdo jornalístico dominante, opondo-se ao poder exercido pelas maiores empresas e conglomerados midiáticos no Brasil.² Na mira do MBL, estão veículos tradicionais como a TV Globo e os jornais **O Globo** e **Folha de S. Paulo**, entre outros, além de jornalistas, artistas, professores e intelectuais que o grupo caracteriza como representantes da “extrema esquerda”.

Essa ação político-midiática se dá no tempo líquido chamado de era da “pós-verdade”, em que os fatos objetivos perdem importância diante do forte apelo às emoções, aos desejos e aos valores intersubjetivos. Potencializados por meio de conteúdo divulgado nas redes sociais, esses fatores humanos servem de iscas poderosas para atrair a atenção, os cliques e as interações dos usuários, reforçando vieses cognitivos. Por isso, buscamos também a compreensão do fenômeno da “pós-verdade”, que ganhou importância a partir da análise do papel da mídia na eleição de Donald Trump, o 45º presidente dos Estados Unidos da América, em 2016.

Depois de eleito, após uma campanha marcada por troca de acusações, frases de efeito, boataria e informações não verificadas, o republicano assumiu uma posição de enfrentamento contra emissoras

1 Optamos, neste artigo, por fazer referência ao MBL como grupo e não como “movimento social”. Para Maria da Glória Gohn, “o movimento assemelha-se mais a um grupo de pressão, pois não se trata de um movimento social estruturado com bases organizadas”. (GOHN, 2017, p. 48).

2 Nesse ponto, o MBL se coloca como alternativa à mídia tradicional, visando a estabelecer um modelo de mídia livre, independente ou alternativa baseado nas redes sociais. Porém, o grupo não guarda muita semelhança com a ação dos coletivos que ganharam projeção durante os protestos de junho de 2013, como o Mídia Ninja e Jornalistas Livres, entre outros, que se opunham à cobertura jornalística desses eventos pela mídia hegemônica.

de TV e jornais norte-americanos, que se atreveram a questionar a veracidade de fatos propagandeados pela gestão que se iniciava. Acreditamos, portanto, que essa é a nova frente de batalha da guerra político-midiática iniciada na campanha eleitoral norte-americana, uma guerra da “pós-verdade”. Aqui apelamos à metáfora da guerra no modelo proposto por Hardt e Negri:

Em certos casos, as metáforas de guerra são aplicadas a forma de competição e a relações de força que em geral não envolvem violência letal ou derramamento de sangue, tais como os esportes, o comércio e a política interna de um país. Em todas essas formas de competição, temos competidores, mas não realmente inimigos no sentido próprio. Esse emprego metafórico serve para chamar a atenção para os riscos, a competição e conflito que estão envolvidos nessas diferentes atividades, mas também pressupõe uma diferença fundamental em relação à guerra real. Em outros casos, o discurso metafórico da guerra é invocado como manobra política estratégica para conseguir a total mobilização de forças sociais em torno de um objetivo de união que é típico de um esforço de guerra. (HARDT; NEGRI, 2005, p. 34).

Considerando que estamos às vésperas de uma conturbada campanha eleitoral para eleger o próximo presidente ou a próxima presidenta do Brasil, propusemo-nos a analisar o papel do Movimento Brasil Livre em um novo tipo de confronto que se dá na esfera midiática brasileira. Em nossa opinião, essa batalha não se resume apenas à confrontação ideológica entre direita e esquerda, entre conservadores e progressistas, entre “coxinhas” e “mortadelas”. Embora tenha como pano de fundo um cenário de intensa polarização, esse confronto se estabelece, sobretudo, entre o “velho” e o “novo”.

1 Na mira da pós-verdade

Na obra **Post-truth: the new war on truth and how to fight back**, o jornalista britânico Matthew D’Ancona (2017) analisa as implicações do fenômeno denominado “pós-verdade”. Definido como a palavra do ano pelo **Oxford Dictionaries** (WORD, 2016), o termo é um adjetivo que “expressa ou denota circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que os apelos à emoção e às crenças pessoais”.³ Para o autor, no mundo da pós-verdade, a verdade não é determinada por um processo de avaliação racional, ponderação e conclusão: “você escolhe a sua própria realidade, como se estivesse em um bufê”. (D’ANCONA, 2017, p. 56).

Isso vale até mesmo para o modo como as informações são produzidas, distribuídas e consumidas por meio de tecnologias de informação e comunicação (TIC), criando um terreno fértil para a veiculação das chamadas *fake news*, ou seja, notícias falsas. Embora não caracterizem um problema recente, agora podem ser disseminadas a uma velocidade jamais vista, com o auxílio das redes sociais digitais. Não por acaso, o termo “pós-verdade” ganhou visibilidade recente nas análises sobre o papel da mídia na disputa da eleição presidencial norte-americana em 2016, cujo resultado pode ter sido influenciado pela divulgação massiva de notícias falsas, boatos e informações não verificadas. No artigo “Social media and fake news in the 2016 election”, de Hunt Allcott e Matthew Gentzkow, os autores analisam o possível impacto da exposição dos eleitores a informações enganosas durante a campanha, apresentando a seguinte definição:

Nós definimos como “*fake news*” as notícias que são intencionalmente e verificadamente falsas e podem enganar os leitores. [...] Nossa definição inclui notícias intencionalmente fabricadas [...] E também inclui várias notícias que se originam em *websites* que divulgam sátiras, mas que podem ser entendidas como factuais, especialmente quando visualizadas isoladamente nos *feeds* do Twitter e do Facebook.⁴ (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017, p. 213-214).

3 Tradução livre dos autores. No original: “an adjective defined as ‘relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief.’”

4 Tradução livre dos autores. No original: “We define ‘fake news’ to be news articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers. [...] Our definition includes intentionally fabricated news articles [...] It also includes

Esse tipo de informação, cuja veracidade não pode ser atestada, é cada vez mais disseminada graças à propensão dos indivíduos a compartilhar conteúdos que se identifiquem com suas crenças, mesmo que não estejam relacionados a fatos verdadeiros. De acordo com Ethan Zuckerman (2017), esse mecanismo cria um terreno fértil para a propagação de notícias partidárias, que fortalecem a sensação de pertencimento a certos grupos identitários, criando uma câmara de eco. Segundo ele, a preferência por veículos compatíveis com determinada posição política não é nova.

Mesmo nos dias dos panfletos e dos primeiros jornais, era possível achar uma câmara de eco que refletisse posições específicas. A ascensão dos jornais de grande circulação e da mídia eletrônica, que precisavam evitar alienar grandes parcelas da população a fim de manter sua viabilidade econômica, nos conduziu a uma era na qual o jornalismo partidário se tornou menos comum. (ZUCKERMAN, 2017, p. 6).

Na visão de D’Ancona (2017), isso acontece também porque o papel dos algoritmos que estão por trás das redes sociais é nos conectar com as coisas de que gostamos ou poderemos gostar. “Eles são fantasticamente responsivos aos gostos pessoais e — até o momento — fantasticamente cegos à veracidade. A *web* é o vetor definitivo da pós-verdade precisamente porque ela é indiferente à falsidade, à honestidade e à diferença entre elas.” (D’ANCONA, 2017, p. 53). Para o autor, este é o motivo pelo qual as *fake news* se tornaram um problema, especialmente no Facebook. Porém, Zuckerman (2017) acredita que essa estrutura é anterior às redes sociais, pois, na visão dele, três gerações diferentes de mídia *on-line* tornaram possível selecionar os tópicos e pontos de vista em que cada usuário está mais interessado. Segundo o autor, a *web* anterior ao *Google* já nos permitia selecionar pontos de vista mais ou menos como uma banca de jornais, quando uma publicação é escolhida em detrimento de outra. O autor também atribui à linguagem essa possibilidade de fazermos nossas escolhas:

Com a ascensão dos *sites* de busca, a navegação baseada em interesses passou a nos conduzir à segregação ideológica, seja por causa dos tópicos que selecionamos, seja pela linguagem que utilizamos. [...] A linguagem empregada para descrever uma questão [...] pode isolar a informação que obtemos, com base em critérios ideológicos. (ZUCKERMAN, 2017, p. 6).

1.1 Verdade em crise

Rasmus Kleis Nielsen e Lucas Graves (2017), em um estudo sobre as perspectivas do público sobre as *fake news*, publicado pelo Reuters Institute for the Study of Journalism, apontaram outras duas mudanças estruturais que podem ser identificadas com o conceito de “pós-verdade”. A primeira dessas mudanças é relacionada ao que os autores caracterizam como uma “crise de confiança” em relação à imprensa e outras instituições públicas, incluindo os políticos. Segundo eles, os cidadãos têm se mostrado altamente céticos quanto às informações que circulam nos espaços públicos atualmente, sejam as que ouvem dos políticos, publicadas pela imprensa, ou as encontradas nas redes sociais e por meio de mecanismos de busca. Em consonância com o que afirmava Zuckerman, Nielsen e Graves acreditam que essa queda da confiança ocorreu antes do advento das mídias digitais:

É claro que, nos Estados Unidos, por exemplo, o declínio da confiança começou bem antes do advento das mídias digitais, e que isto se deu em parte por uma tabloidização parcial do panorama das notícias e da crescente polarização política, acompanhada por um senso de terreno comum

many articles that originate on satirical websites but could be misunderstood as factual, especially when viewed in isolation on Twitter or Facebook feeds.”

reduzido e de ataques políticos mais frequentes e intensos contra a imprensa.⁵ (LADD *apud* NIELSEN; GRAVES, 2017, p. 2).

Outra mudança estrutural mencionada no estudo de Nielsen e Graves (2017) consiste na virada de um ambiente dominado pelos meios de comunicação de massa eletrônicos e impressos do século XX para um ambiente crescente de mídias digitais, móveis e sociais. Nesse novo cenário, ainda é crítica a importância dos editores (ou *publishers*) como produtores de notícias. Porém, agora, eles desempenham um papel de menor importância como “distribuidores” e “*gatekeepers*”, uma vez que os leitores têm mais opções do que tinham antes, e um “pequeno número de grandes plataformas” molda o consumo de informações por meio de mecanismos de busca, redes sociais e aplicativos de mensagens. (NIELSEN; GRAVES, 2017, p. 2).

Para chegar a essas conclusões, os autores obtiveram dados qualitativos e quantitativos a partir da aplicação de questionários a leitores de notícias *on-line* e da realização de oito grupos focais, com a participação de cidadãos de quatro países: Espanha, Estados Unidos, Finlândia e Reino Unido. Quando instados a fornecerem exemplos de *fake news*, os participantes do estudo identificaram diferentes categorias de informação que vão além da divulgação de informações falsas “mascaradas” como notícias. Para eles, a diferença entre notícias falsas e verdadeiras não é absoluta, mas gradual. Numa livre tradução, os exemplos citados foram caracterizados como jornalismo de baixa qualidade, propaganda política (incluindo mentiras ditas por políticos e conteúdo partidário), certos tipos de publicidade com aparência de notícias, sátiras e as notícias efetivamente falsas, conforme a Figura 1 adiante.

Baseados em nossos grupos focais, pudemos identificar diferentes tipos de conteúdo que as pessoas associam ao termo “*fake news*”. A maioria dos participantes dos grupos focais reconhece que o termo foi convertido em uma arma a favor dos críticos da imprensa, bem como dos que são críticos às empresas que detêm as plataformas de comunicação. Eles também distinguem claramente uma sátira de forma mais maliciosa de fabricação. Mas ainda permanece uma gama ampla e diversificada de conteúdos que muitos entendem como notícias falsas, incluindo jornalismo de baixa qualidade, propaganda política, algumas formas de publicidade, bem como conteúdos falsos e fabricados de forma estrita.⁶ (NIELSEN; GRAVES, 2017, p. 3).

No relato dos autores sobre os grupos focais, chama atenção o fato de que a maioria dos participantes afirmara ter dificuldade para distinguir informação de “desinformação”, sendo esta última a definição mais simples de *fake news* feita por uma mulher de Nova York. (NIELSEN; GRAVES, 2017, p. 4). Para superar essa dificuldade, eles confiam nas próprias capacidades críticas para dar sentido às informações com que se deparam, mesmo entendendo que as submetam a um julgamento subjetivo. Embora haja algum déficit de confiança na imprensa, nos políticos e em outras instituições, ela ainda é depositada em algumas fontes:

No decorrer dos grupos de discussão, as pessoas geralmente apontaram para o que vem sendo chamado de “dicas de origem” (marcas em que confiam) e “pistas sociais” (pessoas em quem confiam) usadas para verificar informação, afirmando que eles confiam nos amigos e na família, na imprensa confiável, e em suas próprias pesquisas *on-line*.⁷ (NIELSEN; GRAVES, 2017, p. 4).

5 Tradução livre dos autores. No original: “It is clear that in for example the United States, this decline in trust began well before the advent of digital media, and that it is driven in part by a partial tabloidization of the news landscape and rising political polarization, accompanied by a diminished sense of common ground and more frequent and intense political attacks on the news media.”

6 Tradução livre dos autores. No original: “Based on our focus groups, we can identify different types of content that people associate with the term ‘fake news.’ Most focus group participants recognize that the term has been weaponized by critics of the news media as well as by critics of platform companies. They also clearly distinguish between satire and more maligns forms of fabrication. But that still leaves a wide and diverse range of content that many think of as fake news, including poor journalism, political propaganda, some forms of advertising, as well as false and fabricated content more narrowly.”

7 Tradução livre dos autores. No original: “In the course of the group discussions, people generally pointed to what have

Figura 1 – Adaptação de esquema dos tipos de conteúdo associados a *fake news*



Fonte: Nielsen; Graves (2017).

Diante do declínio da confiança na imprensa tradicional, redes sociais são cada vez mais utilizadas como fontes de informação. De acordo com um estudo do Pew Research Center, dois terços (67%) dos norte-americanos utilizam essas redes para acessar notícias (PEW RESEARCH CENTER, 2017). A pesquisa também revelou que o Facebook era a rede social mais utilizada para acessar notícias naquele país. No Brasil, dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) 2016, publicada pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República, revelam que a internet só fica atrás da TV como principal fonte de informação. “Quase a metade dos brasileiros (49%) declarou usar a *web* para obter notícias (primeira e segunda menções), percentual abaixo da TV (89%), mas bem acima do rádio (30%), dos jornais (12%) e das revistas (1%).” (BRASIL, 2016, p. 11).

Acompanhando uma tendência mundial, as redes sociais e a internet ganham importância, não apenas quantitativa, como fontes de acesso à informação no Brasil, como também estabelecem uma nova dinâmica e abrem novos espaços para o debate público no país. Estudo da Diretoria de Análises de Políticas Públicas (Dapp) da Fundação Getúlio Vargas (FGV), que analisa “interferências ilegítimas no debate público na *web*, riscos à democracia e ao processo eleitoral de 2018”, revela que redes sociais como o Facebook e Twitter, entre outras plataformas, tornaram-se instrumentos importantes da democracia, ao possibilitarem trocas e estimularem discussões.

A internet e as redes sociais se converteram em campo importantíssimo, crescente e dinâmico do debate público e da disputa de narrativas, que levam à busca de hegemonias na política. Essa realidade abre espaço para discussões legítimas e factuais, mas também para discursos corsários, não legítimos e não factuais (*fake news*). (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2017, p. 6).

De acordo com a FGV, além de se tornarem parte da vida pessoal dos cidadãos, as redes sociais também se tornaram parte da atividade política e da atuação dos representantes desses cidadãos. Presentes nessa nova ágora política, partidos e movimentos sociais aproveitam esse espaço para engajar os eleitores, bem como para atacar os opositores, pautando o debate político de acordo com

been called ‘source cues’ (brands they trust) and ‘social cues’ (people they trust) used to verify information, saying they rely on friends and family, trusted news media, and their own (online) research.”

seus interesses. Desse modo, fica em evidência quem consegue mobilizar e liderar a opinião pública nas redes sociais em torno de um tema, em um determinado momento. Para isso, podem contar com o “uso orquestrado de redes de robôs (*botnets*) para gerar um movimento em determinado momento, manipulando *trending topics* e o debate em geral”. (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2017, p. 9).⁸ Nessa arena midiática, não só as informações compartilhadas podem ser falsas, como também pode ser falsa a audiência que interage com elas.

Com este tipo de manipulação, os robôs criam a falsa sensação de amplo apoio político a certa proposta, ideia ou figura pública, modificam o rumo de políticas públicas, interferem no mercado de ações, disseminam rumores, notícias falsas e teorias conspiratórias, geram desinformação e poluição de conteúdo, além de atrair usuários para *links* maliciosos que roubam dados pessoais, entre outros riscos. (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2017, p. 9).

O referido estudo também afirma que a onda de protestos que ocorreu no Brasil em junho de 2013, contra o aumento das tarifas de ônibus coletivos, marcou a volta da influência das ruas na política brasileira, por meio de uma estratégia que buscava evitar a apropriação dessas mobilizações pelos principais alvos da revolta popular: os partidos políticos. Como também pairava uma desconfiança na cobertura das manifestações pela imprensa tradicional, as redes sociais foram transformadas “em um reconhecido espaço de expressão da democracia, uma vez que assumiram protagonismo como lugar de organização e de difusão de informações.” (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2017, p. 5).

De 2013 para cá, não apenas as ruas foram ocupadas por movimentos partidários como as redes foram inundadas por velhas estratégias políticas de difamação e manipulação de debates públicos. No entanto, agora elas ocorrem em um meio que permite uma veloz massificação dos discursos de tal forma que coloca em risco a credibilidade do espaço e da informação que nele circula. A tradicional panfletagem partidária, por exemplo, ocupa a mesma *timeline* de notícias difundidas pela imprensa, assim como boatos e detrações propagados por atores políticos de todo o espectro partidário. (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2017, p. 5).

2 Movimento Brasil Livre: um estudo de caso

Mergulhado num novo ecossistema midiático, em que o usuário já não consegue distinguir a informação falsa da verdadeira, com graves repercussões nas eleições e, como tal, na qualidade das democracias, surge o Movimento Brasil Livre (MBL). Conforme aponta o jornalista José Roberto de Toledo (2017), entre os vários grupos que buscam influenciar o debate público nas redes sociais no país, o MBL se consolidou em 2017 como “o principal movimento político virtual brasileiro”.⁹ Nas redes sociais, o MBL faz uso de “uma linguagem predominantemente imagética, incluindo também a reprodução de notícias”. (BELDA; PERIN, 2017, p. 451).

Belda e Perin (2017) explicam que coletivos como o MBL utilizam as redes sociais como instrumentos de opinião de engajamento dos seguidores, buscando, assim, conforme sua visão ideológica, “formar, propagar e agrupar opiniões” que se manifestem em sua zona de influência, entre segmentos de público alinhados com essa mesma visão. Para isso, utilizam-se de “imagens e frases de impacto como ‘memes’ dedicados à interpretação de fatos políticos”. De modo geral, segundo os autores, esses grupos mais reforçam os antagonismos políticos do que ajudam na formação de uma

⁸ De acordo com o estudo aqui mencionado, os robôs sociais (*social bots*) são contas controladas por *software* que geram artificialmente conteúdo e estabelecem interações com não robôs. Eles buscam imitar o comportamento humano e se passar como tal de maneira a interferir em debates espontâneos e criar discussões forçadas.

⁹ O autor chegou a essa conclusão após analisar métricas de redes sociais de grupos que também se projetaram durante as mobilizações *pró-impeachment* de Dilma Rousseff, entre eles, Avança Brasil, Vem pra Rua e Movimento Contra a Corrupção (MCC), todos identificados com o campo da direita.

consciência de cidadania política, que seja “capaz de transcender as orientações partidárias, que leve os internautas a transitarem e a compreenderem matizes políticas em segmentos diversos do espectro ideológico.” (BELDA; PERIN, 2017, p. 456).

“A notícia deixa de ser notícia logo que a tensão suscitada desaparece e assim que a atenção pública tenha sido dirigida para outro aspecto suficientemente novo ou excitante, capaz de captar a sua atenção.” (PARK, 2009, p. 42). Nesse sentido, confrontar jornalistas e veículos da imprensa tradicional, taxando-os, na maioria das vezes, de aliados da “extrema esquerda”, configura um meio pelo qual MBL expõe e defende algumas de suas bandeiras.

De acordo com a repórter da **Folha de S. Paulo**, Ana Luiza Albuquerque, uma das estratégias do MBL para se firmar como formador de opinião é tentar ocupar o espaço da grande mídia.

Ao mesmo tempo que ataca jornalistas da grande imprensa sob a alegação de que produzem “*fake news*”, o grupo mantém relação não esclarecida com o “Jornalivre”.¹⁰ A publicação de textos apócrifos de viés liberal funciona frequentemente como porta-voz não oficial do MBL. “Roger Scar”, nome fictício, é listado como “editor-chefe” do “jornal”. O *site* não é registrado no Brasil. Além disso, o MBL apresenta um “jornal” em seu canal no Youtube todos os dias da semana. No “MBL News”, os integrantes leem os acontecimentos diários enquanto emitem julgamentos e fazem piadas. A transmissão é feita ao vivo, o que possibilita aos internautas deixar mensagens. (ALBUQUERQUE, 2017).

Com vistas a uma análise dessa posição de confronto do Movimento Brasil Livre contra a mídia tradicional, lançamo-nos sobre um breve estudo de caso para compreendermos como o grupo age em sua estratégia de enfrentamento midiático. Ao analisarmos métricas de redes sociais, entre os meses de setembro e novembro de 2017, verificamos que o movimento conquistou grande visibilidade por meio de postagens no Facebook. Nesse período, o MBL se mobilizou massivamente contra duas manifestações artísticas que abordavam temáticas relacionadas ao corpo e à sexualidade: a exposição **Queermuseu** no Santander Cultural, em Porto Alegre; e a apresentação da performance **La bête** no Museu de Arte Moderna (MAM) de São Paulo.¹¹

2.1 Metodologia

A fim de compreender a atuação do grupo nas redes sociais à época em que essas mobilizações ocorreram, iniciamos nosso percurso metodológico com atenção ao modelo de construção de *corpus*, como princípio alternativo para a coleta de dados qualitativos, proposto por Bauer e Aarts, no texto “A construção do *corpus*: um princípio para a coleta de dados qualitativos”. Para os autores, “toda pesquisa social empírica seleciona evidência para argumentar e necessita justificar a seleção que é a base de investigação, descrição, demonstração, prova ou refutação de uma afirmação específica”. (BAUER; AARTS, 2002, p. 39).

Bauer e Aarts apresentam, nesse sentido, duas definições para a palavra latina *corpus* que, segundo eles, significa simplesmente corpo. Recorrendo ao dicionário, a palavra é definida como: “um corpo de uma coleção completa de escritos ou coisas parecidas; o conjunto completo de literatura sobre algum assunto [...] vários trabalhos da mesma natureza, coletados e organizados”. (OXFORD ENGLISH DICTIONARY *apud* BAUER; AARTS, 2002, p. 44). Outra definição citada é a de Barthes: “uma

¹⁰ De acordo com reportagem divulgada no *site* da revista **Vice**, em 23 out. 2017, “a relação entre o MBL e o *site* Jornalivre é um pouco mais do que amigável”. Disponível em: <https://www.vice.com/pt_br/article/bj7x4z/pelo-jeito-a-relacao-entre-o-mbl-e-o-site-jornalivre-e-um-pouco-mais-do-que-amigavel>. Acesso em: 22 jun. 2018.

¹¹ A exposição **Queermuseu** abordava a temática da diversidade sexual, apresentando obras que remetiam a práticas como pedofilia e zoofilia. No MAM-SP, o corpo nu do coreógrafo Wagner Schwartz era manipulado pelos espectadores em uma sala do museu, onde foi gravado um vídeo que mostrava uma criança de aproximadamente cinco anos e sua mãe interagindo com o artista durante a apresentação da performance *La bête*.

coleção finita de materiais, determinada de antemão pelo analista, com (inevitável) arbitrariedade, e com a qual ele irá trabalhar”. (BARTHES *apud* BAUER; AARTS, 2002, p. 44). Assim, os autores concluem que “seleção parece menos importante que análise, mas não pode ser separada dela. A arbitrariedade é menos uma questão de conveniência e, em princípio, mais inevitável”. (BAUER; AARTS, 2002, p. 44).

Para iniciar a construção do nosso *corpus*, coletamos os dados das postagens na página do Movimento Brasil Livre no Facebook, com o auxílio da ferramenta de monitoramento de métricas de redes sociais “Socialbakers”, compreendendo o período de 60 dias corridos, que se iniciou em 10 de setembro de 2017 e se encerrou em 8 de novembro do mesmo ano.¹² A maior parte dos dados estava disponível publicamente e a ferramenta foi utilizada para que a coleta fosse realizada de forma mais organizada e mais ágil. De acordo com Silva e Stabile:

Transformar bases de dados em arquivos legíveis por *softwares* de redes não é algo muito difícil, uma vez que uma lista de conexões tão simples quanto a estrutura “origem-destino” pode ser lida pela maioria dos programas. Extrair os dados das mídias sociais a partir de determinado volume ou em algumas plataformas pode ser bastante trabalhoso. Por isto, existem ferramentas desenvolvidas exclusivamente para extrair, minerar ou ‘raspar’ dados de mídias sociais e *sites*, gerando como resultado arquivos para serem lidos em outras ferramentas. (SILVA; STABILE, 2016, p. 254).

O arquivo com o conjunto dos dados em questão foi extraído a partir da ferramenta no dia 5 de dezembro de 2017, composto por registros de 2.657 postagens na página analisada, categorizadas em *links*, fotos, vídeos e atualizações de *status* (dentro de um escopo qualitativo de análise), conforme a Tabela 1.

Tabela 1 – Categorias de *posts* coletados pela ferramenta Socialbakers

Categoria	Quantidade
<i>Links</i>	1.336
Fotos	701
Vídeos	617
Atualizações de <i>status</i>	3

Fonte: Elaborado pelos autores.

Na primeira etapa da seleção dos dados, visamos à homogeneidade do *corpus* da análise, recomendada por Bauer e Aarts:

Os materiais devem ser homogêneos, por isso não se deve misturar texto e imagens em um mesmo *corpus*. Uma boa análise permanece dentro do *corpus* e procura dar conta de toda a diferença que está contida nele. Em resumo, embora significados mais antigos de “corpo de um texto” impliquem a coleção completa de textos, de acordo com algum tema comum, mais recentemente o sentido acentua a natureza proposital da seleção, e não apenas de textos, mas também de qualquer material com funções simbólicas. (BAUER; AARTS, 2002, p. 45).

Por meio da utilização de filtro no Microsoft Excel, excluíram-se, assim, as postagens de fotos, vídeos e atualizações de *status*, por estarem fora do campo de interesse desta pesquisa. Permaneceram, portanto, os registros de 1.336 postagens de *links* coletados na página do Movimento Brasil Livre no Facebook no período analisado, a partir das quais selecionamos o *corpus* da pesquisa, em função de dois critérios de relevância relacionados às variáveis que interessam ao estudo aqui proposto. A escolha da “relevância” não foi ao acaso, pois partimos das sugestões de Barthes para o delineamento do *corpus*, citadas por Bauer e Aarts (2002, p. 55-56) como “úteis” para a seleção qualitativa.

¹² Socialbakers é uma plataforma de monitoramento de redes sociais bastante utilizada como ferramenta de *marketing* por grandes empresas em 100 países. Disponível em: <<https://www.socialbakers.com/company/>>. Acesso em: 22 jun. 2018.

Como primeiro critério de relevância, a partir de variável qualitativa, o *link* postado deveria direcionar para textos jornalísticos ou supostamente jornalísticos, publicados em páginas de portais ou *sites* que não fossem identificados com o modelo jornalístico tradicional, nem vinculados a empresas ou conglomerados de empresas de comunicação associadas à Associação Nacional de Jornais (ANJ), à Associação Nacional dos Editores de Revistas (ANER) e à Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT).

Como segundo critério de relevância, a partir de variável quantitativa, foram consideradas relevantes as postagens com maior número de interações no período analisado, estabelecendo-se o mínimo de 10.000 interações para que uma postagem fosse selecionada para análise.¹³ Considerando essa variável na aplicação de filtro no Microsoft Excel, foram listados, em ordem decrescente, de acordo com o número de interações, os registros de *links* compostos pelas URLs relacionadas na Tabela 2. Assim, o *corpus* analisado neste artigo foi delimitado ao total de 173 postagens, distribuídas em seis *websites*.¹⁴

Tabela 2 – Postagens selecionadas para o *corpus* da pesquisa

<i>Site</i>	URL	Total de <i>links</i>	Total de <i>links</i> selecionados para análise	Total de interações dos <i>posts</i> analisados
Jornalivre	< http://jornalivre.com >	664	82	1.530.784
Ceticismo Político	< http://ceticismopolitico.com >	305	68	1.363.745
O Diário Nacional	< http://odiariacional.com >	198	13	189.798
O Reacionário	< http://www.oreacionario.blog.br >	60	8	126.503
Jornalivre SC	< http://mblflorianopolis.com.br >	7	1	13.466
Senso Incomum	< http://sensoincomum.org >	1	1	11.099

Fonte: Elaborado pelos autores.

2.2 Análise de conteúdo do MBL no Facebook

A postagem de *link* com maior visibilidade no período analisado obteve o total de 114.634 interações e foi publicada em 11 de outubro de 2017, direcionando para um conteúdo do Jornalivre intitulado: “Internet lança campanha para que ninguém assista à Globo no Dia da Criança”. A “nota” não assinada, com apenas dois parágrafos, sugere que “internautas” estariam se unindo para boicotar e deixar de assistir à programação da emissora no dia 12 de outubro. O texto não diz quem são, quantos são, a que grupo estariam vinculados, qual ou quais desses internautas estariam organizando o boicote. Apenas menciona que se trata de uma reação a uma reportagem¹⁵ veiculada pela TV Globo no programa dominical “Fantástico” do dia 8 de outubro de 2017, abordando a polêmica em torno da exposição **Queermuseu** e da performance no MAM-SP:

13 No Facebook, o número de interações corresponde ao total da soma entre os números de reações, comentários e compartilhamentos.

14 No momento da redação deste artigo, verificamos que alguns conteúdos do *site* Ceticismo Político foram apagados e não estão mais disponíveis pela URL listada na Tabela 2. A mesma situação foi verificada no *site* O Diário Nacional, que, segundo reportagem da revista **Época** nº 1.034, publicada em 23 abr. 2018, está entre os 10 maiores *sites* de notícias falsas do país, agora disponível pela URL: <<http://odiariacional.org>>. Há também uma nova versão do Jornalivre, disponível pelo endereço: <<http://www.jornalivre.org/>>.

15 Intitulada “Casos recentes de ódio e intolerância têm se espalhado pelo Brasil”, a matéria foi exibida em rede nacional. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/10/casos-recentes-de-odio-e-intolerancia-tem-se-espalhado-pelo-brasil.html>>. Acesso em: 22 jun. 2018.

Amanhã, 12 de outubro, é feriado nacional pelo dia de Nossa Senhora Aparecida, mas também é o Dia das Crianças. Em virtude disso e dos recentes acontecimentos envolvendo a Rede Globo e artistas que defenderam a exposição pedófila do MAM, internautas estão lançando uma campanha para que ninguém assista à emissora nesta data.

A ideia, pelo que se entende, é um boicote geral contra a emissora, que, no último domingo, lançou uma matéria ultratendenciosa a fim de atacar os críticos das exposições pedófilas do MAM e do Santander Cultural. Se o boicote der certo, a emissora vai sentir no bolso, que é onde mais dói. (INTERNET, 2017).

Verificamos ainda que, do ponto de vista jornalístico, o texto em questão deixa de fornecer os elementos necessários para que os leitores tirem suas próprias conclusões sobre o fato noticiado. Para Daniel Cornu (1999, p. 14), a notícia ou informação de atualidade responde a um certo número de critérios clássicos, que são importantes para definir o que é uma “boa” informação. Mas como definir o que é bom? Para isso, Cornu recorre à ética, afirmando que ela tem por objeto o “bem”. Assim, nas indagações éticas sobre o jornalismo, “a resposta depende da maneira como o Bem se articula com o Verdadeiro e o Justo no domínio particular da informação jornalística.” (CORNU, 1999, p. 13). Na nota veiculada pelo Jornalivre, ilustrada pela Figura 2, há aparentemente uma suposta orientação para o bem, porém o conteúdo por si só não nos permite verificar o quanto esse bem se articula com o que é verdadeiro e justo em relação ao fato noticiado.

Esses critérios têm a ver, em primeiro lugar, com o respeito pela regra que se ensina logo nas primeiras aulas das escolas ou nas faculdades de jornalismo. Regra essa que exige uma resposta à série de questões formuladas há vinte séculos por Quintiliano, preceptor dos sobrinhos do imperador Domiciano: *quis, quid, ubi, quibus auxilium, cur, quomodo, quando?* Questões que a prática do jornalismo moderno exprime de maneira um pouco mais condensada e segundo uma ordem mais lógica: quem, o quê, onde, quando, como, por quê? São estas que determinam quase sempre a estrutura de uma notícia e que deveriam, em princípio, levar o jornalista a dar uma visão sucinta e ao mesmo tempo completa do acontecimento que relata, desde o primeiro parágrafo (*lead*) da notícia. (CORNU, 1999, p. 15).

Figura 2 – MBL convoca internautas para boicote à TV Globo



Fonte: Facebook.

No período analisado, observamos também que a página do Movimento Brasil Livre repercute de forma ínfima o conteúdo publicado em *sites* de veículos de comunicação tradicionais, o que pode ser entendido como uma resistência do grupo ao modelo jornalístico tradicional. Entre os *links* de notícias postados na página do movimento no Facebook, apenas 22 continham URLs relacionadas a *sites* de jornais que figuram entre os 10 primeiros do *ranking* de circulação da ANJ, ou seja, apenas 1,65% do total de postagens coletadas no período. O jornal que apresenta maior quantidade de *links* postados pelo MBL é a **Gazeta do Povo**, de Curitiba, com 11 postagens no total, todas remetendo a conteúdo publicado por Rodrigo Constantino, jornalista simpático às causas defendidas pelo grupo.

Por outro lado, entre as postagens incluídas no *corpus* analisado, pelo menos 29 delas, ou 16,7% do total, fazem referência direta à TV Globo, sempre de forma negativa. Segundo a versão propagada pelo MBL, a emissora bem como atores, apresentadores e jornalistas ligados a ela eram favoráveis à prática de pedofilia. Em meio a essas postagens, surge a figura de “Dona Regina”, uma senhora que foi entrevistada ao vivo na plateia do programa “Encontro”, exibido na programação matinal da TV Globo, que afirmou ser contrária a performances artísticas como a **La bête** no MAM-SP, por julgá-las inadequadas ao público infantil. Essa senhora, alçada à condição de heroína, aparece em diversos *posts* na página do MBL no período, figurando também como uma espécie de “meme” da campanha do grupo contra a pedofilia, conforme vemos na Figura 3.

Figura 3 – Dona Regina contra a Globo, em defesa das crianças.



Fonte: Facebook.

A campanha encabeçada pelo MBL contra os supostos pedófilos da Globo no Facebook apresenta alguma semelhança com o caso conhecido como “Pizzagate”, que teve grande repercussão nos Estados Unidos durante a campanha eleitoral de 2016. De acordo com reportagem de Fisher, Cox e Hermann (2016), publicada pelo jornal **The Washington Post**, o escândalo surgiu de uma investigação do FBI sobre uma suposta conta de *e-mail* privada que Hillary Clinton teria utilizado quando era Secretária de Estado. A partir dessa informação, uma teoria da conspiração tomou forma em redes sociais como “4chan” e “Reddit”. Informações falsas, atribuídas a anônimos ou a pseudônimos, apontavam para indícios da existência de uma “aliança” de pedófilos que teria Clinton como figura central.

Segundo o **The Washington Post**, essa informação foi divulgada repetidamente no *site* Infowars.

com, mantido por Alex Jones, um conservador simpático a Trump, que atribuiu ao chefe de campanha de Hillary, John Podesta, o envolvimento em rituais satânicos. Somado a isso, *e-mails* vazados pelo Wikileaks revelaram que Podesta teria jantado algumas vezes na pizzaria Comet Ping Pong, em Washington. De acordo com a teoria da conspiração que os conservadores alimentavam nas redes sociais, o local seria utilizado pelos liberais democratas para a prática de pedofilia e satanismo. Por isso, foi atribuída ao caso a *hashtag* #pizzagate, que apareceu pela primeira vez no Twitter no dia 7 de novembro de 2017, alcançando centenas e até milhares de *tweets* por dia nas semanas seguintes.

Provavelmente inspirado no Pizzagate, o MBL também usou exaustivamente o tema da pedofilia como uma arma para conquistar visibilidade, mas não manteve a mira em um político. Em vez disso, mirou nos grupos que repudiaram abertamente as manifestações de censura contra a exposição **Queermuseu** e a performance **La bête** nas redes sociais. Os ataques contra a Globo passaram a ser dirigidos a artistas, diretamente ou indiretamente ligados à emissora.

Em reação às investidas do MBL contra a classe artística, surgiu o movimento #342Artes, liderado pela produtora Paula Lavigne, ex-mulher do cantor e compositor Caetano Veloso. Foi o suficiente para que o artista se tornasse alvo de uma campanha difamatória, que o acusava da prática do crime de pedofilia. Além de alçar a *hashtag* #caetanopedofilo aos *trending topics* mundiais, o MBL propagou nas redes sociais que Caetano tirou a virgindade de Lavigne quando ela tinha apenas 13 anos. De acordo com uma postagem do MBL, publicada em 8 de outubro de 2017, “a atriz e militante partidária de extrema esquerda, Paula Lavigne confessou, em entrevista para a **Playboy** em 1998, que perdeu a virgindade aos 13 anos com Caetano Veloso. Ele já tinha 40.”¹⁶

Considerações finais

Tendo em vista o conjunto das postagens analisadas em nosso estudo, concluímos que a ação midiática do Movimento Brasil Livre no Facebook favorece a divulgação de informações falsas. É possível perceber que há uma tendência do grupo a compartilhar *links* para conteúdos identificados com um gênero discursivo que é diferente do gênero notícia, embora possam se apresentar com características que os aproximam de tal gênero.¹⁷ Porém a maioria dos textos não atende os critérios jornalísticos, não contrapõe versões de diferentes fontes e, frequentemente, reproduz versões dos fatos que são propagadas pelas redes sociais sem qualquer checagem ou verificação. É nesse aspecto que o grupo, intencionalmente ou não, assume o risco de divulgar ou potencializar a divulgação de *fake news*.

Ao aplicarmos a regra proposta por Nielsen e Graves para classificar diferentes tipos de *fake news*, que vimos na Figura 1, constatamos que a maioria das postagens do MBL pode ser categorizada como: *poor journalism*, que se caracteriza pela divulgação de conteúdos superficiais, imprecisos e sensacionalistas; *propaganda*, caracterizada por conteúdo com viés político extremo, mentiras ditas por políticos e histórias cujas nuances são alteradas por técnicas de montagem seletiva dos fatos; e, por fim, *some advertising*, caracterizada pelo uso da notícia como forma de atrair a atenção do leitor para publicidade *on-line*, *pop-ups*, *links* e conteúdos patrocinados. Essas três categorias são apresentadas pelos autores em uma zona cinzenta, em que, na maioria das vezes, não há um acordo

16 Embora Paula Lavigne tenha feito essa revelação a uma revista, da qual afirma ter se arrependido, não foi imputada a Caetano Veloso a responsabilidade ou pena por crime oriundo desse fato, até o momento da conclusão do estudo aqui apresentado.

17 As postagens no Facebook são acompanhadas de uma chamada textual e uma imagem com um pretenso apelo jornalístico, como vimos na Figura 2, acompanhadas de *links* para páginas *web* que guardam alguma semelhança com portais, *sites* ou *blogs* jornalísticos.

explícito que permita traçar uma linha que separe as notícias falsas das verdadeiras.

Essa zona cinzenta é onde se situa o fenômeno que hoje chamamos de “pós-verdade”, que ainda carece de maior fundamentação teórica para que seja compreendido para além dos binômios verdadeiro e falso, realidade e ficção, objetividade e subjetividade, entre outros.

É também o território que grupos como o Movimento Brasil Livre ocupam para exercer poder e influência nas redes sociais. Conforme apontado por Belda e Perin (2017), esses movimentos surgem exatamente no momento em que se aprofunda a crise de credibilidade das instituições, dos políticos e das mídias tradicionais. Embora tenham se constituído de forma legítima e democrática, ameaçam a democracia na medida em que utilizam as Tecnologias da Informação e Comunicação para disseminar informações que nem sempre prezam pela veracidade, precisão e verificabilidade.

Assim, as *fake news* podem ser usadas como armas em uma batalha interminável de fatos e versões, que é travada em prejuízo do modelo jornalístico tradicional. Esse modelo é inegavelmente suscetível a falhas, mas ainda preza pela veracidade, seja nos formatos *off-line* ou *on-line* da notícia. Enquanto os disseminadores de notícias falsas lutam contra a verdade, os jornalistas participam de uma disputa “pela verdade” ou em “torno da verdade”, inserindo-se no que Foucault chama de “economia política da verdade”. (FOUCAULT, 1999, p. 13).

Referências

- ALBUQUERQUE, Ana Luiza. De olho em 2018, MBL aposta em apelo emocional e ataques à imprensa. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 27 set. 2017. Seção Poder. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/09/1922068-de-olho-em-2018-mbl-aposta-em-apelo-emocional-e-ataques-a-imprensa.shtml>>. Acesso em: 20 fev. 2018.
- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. Disponível em: <<https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>>. Acesso em: 3 nov. 2017.
- BAUER, M. W.; AARTS, B. A construção do *corpus*: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BELDA, F. R.; PERIN, L. Ciberativismo e coletivos brasileiros em redes sociais: práticas de formação cidadã ou antagonismo político? **Razón y Palabra**, [s.l.], v. 21, n. 2-97, p. 441-458, jun. 2017. Disponível em: <<http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1003>>. Acesso em: 22 fev. 2018.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília, 2016, v. 1. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016-1.pdf/view>>. Acesso em: 20 fev. 2018.
- CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade**: para uma ética da informação. Trad. Armando Pereira da Silva. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.
- D'ANCONA, Matthew. **Post-truth**: the new war on truth and how to fight back. Londres: Ebury Press, 2017.
- FISHER, M.; COX, J. W.; HERMANN, P. Pizzagate: From rumor, to hashtag, to gunfire in D.C. **The Washington Post**, Washington, 6 dec. 2016. Seção Local. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/local/pizzagate-from-rumor-to-hashtag-to-gunfire-in-dc/2016/12/06/4c7def50-bbd4-11e6-94ac-3d324840106c_story.html>. Acesso em: 22 jun. 2018.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 13. ed. Roberto Machado (Org.). Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1999.
- FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Diretoria de Análise de Políticas Públicas. **Robôs, redes sociais e política no Brasil**: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na *web*, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018. Rio de Janeiro, 20 ago. 2017, v. 1. Disponível em: <<http://dapp.fgv.br/wp-content/uploads/2017/08/Robos-redes-sociais-politica-fgv-dapp.pdf>>. Acesso em: 19 fev. 2018.
- GOHN, Maria da Glória. **Manifestações e protestos no Brasil**: correntes e contracorrentes na atualidade. São Paulo: Cortez, 2017.
- HARDT, Michael; NEGRI, Antônio. **Multidão**: guerra e democracia na era do império. Trad. Clovis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- INTERNET lança campanha para que ninguém assista à Globo no Dia da Criança. **Jornalivre**, [s.l.], 11 out. 2017. Disponível em: <<https://jornalivre.com/2017/10/11/internet-lanca-campanha-para-que-ninguem-assista-a-globo-no-dia-das-criancas/>>. Acesso em: 5 dez. 2017.
- NIELSEN, R. K.; GRAVES, L. News you don't believe: audience perspectives on fake news. **Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet**. Oxford, Oct. 2017, v. 1. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf>. Acesso em: 19 fev. 2018.

PARK, R. E. As notícias como uma forma de conhecimento: um capítulo na sociologia do conhecimento. In: PISSARRA ESTEVES, João (Org.). **Comunicação e sociedade**: os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa. Lisboa: Livros Horizonte, 2009.

SILVA, T.; STABILE, M. Análise de redes em mídias sociais. In: SILVA, T.; STABILE, M. (Org.). **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais**: metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão, 2016.

PEWRESEARCHCENTER. **News use across social media platforms 2017**. Washington, 6 Sept. 2017, v. 1. Disponível em: <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2017/09/13163032/PJ_17.08.23_socialMediaUpdate_FINAL.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2018.

TOLEDO, José Roberto. Livre, influente e solto. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 18 set. 2017. Seção Política. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/blogs/vox-publica/livre-influente-e-solto/>>. Acesso em: 26 nov. 2017.

WORD of the year: post-truth. **Oxford Dictionaries**, 2016. Disponível em: < <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>>. Acesso em: 6 ago. 2018.

ZUCKERMAN, Ethan. Cada macaco no seu galho. Tradução Paulo Migliacci. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 24 set. 2017. Ilustríssima, p. 6-7.

A imagem da mídia: o telejornalismo brasileiro sob suspeita

Renata Aiala de Mello*

Renato de Mello**

Resumo

Há vários anos, no Brasil, presenciamos ataques recíprocos entre algumas instituições midiáticas. Elas trocam acusações em espaços e horários nobres, sobretudo nos telejornais, sob a forma de reportagem. É a mídia sendo notícia na mídia, de maneira espetacularizada. Com isso, elas acabam forjando e alimentando o *ethos* umas das outras, valendo-se de recursos argumentativos carregados de *pathos*. Ao argumentar, elas buscam convencer, persuadir, seduzir e emocionar o público consumidor. Chamado e interpelado em suas crenças e em seus sentimentos, o telespectador é levado, de alguma forma, a se posicionar diante das denúncias. Assim, vemos, lemos e ouvimos, diariamente veiculadas pela mídia, notícias sobre escândalos financeiros e políticos ligados a essas instituições midiáticas. Tendo como pano de fundo esse contexto conflituoso da mídia, propomos, aqui, uma reflexão cujo objetivo geral é analisar discursivamente a construção das identidades dessas instituições e o uso das emoções para se justificarem e acusarem umas às outras. Com suas práticas discursivas, suas atitudes e seus posicionamentos ideológicos, elas acabam por afetar os telespectadores, *pathemizando-os*. Além disso, esse espetáculo midiático grotesco forja, por espelhamento, nossas próprias identidades coletivas. Neste artigo, analisamos, sem a pretensão de exaurir o tema, visto que a questão se arrasta por décadas, algumas manchetes de jornais e também materiais recolhidos das mídias sociais sobre essa “guerra midiática”, no intuito de percebermos, nesse *corpus*, a construção do *ethos* dessas instituições, a estrutura argumentativa presente e as emoções visadas e suscitadas no público.

Palavras-chave: Mídia. *Ethos*. *Pathos*. Telejornalismo. Análise do Discurso.

L’image des médias : le téléjournalisme douteux

Résumé

Depuis plusieurs années, au Brésil, on assiste à des attaques réciproques entre certaines institutions médiatiques. Elles s’échangent des accusations dans le *prime time*, en particulier dans les journaux télévisés, sous la forme de reportage. Ce sont les médias dans les médias, de manière spectaculaire. Ce faisant, elles finissent par forger et solidifier l’*ethos* les unes des autres en utilisant des stratégies argumentatives chargées de *pathos*. Elles cherchent alors à convaincre, persuader, séduire et émouvoir le public consommateur. Le spectateur est requis et interpellé dans ses croyances et ses sentiments afin de se mettre face aux dénonciations. Ainsi, on voit, lit et écoute quotidiennement dans les émissions, des nouvelles sur de nombreux types de scandales financiers et politiques liés à ces institutions médiatiques. En prenant en compte ce contexte litigieux des médias, on propose une réflexion dont l’objectif principal est d’analyser la construction discursive des identités de ces institutions et le maniement des émotions pour se justifier et s’accuser. En raison de leurs pratiques discursives, de leurs attitudes et de leurs positions idéologiques, les médias influencent les téléspectateurs, les *pathemisent* et les amènent à prendre parti. De plus, ce spectacle médiatique grotesque forge, en conséquence, nos propres identités collectives. Dans cet article, on analyse, sans prétendre épuiser le thème, puisque l’affaire traîne depuis des décennies, certains titres d’articles de journaux ainsi que des informations collectées auprès des médias sociaux sur cette « guerre médiatique » afin de montrer dans ce *corpus* la construction de l’*ethos* de ces institutions, la structure argumentative y présente et les émotions visées et ressenties dans le public.

Mots-clés : Média. *Ethos*. *Pathos*. Journalisme de télévision. Analyse du Discours.

Recebido: 28/02/2018

Aceito: 20/06/2018

* Universidade Federal da Bahia. Instituto de Letras - Departamento de Letras Românicas.

** Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Letras.

Introdução

Há aproximadamente 30 anos, vemos instituições diretamente ligadas à mídia no Brasil trocarem acusações de contratos ilícitos, fraudes e corrupção, dentre outros crimes. Vulgarmente falando, elas “lavam roupa suja” publicamente, valendo-se, para tanto, de matérias jornalísticas. O que deveria ser caso de polícia acaba, no entanto, por se reverter em pontos de audiência, em venda de jornais, enfim, em autopromoção. E, nesse jogo de vale-tudo, temos, por exemplo, a guerra entre a Rede Globo e a Rede Record como um capítulo de uma situação vexatória da mídia. Essa querela entre as emissoras de televisão acaba por delinear a imagem identitária da própria mídia e, mais do que nunca, tudo isso tem se mostrado fortemente atrelado “[...] à vida social, às mentalidades, aos valores e aos processos culturais, que parecem definitivamente estar vinculados a telas, monitores e ambientes virtuais.” (MORAES, 2010, p. 15). Nesse contexto, a mídia brasileira joga, de maneira estratégica, ainda que arriscada, não só com seu *ethos*, mas também com o *pathos* e com o *logos*.

O presente artigo se organiza da seguinte maneira: primeiramente, esclarecemos os fundamentos teóricos aos quais recorreremos para a análise. Dito de outra forma, trazemos fragmentos de estudos daqueles que, antes de nós, se dedicaram aos principais conceitos que norteiam nossa análise. O arcabouço teórico utilizado leva em conta trabalhos de vários estudiosos da imagem de si (*ethos*) e das emoções (*pathos*) no discurso (*logos*), sobretudo Charaudeau, Plantin e Amossy. Em seguida, além de verificarmos as marcas linguísticas presentes no *corpus* que denotam e conotam as estratégias e as três provas retóricas utilizadas, chamamos também, para compor a base de análise, especialistas do discurso midiático, tais como Sodré e Gregolin, que nos ajudam a melhor compreender o papel da mídia. Finalmente, tecemos as considerações finais sobre as temáticas e esperamos, com isso, ajudar a esclarecer alguns detalhes da *mise-en-sc ne* dessa “guerra midiática”.

Antes, entretanto, de passarmos à análise propriamente dita do *corpus*, vale lembrar que a escolha do tema e até mesmo do arcabouço teórico-metodológico pode se dar também por tentações, pulsões e/ou afetos singulares. Justamente, essas escolhas (nos) definem e são definidas pelas paixões. Nesse sentido, torna-se plausível afirmar que escrever este texto parte da necessidade de algo que tem suas raízes no *pathos* e que busca delinear, na mídia, o seu *ethos* e, por conseguinte, o nosso. Nesse caso, o *pathos* intervém não só em nossas escolhas, como pode, em conjunto com o *logos*, nos ajudar a descrever, a interpretar o *corpus* selecionado e a deslindar, juntamente com o *ethos*, os efeitos de sentido possíveis, a partir do funcionamento da linguagem no acontecimento discursivo alvo.

1 O arcabouço teórico

Para tratar da imagem da mídia em nosso *corpus*, valemo-nos, sobretudo, de conhecimentos oriundos da Linguística e da Retórica de uma maneira geral e, mais especificamente, da Análise do Discurso (doravante AD) e da Teoria Semioling stica, também chamada de “Teoria dos sujeitos em situação de comunicação”. Assim, a AD, com ênfase na corrente Semioling stica, nos oferece as bases epistemológicas necessárias para o desenvolvimento deste artigo e nos ajuda a fundamentar nossos procedimentos analíticos. Essa abertura teórica nos permite desenvolver nossos pontos de vista e, por conseguinte, melhor direcionar nosso olhar para a análise do *corpus*, levando em consideração a complexidade discursiva em sua dimensão tanto psíquica quanto social (psicossocial).

Analisamos, discursivamente, marcas linguísticas e enunciativas tais como as lexicais, as morfológicas, as prosódicas, as semânticas, as argumentativas e as persuasivas, que apontam para

a imagem (*ethos*) e as emoções (*pathos*) no discurso (*logos*) presentes no *corpus*. Estamos (cons)cientes da (im)possibilidade de separar essas três provas retóricas aristotélicas — *ethos*, *pathos* e *logos* —, isso porque elas formam um amálgama do qual não se pode decompor as partes. Para nós, essa disjunção é “escolar” e, às vezes, pouco operatória, pouco produtora, visto que as três provas se (con)fundem o tempo todo e, por essa razão, deveriam ser analisadas sempre em bloco. Ainda assim, assumimos o desafio de utilizá-las aqui separadamente.

Como complementação dessa ideia de amálgama entre as três provas aristotélicas, valemos do pensamento de Charaudeau (2006, p. 87), segundo o qual, nas situações de comunicação entre os sujeitos, “[...] o *ethos* é como um espelho no qual se refletem os desejos uns dos outros”. Apreendemos, com isso, que o *ethos* é concebido como uma construção da imagem de si, tendo como base imaginários sociodiscursivos e emoções partilhadas entre os interlocutores. Esses *ethé* acabam por espelhar, então, os *pathé* e vice-versa; ambos espelhando também o/no *logos* e vice-versa, ou seja, aquilo que sustenta e dá legibilidade e legitimidade aos sujeitos e aos sentidos, sejam eles visados, manifestados e efetivos: a palavra.

1.2 *Ethos*

Ao estudar a noção de *ethos*, os analistas do discurso geralmente retomam, em parte ou no todo, guardando semelhanças ou propondo disjunções, a trilogia aristotélica: o *ethos*, centrado no caráter, na retidão moral do orador; o *pathos*, ligado ao auditório, à sua sensibilização; e o *logos*, atrelado ao próprio discurso, ao que ele demonstra ou parece demonstrar. Evidentemente, essas três noções têm sido retomadas não exatamente como foram concebidas pela Retórica Clássica, mas (re)adaptadas, (re)contextualizadas para darem conta das novas situações de comunicação, das complexidades próprias da atualidade e dos avanços proporcionados pelas epistemologias.

Segundo Borges (2010), a noção de *ethos*, para os romanos, mais particularmente para Cícero, na Antiguidade Clássica, divergia um pouco da noção proposta pelos gregos, sobretudo por Aristóteles. *Ethos*, para Cícero, era um dado preexistente ao discurso e referente ao caráter do orador, que se apoiava em sua autoridade individual e/ou institucional. *Ethos* era influenciado e condicionado pelas crenças sociais e políticas do ambiente da república romana. O caráter de um homem, dotado pela natureza, era constante, permanente ao longo de sua vida e passava de pai para filho. Desse modo, na construção do *ethos*, levava-se em conta o *status* social do orador, sua reputação, seu modo de vida, sua trajetória familiar e profissional. Ainda segundo Borges, o *ethos*, para Cícero, atrelava-se menos ao *logos* e mais a uma concepção emocional, *pathêmica*.

Diferentemente de Cícero, Aristóteles não priorizava a identidade social do locutor na construção de seu *ethos*, mas sim a apresentação de si no e pelo discurso, de modo a obter credibilidade junto ao auditório. Não estava em questão necessariamente a autoridade prévia do orador e tampouco sua reputação, mas sua capacidade de inspirar confiança no público por meio de seu discurso, ou seja, a construção do *ethos* era ancorada muito mais no próprio *logos* e seu poder de convencimento do que na história de vida do orador, seu *status* social permanente.

Mais de dois mil anos depois de os gregos e romanos “inventarem” a Retórica, incluindo aí a noção de *ethos*, estudiosos de diversas áreas do conhecimento, tais como a Sociologia, a Antropologia, a Psicologia e a Linguística, retomam, cada um à sua maneira e com objetivos específicos e particulares, a trilogia *ethos*, *pathos* e *logos*, não, evidentemente, sem alterações de usos e de sentidos. O *ethos* não é, doravante, uma representação estática e tampouco (de)limitada, mas, sim, uma forma dinâmica, construída no e pelo discurso e em coparticipação com o destinatário. Assim, concordamos com Auchlin, quando ele assevera que:

[...] a noção de *ethos* é uma noção com interesse essencialmente prático, e não um conceito teórico claro. [...] Em nossa prática ordinária da fala, o *ethos* responde a questões empíricas efetivas, que têm como particularidade serem mais ou menos co-extensivas ao nosso próprio ser, relativas a uma zona íntima e pouco explorada de nossa relação com a linguagem, onde nossa identificação é tal que se acionam estratégias de proteção. (AUCHLIN, 2001, p. 93)

Vemos que a retomada do conceito de *ethos* por várias disciplinas enriquece a transdisciplinaridade, mas, por outro lado, pode dificultar seu uso. Maingueneau (2008) sugere, então, que é mais produtivo apreender o *ethos* como eixo gerador de uma multiplicidade de desenvolvimentos possíveis. É exatamente o que pretendemos fazer aqui.

Passemos, a seguir, a algumas reflexões sobre o conceito de *pathos*.

1.3 Pathos

A discussão acerca do papel das emoções no comportamento humano ainda é motivo de polêmica no âmbito de diversas áreas do conhecimento, tais como a Medicina, a Filosofia, a Psicologia, as Artes e, como não poderia deixar de ser, as Ciências da Linguagem. Com base nessa evidência, constatamos que, no atual panorama das discussões, as emoções não podem e não devem ser tratadas, debatidas a partir de um único campo de pesquisa, de uma única disciplina, qualquer que seja ela. Desconsiderando, a princípio, as nuances significativas existentes entre essas áreas de conhecimento que tratam das paixões, poderíamos afirmar que elas se agrupam em dois grandes conjuntos que correspondem, de um lado, à perspectiva *imanentista*, segundo a qual os sentimentos seriam produtos da condição biológica do ser humano e, por outro lado, à perspectiva *social* (que adotamos neste artigo), que postula uma concepção simbólica das emoções, percebidas como estados subjetivos, determinados pelas condições sociais e culturais e perpassadas na/pela linguagem.

Embora ainda seja um campo de investigação relativamente recente para a AD, os estudos das emoções se configuram como um tema de grande interesse para o desenvolvimento integral de suas proposições teórico-metodológicas, já que contemplam uma dimensão constituinte de todo processo de interação social e se manifestam, primordialmente, por meio dos discursos produzidos. Preconiza-se, entretanto, que não compete à AD garantir a equivalência entre o “efeito *pathêmico* pretendido, a emoção manifestada” no discurso e a “emoção efetivamente sentida” pelos sujeitos.

A emoção deve ser, assim, “[...] considerada fora do vivenciado e apenas como um possível surgimento de seu sentido em um sujeito específico em situação particular.” (CHARAUDEAU, 2010, p. 34). No que diz respeito ao “efeito *pathêmico*”, o autor assevera que ele se dá através tanto da “expressão” quanto da “descrição” dos estados emocionais. Na “expressão *pathêmica*”, a enunciação pode ser, ao mesmo tempo, elocutiva e alocutiva, pois visa a produzir um efeito no interlocutor. Já na “descrição *pathêmica*”, a enunciação propõe ao interlocutor uma cena dramatizante suscetível de produzir tal efeito. Charaudeau nos alerta, enfim, a levar em conta tudo aquilo que constitui a troca social e que produz sentidos no e pelo discurso, como, por exemplo, os desejos e as intenções dos sujeitos, suas relações de pertencimento a um grupo, o jogo das interações que se estabelecem entre esses sujeitos ou grupos, os saberes de conhecimento e de crença que eles compartilham, além das circunstâncias da troca comunicativa, ao mesmo tempo particulares e tipificadas.

Seguindo mais uma vez o posicionamento adotado por Charaudeau, decidimos por tratar das emoções no *corpus* selecionado, levando em conta fatores da ordem do situacional e do enunciativo, ou seja, da ordem do fazer e do dizer, além das instâncias envolvidas e o contexto psicossocial e histórico do ato de comunicação. Isso porque, como afirma o teórico,

Levando-se em consideração que qualquer ato de discurso, sendo em parte limitado por condições situacionais (que chamo de “contrato de comunicação” [a primeira sobredeterminação do sentido de discurso]), e em parte deixado para a responsabilidade do sujeito da enunciação (que chamo de “espaço de estratégia”), podemos dizer que a *patemização* do discurso resulta de um jogo entre limitações e liberdades enunciativas: é preciso condições de possíveis *visadas patêmicas* inscritas no tipo de troca. Entretanto, essas visadas, se elas são necessárias, não são suficientes. Isso porque o sujeito de enunciação pode escolher entre reforçá-las, apagá-las, ou até mesmo, acrescentar-lhes algo. (CHARAUDEAU, 2010, p. 40, grifos nossos).

Todos esses aspectos levantados pelo autor são, certamente, de grande valia para a composição deste artigo, visto que pretendemos, dentre outras coisas, justamente elucidar aquilo que constitui a troca social e que estabelece sentidos na “guerra midiática” em questão e observar os possíveis desejos e intenções dos sujeitos envolvidos nesse universo e nas interações entre eles.

Feita a ressalva, passemos à apresentação e à leitura/interpretação da querela entre a Rede Globo e a Rede Record, buscando desvelar a construção da identidade institucional de ambas e alguns efeitos *pathêmicos* pretendidos e alcançados pelos envolvidos, através de seus discursos metamidiáticos.

2 Análise do corpus

Há décadas, a Rede Globo e a Rede Record denunciam uma à outra, valendo-se dos próprios canais de comunicação que possuem. Trata-se de crimes os mais variados, incluindo-se o de corrupção, veiculando matérias jornalísticas que vão muito além daquilo que poderíamos chamar de notícia de interesse público ou de uma corrida ou uma disputa pela audiência. Vejamos, na sequência, e a título de ilustração, algumas manchetes veiculadas na televisão, nos jornais impressos e virtuais e nas redes sociais a respeito:¹

Figura 1 - Manchetes

	Publicado em: 08/10/2007 11:02 "Guerra entre Globo e Record" repercute em capa da revista Veja
17/08/2009 - 21h26 Record e Globo reprisam reportagens e voltam a se atacar nos telejornais	Brasil > Record e Globo exibem ataques em seus programas dominicais Extraído de <i>Folha Online</i> - 3 semanas atrás (16 de agosto de 2009 às 22:18 hs.)
Record vincula Globo à ditadura e exibe entrevista exclusiva com Edir Macedo <small>Do UOL Notícias</small>	Globo e Record entram em guerra no horário nobre terra
15.08.2009 às 01:39:00 - 280 cliques Igreja Universal faz vigília contra a Rede Globo Globo x Record: é tudo verdade, até o ódio ao povo <small>HUGO R C SOUZA ANO VIII, Nº 57, SETEMBRO DE 2009</small>	QUINTA-FEIRA, 13 DE AGOSTO DE 2009 TELEVISÃO O Ibope da guerra dos telejornais 13:46 Record garante ter provas de que Globo estaria metida em escândalo de corrupção
Record voltará a atacar a Globo Record promete falar da situação fiscal da Globo, inclusive em "empréstimos suspeitos" envolvendo o dinheiro público <small>REPORTAGEM LEO DUARTE</small>	INTERNET <input type="checkbox"/> 10/NOV/2016 ÀS 17:53 COMENTÁRIOS Compartilhar G+ Globo e Record estão em guerra após vitória de Crivella e internet passa a incomodar
Aécio é o principal articulador por trás do duro ataque da Record à Globo <small>17 de julho de 2017</small>	POR TRÁS DA GUERRA ENTRE GLOBO E RECORD  João Filho 23 de julho de 2017, 15h08

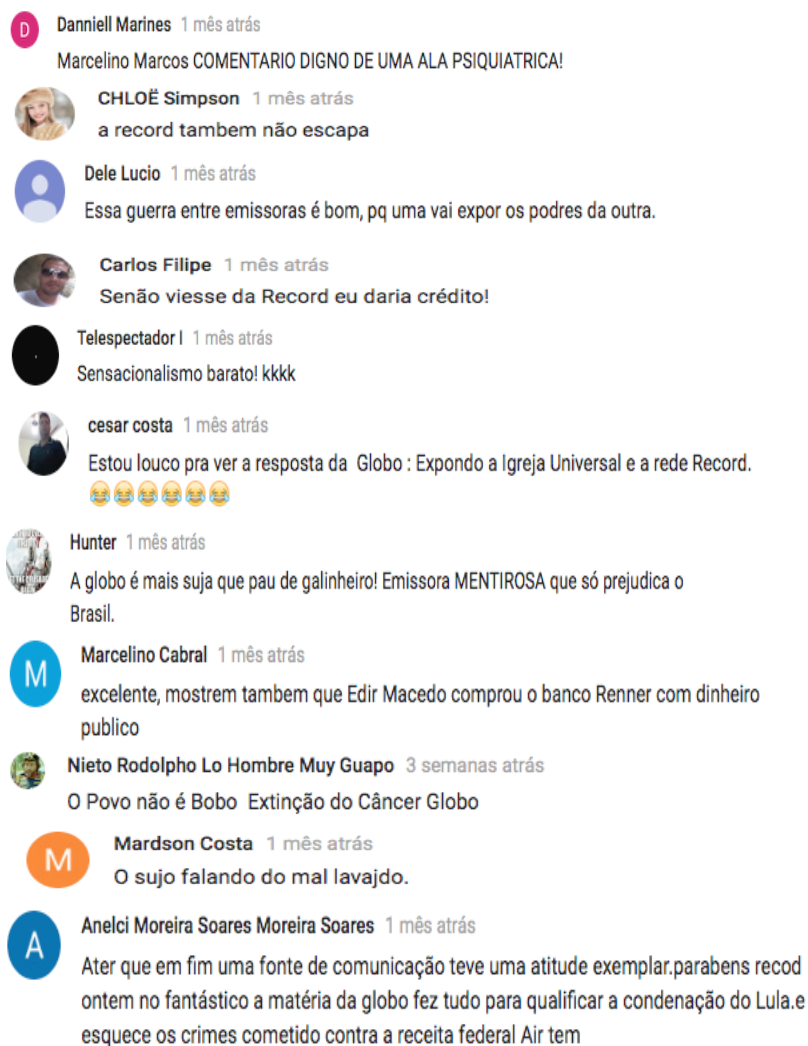
¹ Todos os exemplos coletados foram extraídos aleatoriamente.

Percebemos, a partir dos exemplos acima, que a troca de acusações vem de longa data e tem tido repercussão nacional. Em episódio mais recente dessa “guerra midiática”, temos uma reportagem especial da TV Record na qual ela ataca novamente a Rede Globo. Trata-se do programa “Domingo Espetacular”, comandado pelo repórter e apresentador Paulo Amorim, que foi ao ar no dia 13 de agosto de 2017, às 20 horas, horário nobre, de grande audiência. A chamada do programa foi a seguinte:

O programa “Domingo Espetacular”, da Record, leva ao ar hoje uma reportagem especial sobre a delação premiada do ex-ministro preso por corrupção Antônio Palocci. Trata-se de casos de sonegação fiscal, leis encomendadas e empréstimos bilionários envolvendo dinheiro público e envolvendo a TV Globo.

Nesse programa específico, a Rede Record acusa a maior empresa de comunicação do país de participar de um sistema de corrupção investigado e conhecido (inter)nacionalmente por “Lava-jato”, que afeta uma das famílias mais ricas e poderosas do Brasil — os Marinho, donos da Rede Globo. A matéria apresentada fala de crimes de sonegação fiscal, enriquecimento ilícito, empresas de fachada no exterior e fraudes em contratos de jogos de futebol. Partes dessa matéria se encontram disponíveis no Youtube e contam com milhares de comentários de cidadãos que, *pathemizados*, acabam por expressar sentimentos tais como cólera, ódio, revolta, rancor, vingança e tristeza. A mídia da mídia acaba por levar a população a uma consciência “[...] fascinada, emocionada, afetivamente mobilizada a entrar no jogo da produção e do consumo.” (SODRÉ, 2006, p. 123). Trazemos, na sequência, somente alguns exemplos dessa mobilização *pathêmica*:

Figura 2 – Comentários em redes sociais



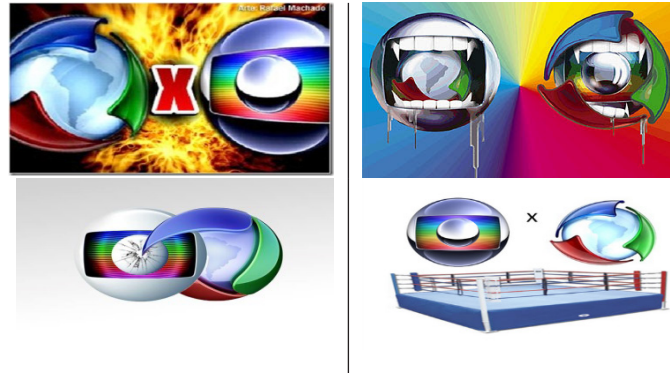


Orlando Brito 1 mês atrás

A rede Globo é uma TV de renome internacional e todos esses anos contribuiu para o crescimento do Brasil de forma honesta e exemplar. Não há nada que suje a brilhante imagem da Globo no Brasil e no mundo. Os brasileiros amam a rede globo, suas novelas são maravilhosas e os telejornais possuem 100% de credibilidade. Enfim, viva a Ler mais

Toda essa polêmica pode, nesse sentido, ser exemplificada, ou melhor, sintetizada com imagens/ figuras facilmente encontradas na própria mídia, no *Youtube* e nas redes sociais:

Figura 3 – Imagens das logomarcas



Ainda que não seja nossa pretensão explorar a fundo as imagens e tampouco as manchetes supracitadas, vale registrá-las para chamarmos a atenção para o que elas trazem como possibilidades de sentidos. Na sequência, também a título de ilustração, trazemos uma síntese das notícias de crime de lavagem de dinheiro que envolveram a Rede Record e os Bispos da Igreja Pentecostal, em dois momentos específicos:

Figura 4 – Falas de Celso Freitas

Celso Freitas em 1990, no telejornal da Rede Globo

- Veja, hoje, no Globo Repórter, como a Igreja Pentecostal vira caso de polícia;
- Acusada de curandeirismo, a Igreja Universal do Reino de Deus promete aos fiéis curas milagrosas e exige grandes somas em dinheiro;
- Aquele que está por trás desse esquema, o Pastor Edir Macedo transferiu-se para os EUA e comprou um canal de televisão no Brasil;
- O que pensa a Igreja Católica e as outras Igrejas Protestantes?...

Celso Freitas em 2009, no telejornal da Rede Record

- Veja nesta edição do Jornal da Record o enorme trabalho social da Igreja Pentecostal e onde é investido o dinheiro arrecadado;
- Você verá, ainda nesta edição, que o grande sucesso da Rede Record incomoda a concorrência;
- Tudo isso é ótimo para a democratização do acesso à notícia, mas incomoda a concorrência, que, durante décadas, deteve o monopólio da informação e que em muitos casos manipulou a opinião pública...

Há, nos trechos acima, um certo paralelismo nas informações: por um lado, uma estrutura comum, uma abordagem muito parecida dos “fatos”, por outro, é como se uma estivesse dando respostas às acusações feitas pela concorrente. Em nome de uma suposta ética e de uma suposta moral, as duas instituições produzem notícias, se expõem em uma estrutura argumentativa específica, buscam legitimar-se e acabam por desvelar suas verdadeiras intenções, seus verdadeiros *ethé*. Percebemos que as duas empresas revelam ao (tele)espectador, por meio de seus discursos, sob a forma de notícias, muito do *ethos* público, institucional e social, não só de cada uma das empresas e suas respectivas

mantenedoras, mas também de seus apresentadores, todos necessariamente envolvidos com o *ethos* de seriedade, de legitimidade, de moralidade, de imparcialidade, dentre outros.

Charaudeau, em seu livro **Discurso das mídias** (2006, p. 11-13), adverte justamente que o discurso de informação é uma atividade de linguagem que permite que se estabeleça, nas sociedades, o vínculo social sem o qual não haveria reconhecimento identitário. O autor também alerta que as empresas de fabricação da informação — aquilo que ele chama de “máquina midiática”, procuram distinguir-se umas das outras, acionando estratégias específicas na construção da informação e, conseqüentemente, na construção de sua identidade institucional. Tudo isso, evidentemente, sem se esquecer de que essa máquina tem (ou deveria ter) “[...] a vocação de responder a uma demanda social por dever de democracia” (CHARAUDEAU, 2006, p. 58), uma prestadora de serviço em benefício da cidadania. Lembremo-nos do que disse o repórter Celso Freitas em 2009 sobre a “democratização do acesso à notícia”. Resta perguntar o que significa “democracia do acesso à notícia” para essas duas instituições.

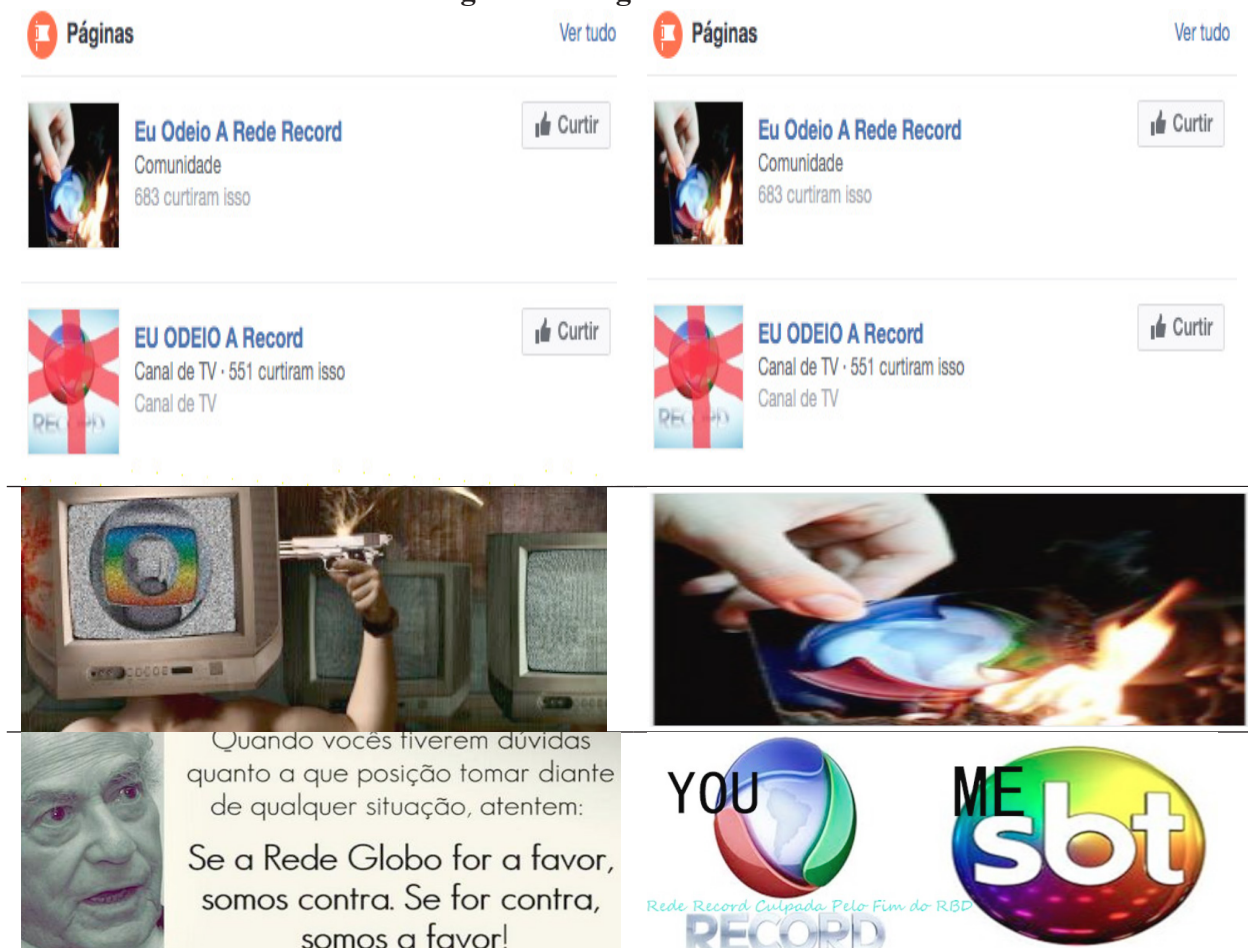
Partimos do princípio de que a própria notícia, a maneira como tratá-la, veiculá-la, passa por um crivo que corresponderia, em última instância, a uma ética da informação midiática. Dentre as várias responsabilidades da mídia, algumas particularmente nos interessam aqui: o que informar, com que finalidade informar, em que circunstâncias informar e como manipular a informação. Ainda segundo Charaudeau (2006, p. 17), “[...] o mundo da mídia tem a pretensão de se definir contra o poder e contra a manipulação”. O que temos assistido, na mídia brasileira, sobretudo nesse caso analisado, é justamente o contrário, ou seja, o mundo da mídia se valendo do próprio poder sobre a sociedade, manipulando a opinião pública, em nome de um pretenso acesso democrático à informação para construir uma imagem de si baseada em denúncias-crime contra a concorrente.

Globo e Record constroem seus *ethé* reciprocamente, uma falando mal da outra, uma denunciando a outra, para, com isso, tentar mostrar que são idôneas, que são honestas, que trabalham em nome da democracia, da verdade e do dever de promover o acesso à informação de qualidade, com isenção e imparcialidade. Ambas trocam insultos, fazem denúncias de crimes de desvio e uso indevido de dinheiro (público e privado), de abuso de poder, de aquisições ilícitas de canais de televisão e rádio, acusam-se pelas relações escusas com o poder público, tudo isso sob o manto da verdade dos fatos, tudo isso como matéria jornalística veiculada em todas as esferas da mídia.

Perguntamo-nos, às vezes, se essas duas empresas, responsáveis por uma parte da regulação dos sentidos sociais, pela formação da opinião pública e pela construção de sistemas de valores sociais, ainda acreditam na ingenuidade do povo brasileiro a respeito do processo da informação, acreditam que a população brasileira, os (tele)espectadores desse espetáculo midiático grotesco, realmente não percebem que há uma lógica comercial por trás daquilo que eles chamam de fatos. Se elas manipulam, e elas o fazem com maestria, quem são os manipulados? Nós, os leitores, os ouvintes, os telespectadores e os internautas, enfim, todos aqueles que consomem notícias produzidas pela mídia? Daí a necessidade de tomarmos muito cuidado com o poder dos discursos midiáticos e os perigos que isso nos traz.

O objetivo de envolver o público nessa querela entre as duas emissoras tem trazido resultados negativos para elas próprias. Vemos as pessoas reagirem, *pathemizadas*, nas redes sociais. Para ficarmos somente com alguns casos, temos, no Facebook, perfis, páginas, ou melhor, instâncias que se nomeiam, por exemplo, “Eu odeio a Rede Globo” e “Eu odeio a Rede Record”, e que contam com milhares de seguidores que registram e compartilham seus sentimentos os mais variados relativos às empresas e às suas brigas. Vejamos, na sequência, os *prints* desses perfis e das capas dessas “entidades”.

Figura 5 – Páginas do Facebook



Voltando à análise discursiva do *corpus*, temos que Charaudeau, ao falar das condições de produção midiática, afirma que esse lugar comporta dois espaços: o “externo-externo” e o “externo-interno”. O primeiro diz respeito às condições socioeconômicas da máquina midiática como empresa. O segundo diz respeito às condições semiológicas da produção — aquelas que presidem a própria realização do produto midiático. No caso da guerra entre a Globo e a Record, parece que esses dois espaços se tornaram extremamente permeáveis, formando um espaço só. E aí estaria, desse modo, pelo menos em parte, a origem do problema.

Charaudeau também marca o lugar das restrições de construção do produto midiático e da produção de sentidos relativos a esse produto. Isso quer dizer que as notícias veiculadas pelas duas empresas (falamos, aqui, da guerra de notícias entre elas) estão carregadas de efeitos possíveis, o que, na maioria das vezes, corresponde às intenções específicas. Ao acusar uma à outra, ambas acabam por querer dizer o que não são, ambas buscam forjar e manipular os sentidos sociais, buscam, nas instâncias de recepção, um apoio, um colaborador na construção de suas identidades. Ao denunciar “ela é corrupta, logo não tem moral!”, “ela lava e desvia dinheiro!”, “ela é favorecida pelos órgãos públicos”, busca-se a construção identitária baseada no seu contrário, no seu oposto: quando uma diz “ela é corrupta, logo não tem moral”, está também dizendo “eu não sou corrupta, logo tenho moral!”, ou, dito de outra forma, “meu *ethos* representa um ícone da moralidade”. Quando a Globo denuncia a Record, cuja mantenedora é a Igreja Universal, ela diz: “eles lavam e desviam dinheiro”. Isso significa dizer, ao mesmo tempo: “eu, Globo, não lavo e tampouco desvio dinheiro!”. Quando a Record denuncia que a Globo tem relações escusas com todos os governos, inclusive durante a ditadura militar, ela está também dizendo: “eu não me valho de favores de órgãos públicos”. É como se acusar bastasse para se inocentar, como se falar mal do outro fizesse de si alguém melhor.

A impressão que fica, às vezes, é que as duas empresas não sabem distinguir com clareza a diferença entre “efeitos de verdade” e “valores de verdade”. Justo elas, que teriam como obrigação social desvelar para o seu público as nuances entre os dois, acabam por promover a indistinção e por se valer disso em proveito próprio. Se o leitor/telespectador não percebe a diferença entre ambos, fica mais fácil de serem ideologicamente manipulados. Fazer crer ser verdade o que é da ordem da crença, fazer passar o subjetivismo por objetivismo, não condiz com instituições que buscam a credibilidade como porta-voz, como cartão de visita. Evidentemente, não se trata aqui de discutir onde ou com quem está a verdade. Trata-se de tentar entender como tem funcionado a máquina midiática no Brasil.

Sobre o efeito visado e o efeito produzido, arriscamo-nos a afirmar que os tiros dados pelas emissoras não têm sido certos. Se a intenção das duas empresas é a de denunciar, sabemos que, no Brasil, denúncias, sobretudo jornalísticas e espetaculares, não são a garantia de justiça feita, de pessoas e instituições julgadas e condenadas. O que se consegue, no máximo, é mais alimento, mais munição para que a mídia sobreviva. Se a intenção é a de construir um *ethos* de correta, de honesta, de produtora imparcial da informação através da política da denúncia, o resultado, pelo menos é o que esperamos, também parece não estar sendo alcançado; prova disso são os perfis críticos nas redes sociais. O povo brasileiro tem se mostrado (precisamos acreditar nisso) “calejado” de ver, através da própria mídia, que acusar o outro para tornar-se um herói, um justiceiro, também não tem surtido efeito. Esse tipo de estrutura argumentativa parece não funcionar como as duas instituições esperam. Parece que as instâncias de produção desses discursos não têm avaliado com precisão a forma correta de atingir o alvo visado e empírico e alcançar seus objetivos propostos.

Considerações finais

Segundo informações da própria mídia, a audiência das duas empresas não aumentou em nada, com a retomada da guerra em questão; pelo contrário, tem diminuído. E não cabe, conforme afirma Charaudeau (2006, p. 39), alegar inocência, pois “[...] o informador é obrigado a reconhecer que está permanentemente engajado num jogo em que ora é o erro que domina, ora a mentira, ora os dois, a menos que seja tão-somente a ignorância”. Além disso, os informadores correm o risco de terem abalada a própria credibilidade, a própria notoriedade como empresas formadoras de opinião. As visadas de “fazer saber, fazer crer, fazer sentir” utilizadas pelas duas empresas ficam distorcidas, comprometidas, e são, às vezes, levadas ao extremo, correndo-se o risco de se autodestruírem, ainda que a intenção maior tenha sido a de se autopreservarem.

Se há, por trás disso tudo, um golpe de *marketing* de ambas as empresas, com intenções de aumentar a audiência e chamarem a atenção para si, temos mais uma prova de que vivemos realmente uma crise de valores éticos e morais no Brasil, que não vale o ingresso para assistirmos tal espetáculo. “Uma realidade que surge no espetáculo, e o espetáculo é real”, como afirma Debord, em seu livro **A sociedade do espetáculo** (1997, p. 15 *apud* GREGOLIN, 2003, p. 9), aponta para o fato de que “[...] essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente.”. O que temos visto, no caso da guerra entre a Globo e a Record, é, mais uma vez, uma mostra de que as empresas misturam o discurso informativo com o discurso propagandista e fazem passar um pelo outro de forma perigosa, pouco ética. Com isso, o contrato midiático fica comprometido, as identidades, ameaçadas, as finalidades, obscurecidas. Se todos os atores desse contrato são respeitados, se as regras do jogo são limpas, todos só têm a ganhar. Mas, se alguns desses atores começam a blefar, a trapacear em benefício próprio, todas as instâncias têm a perder, sobretudo, nós leitores-tele-espectadores.

Ao final dessa incursão pela “guerra midiática” entre Globo e Record, contamos com mais um fragmento dos estudos de Charaudeau (2006, p. 199), segundo o qual: “São [esses] os efeitos perversos da máquina midiática: atores que são álbis para uma argumentação bloqueada numa encenação que está a serviço do espetacular. É o que se pode chamar de ‘simulacro de democracia’”.

Referências

- AMOSSY, R. **L'argumentation dans le discours**. Paris: Armand Colin, 2010.
- AUCHLIN, A. *Ethos* e experiência do discurso: algumas observações. In: MARI, H.; MACHADO, I.; MELLO, R. (Org.). **Análise do discurso**: fundamentos e práticas. Belo Horizonte: NAD, 2001. p. 201-225.
- BORGES, M. L. V. A construção do *ethos* do orador no *Pro Milone* de Cícero. **Codex**, São Paulo, v. 2, n. 1, 2010.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHARAUDEAU, P. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MACHADO, I. L.; MENDES, E. (Org.). **As emoções no discurso**. Campinas: Mercado das Letras, 2010. v. 2, p. 23-56.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro, 1997.
- DOMINGO espetacular. 13 ago. 2017. Disponível em: Youtube.com. Acesso em: 25 de ago. de 2018.
- GREGOLIN, M. R. **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. São Paulo: Clara Luz, 2003.
- MAINGUENEAU, D. A propósito do *ethos*. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Org.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 11-29.
- MAINGUENEAU, D. *Ethos* literário, *ethos* publicitário e apresentação de si. In: MACHADO, I.; MELLO, R. (Org.). **Análises do discurso hoje**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010. v. 3, p. 193-207.
- MORAES, D. **Mutações do visível**: da comunicação de massa à comunicação em rede. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010.
- PLANTIN, C. **Les bonnes raisons des émotions**: principes et méthode pour l'étude du discours émotionné. Bern: Peter Lang. 2011.
- SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.

Dominar o corpo da mulher é violentá-lo: a progressão metafórica no texto “Os 18 vendilhões”, de Eliane Brum

Aline Aver Vanin*

Letícia Presotto**

Gabriele Honscha Gomes***

Ana Rachel Salgado****

Resumo

O discurso veiculado em um espaço como o da coluna de opinião de um periódico de ampla abrangência possibilita que assuntos da atualidade sejam amplamente propagados e também discutidos, fomentando, em grande parte das vezes, a consciência (crítica) da população. É comum, nesse tipo de discurso, nos depararmos com metáforas, que fazem parte não somente da nossa linguagem, mas também do nosso pensamento e das nossas ações, tratando-se de um significado construído no nosso cotidiano, na nossa sociedade e na nossa cultura. Nesse viés, o presente trabalho se propõe a apresentar e discutir a progressão metafórica presente no artigo “Os 18 vendilhões”, da jornalista Eliane Brum, publicado em uma coluna de opinião de um periódico renomado. A partir da análise do texto por meio de ferramentas da Linguística de *Corpus*, elencaram-se expressões linguísticas que direcionaram a uma metáfora que perpassa o texto do início ao fim: os jogos de poder (de gênero/de raça). Juntamente a essa metáfora, três subcategorias, quais sejam política, religião e raça, contribuem para a construção da argumentação da autora sobre o poder estruturalmente construído que os homens ainda têm sobre as mulheres em diferentes cenários.

Palavras-chave: Discurso midiático. Gênero. PEC 181/2015. Metáfora conceitual. Linguística cognitiva.

To dominate the woman's body is to violate it: the metaphorical progression in the text “The 18 Salesmen”, by Eliane Brum

Abstract

The discourse in a space such as that of the column of opinion of a wide-ranging journal enables daily life issues to be widely propagated and also discussed, often fostering (the critical) awareness of the population. It is common in this type of discourse that we come across metaphors, which are part not only of our language but also of our thoughts and our actions, being a meaning constructed in our daily life and in our culture. The present work proposes to present and discuss the notion of metaphorical progression present in the article “Os 18 vendilhões” [“The 18 salesmen”], by the journalist Eliane Brum, published in an opinion column of a renowned newspaper. From the analysis of the text through the tools of Corpus Linguistics, linguistic expressions have been pointed out that have led to a metaphor that runs through the text from beginning to end: power games (of gender / ethnicity). Along with this metaphor, three subcategories, such as politics, religion, and ethnicity, contribute to the construction of the author's argument about the structurally constructed power that men still have over women in different settings.

Keywords: Media speech. Gender. PEC 181/2015. Conceptual metaphor. Cognitive linguistics.

Recebido: 28/02/2018

Aceito: 26/06/2018

* Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre. Doutora em Linguística (PUCRS). Professora Adjunta do Departamento de Educação e Humanidades da Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre.

** Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Doutoranda em Linguística pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

*** Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre. Graduanda em Psicologia pela Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre.

**** Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre. Doutora em Linguística Aplicada (Unisinos). Professora Adjunta do Departamento de Educação e Humanidades da Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre.

Introdução

A discussão sobre a legalização do aborto no Brasil ganhou destaque em 8 de novembro de 2017, na Comissão Especial destinada a proferir parecer à Proposta de Emenda à Constituição (PEC) nº 181-A, de 2015,¹ por meio de votação que poderia abrir a possibilidade de alterar o texto original sobre as formas de aborto atualmente permitidas no Código Penal desde 1940.

A mudança teria como objetivo garantir “a dignidade da pessoa humana *desde a concepção*”. A expressão “desde a concepção” foi incluída no inciso III do art. 1º da Constituição, que trata dos princípios fundamentais dos cidadãos, e também no art. 5º, que garante a igualdade de todos perante a lei: “a inviolabilidade do direito à vida *desde a concepção*” (grifos nossos).

Tal alteração no texto constitucional poderia implicar a proibição do aborto até mesmo em casos de estupro, de comprovação de feto com anencefalia ou de gravidez com risco de morte para a mãe — atualmente permitidos. Com isso, a Comissão Especial da Câmara dos Deputados assina um documento que significa a abertura da possibilidade de uma violência simbólica contra a dignidade da mulher que carrega o feto. A proposta, originalmente, previa a ampliação da licença-maternidade para mães de bebês prematuros de 120 para até 240 dias; porém o projeto ganhou a alcunha de “PEC do Cavalo de Troia das Mulheres” por incluir, numa manobra de má-fé e de última hora, a definição de que a vida começa na concepção. Após essa aprovação por votação do texto-base, a proposta é encaminhada para votação no plenário da Câmara e do Senado, e, se o texto for incorporado à Constituição, o aborto não será permitido em nenhum caso. A mulher seria, então, violentada duas vezes: em relação à própria gravidez (não desejada ou de risco para o feto e/ou para si) e pela lei, que não lhe ofereceria amparo.

Apesar de o procedimento ainda ser garantido nos casos supracitados, a proibição ao aborto é criticada por grupos feministas por ferir o direito à autonomia das mulheres e por ser vista, também, como uma questão de saúde pública. Uma legislação restritiva como a que se propõe faz com que mulheres sejam vistas meramente como úteros ambulantes geradores de vidas: a função reprodutiva torna-se mais relevante que a própria dignidade, tendo diminuído o direito das mulheres de decidirem sobre seus próprios corpos. A criminalização do aborto fere princípios e direitos das mulheres, garantidos na Constituição, como dignidade, liberdade e saúde. Se a decisão não pode ser da mulher que carrega o feto, a lei é pró-vida para quem? A quem protege de fato?

Recentemente, o caso Rebeca Mendes da Silva Leite inflamou mais a discussão sobre o tema. A estudante de direito entrou com pedido no Supremo Tribunal Federal (STF), o qual lhe foi negado; ela também entrou com um *habeas corpus* no Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP), alegando não ter condições financeiras e emocionais de cuidar de um terceiro filho. Tendo suas solicitações negadas, Rebeca recebeu apoio da rede latino-americana Clacai (Consórcio Latino-Americano Contra o Aborto Inseguro) para interromper a gravidez na Colômbia. Nesse país, o aborto é permitido quando a gravidez coloca em perigo a saúde física ou mental da mulher, é resultado de estupro ou incesto e em caso de malformações do feto incompatíveis com a vida fora do útero.

Na América Latina, segundo a ONU, milhares de mulheres abortam clandestinamente todo o ano, o que torna a prática a maior causa de mortalidade feminina: são 67 mortes para cada 100.000 nascidos vivos (Comissão Econômica para América Latina e Caribe/Cepal²). Não há números oficiais para a prática: estima-se que, em países como Brasil, Chile, Argentina e Colômbia, são quase dois milhões de abortos por ano.

1 Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2075449>>. Acesso em: 11 fev. 2018.

2 Dados disponíveis em: <https://nacoesunidas.org/agencia/cepal/>. Acesso em: 13 fev. 2018.

Em diversos países, a descriminalização do aborto já foi discutida e aprovada: de acordo com Lara e outros (2016), em 1975, o Legislativo da França aprovou a Lei Veil, descriminalizando a prática; na Suécia, há mais de 40 anos, reconhece-se o direito das mulheres de interromper a gravidez; a antiga União Soviética reconheceu esse direito na década de 1920; Portugal, em 2007, e o Uruguai, em 2008. Enquanto isso, no Brasil, observa-se uma persistência em diminuir os direitos da população. Para as mulheres, o direito de decidir sobre seus próprios corpos poderá ser ainda mais estreitado.

Apesar de essa discussão ter sido reacendida, o tema ainda precisa de aprofundamento. Argumentos antagônicos, como pró-vida/contra o aborto, ou superficiais, como “só defende o aborto porque não foi abortado”, permeiam rodas de conversa e chegam até o Congresso Nacional. A argumentação parece ignorar a produção acadêmica e até mesmo a jurisprudência dos países que já discorreram juridicamente sobre a questão. Foi por esse viés que 18 deputados homens votaram pela aprovação dessa PEC em agosto de 2017, contra um voto de uma deputada mulher. Tal evento é simbólico: ao final da sessão, os deputados que votaram a favor riem e aplaudem com ênfase uma vitória do patriarcado, como se seguissem uma lógica dicotômica do eles *versus* elas, ressaltando que o que fazem é mostrar o poder sobre corpos que podem gerar, mas que nunca devem decidir sobre si.

Em seu artigo no periódico **El País** do dia 20/11/2017,³ a jornalista Eliane Brum discorre acerca desse fato, ressaltando os jogos de poder relacionados a questões de gênero e de raça que estão implicados em um ato político como esse. O formato do gênero discursivo “coluna de opinião” permite liberdade de expressão do ponto de vista da autora ou do autor; nesse sentido, o fio condutor eleito pela autora é o de uma crítica a esses jogos de poder, que ficam evidentes a partir das escolhas lexicais, as quais serão foco de análise neste texto. Por vezes, os vocábulos denotam metáforas conceituais que emergem discursivamente, denunciando a perspectiva da autora e alinhando-a com as possibilidades abertas por tal gênero discursivo. Cabe, também, ressaltar que a ocorrência de uma categoria metafórica central e os desdobramentos em subcategorias (política, religião e raça), que estão interligadas, permitem estabelecer uma linha de raciocínio que tornam o texto coerente do início ao fim.

Dadas essas considerações, o texto que se segue se desdobra nos seguintes pontos: na Seção 1, trataremos brevemente das noções de violência de gênero e de cultura do estupro; na Seção 2, explicitaremos a concepção teórica que é adotada para a análise da coluna de opinião; a Seção 3 descreve a metodologia adotada; a Seção 4 trata da análise propriamente dita; e, finalmente, a última Seção aborda as considerações sobre a reflexão aqui empreendida.

1 A persistência em dominar: uma questão de gênero

As relações de gênero abordadas no texto de Eliane Brum implicam um entendimento de relações assimétricas e políticas, nas quais o jogo de poder tem um papel relevante. O que é entendido por gênero feminino e masculino é resultado do processo de construção social a partir de uma cultura específica, construída e sustentada por um processo histórico e por um processo de naturalização de questões uma vez determinadas por um grupo de pessoas no poder, em grande parte, masculino. A construção do que é entendido por gênero masculino e sexualidade masculina surge com ideias de que o masculino é visto como sujeito (ativo) da sexualidade, e o feminino, como seu objeto (passivo) (MINAYO, 2005). Características como instintos incontroláveis, agressividade e violência são comumente relacionadas ao comportamento “natural” masculino. No entanto, tal concepção é construída social e culturalmente, de forma a buscar uma diferenciação naquilo que é dito feminino ou masculino e reforçar uma suposta superioridade do homem sobre a mulher.

³ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/11/20/opinion/1511192636_952720.html. Acesso em: 12 fev. 2018.

Nesse sentido, para Bourdieu (2014), comportamentos e formas de pensar acabam aparecendo como produto da dominação de um gênero sobre outro. O autor traz a naturalização da divisão entre os sexos como exemplo de compreensão social proveniente de relações dominantes e agindo como formadora de sistemas de percepção, pensamento e ação. A forma como um indivíduo percebe o mundo no qual se insere é, portanto, resultado de uma cultura existente, construída historicamente e mantida por um grupo dominante, que acaba sendo sentida como natural.

A permanência de um padrão relacional no qual mulheres são violentadas é uma consequência de uma cultura de estupro existente na sociedade atual. Lara e outros (2016) definem a cultura de estupro como uma forma de violência simbólica, que permite a justificação, tolerância ou o estímulo ao estupro. É sustentada por violências sutis, naturalizadas e reproduzidas no senso e no discurso comuns, como o uso da linguagem misógina, objetificação do corpo da mulher e glamourização da violência sexual (SOLNIT, 2017). Bourdieu define violência simbólica como [...] violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou, mais precisamente, do desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância, do sentimento (BOURDIEU, 2014, p. 12).

Uma relação sexual, para Bourdieu (2014), dá-se com uma relação de dominação. Existe uma assimetria na forma como o sexo feminino e o sexo masculino são representados na sociedade. Possuir sexualmente, como explica o autor, é a submissão ao poder masculino. A violência (seja ela física ou simbólica) é um comportamento autoritário, em que o agente violento sente-se no direito de controlar, de variadas formas, a vítima (SOLNIT, 2017).

A violência simbólica, seja ela de gênero ou contra grupos étnicos específicos, também pode ser amplamente expressa por meio da linguagem. Em alguns casos, é possível perceber essa violência simbólica de forma mais direta, disfarçada no discurso de humor, como nas piadas e “memes” de caráter sexista/homofóbico/racista. Em outros casos, ela se dá de forma mais sutil, por meio do uso de metáforas.

No texto “Os 18 vendilhões”, a ser analisado mais adiante, Eliane Brum utiliza expressões linguísticas que remontam a metáforas conceituais, isto é, metáforas que emergem como indícios da elaboração cognitiva. Pode-se afirmar que, pelo efeito gerado por suas escolhas lexicais, a autora pretende denunciar o teor violento por trás da aprovação da PEC 181/2015, usando um vocabulário que se constitui a partir de uma categoria de linguagem de violência.

A seguir, passaremos à explanação da arquitetura teórica que permeia a análise da coluna de opinião.

2 Linguagem como expressão dos modos de pensar a sociedade

A metáfora, de acordo com Lakoff e Johnson (1980), é entendida como um fenômeno do pensamento, tendo em vista que se trata de uma analogia entre conceitos que emerge a partir da experiência. A metáfora não é, portanto, uma figura de linguagem, como estabelecida desde Aristóteles, mas é fruto das vivências do cotidiano. Assim, se um conceito como VIOLÊNCIA associa-se com DOMINAÇÃO, como em DOMINAR (O CORPO FEMININO) É VIOLENTAR (VIOLENTÁ-LO), trata-se de um significado que foi construído no cotidiano, em pensamentos e ações (inclusive, em atos de fala) e que emerge no contexto de interação discursiva. Nesse sentido é que se preconiza que o sistema conceitual humano é fundamentalmente metafórico por natureza. Para Lakoff e Johnson (1980), a metáfora é abundante na linguagem do dia a dia, uma vez que as pessoas pensam de forma metafórica, mas sem ter consciência da natureza metafórica do próprio pensamento. Pode-se dizer, então, que “a metáfora deixou de ser uma figura de linguagem para ser um processo estruturador do

pensamento” (BERBER SARDINHA, 2007, p. 169).

A Teoria da Metáfora Conceitual (TMC) (LAKOFF; JOHNSON, 1980) pressupõe que a metáfora é compreendida por meio do mapeamento entre conceitos abstratos em relação a conceitos mais concretos. Essa sistematização de conceitos ocorre a partir de dois domínios: o domínio-fonte, que se caracteriza por ser mais concreto e experiencial; e o domínio-alvo, que é de natureza abstrata. Um domínio conceitual é uma organização coerente da experiência, isto é, as pessoas têm um conhecimento logicamente organizado sobre um domínio, no qual se baseiam para entender outro domínio (KÖVECSES, 2002). Assim, a metáfora conceitual é uma forma de conceitualizar um domínio de experiência, geralmente abstrato, por meio de um domínio mais concreto (GIBBS, 2008; KÖVECSES, 2002; LAKOFF; JOHNSON, 1980): APROVAR A PEC 181/2015 É VIOLENTAR AS MULHERES BRASILEIRAS. Lakoff e Turner (1989) ainda afirmam que os domínios conceituais são representações mentais ricas, visto serem partes do nosso conhecimento de mundo que se relacionam com fenômenos ou experiências particulares, podendo englobar relações e padrões de inferências.

As metáforas estabelecidas em nossa experiência diária são ditas convencionais (LAKOFF; TURNER, 1989), isto é, são utilizadas automaticamente e sem esforço. Um exemplo de metáfora conceitual é DIREITO É LUTA/GUERRA, como pode ser expressa através de metáforas linguísticas, como “ganhar/perder direitos”. É interessante esclarecer, aqui, que o mapeamento de metáforas é uma série de correspondências sistemáticas entre o domínio-fonte e o alvo, no sentido de que elementos conceituais do domínio-fonte correspondem a elementos do domínio-alvo (KÖVECSES, 2002; LAKOFF; JOHNSON, 1980). Do mesmo modo, Kövecses (2002) reitera a posição de Lakoff e Turner (1980) a respeito da convencionalidade de uma metáfora, pois afirma que tanto as metáforas linguísticas quanto as conceituais são convencionais quando estão fortemente estabelecidas em uma comunidade linguística. Além disso, Kövecses (2002) ainda salienta que metáforas criativas ou novas, elaboradas a partir de metáforas convencionais, não se restringem apenas a textos de teor poético, mas podem emergir na linguagem cotidiana.

Um dos elementos essenciais na elaboração de metáforas é a própria cultura em que se inserem. Berber Sardinha (2007) postula que é possível perceber o quanto elas estão relacionadas ao cotidiano do ser humano e à sua cultura: “[...] vivemos de acordo com as metáforas que existem na nossa cultura; praticamente não temos escolha: se quisermos fazer parte da sociedade, interagir, ser entendidos, entender o mundo, etc., precisamos seguir as metáforas que a nossa cultura nos coloca à disposição”. (BERBER SARDINHA, 2007, p. 170).

O autor ainda afirma que as metáforas conceituais são relativas a uma dada cultura e resultantes de mapeamentos relevantes para certas civilizações ou ideologias. Kövecses (2005, p. 1) entende a “cultura como sendo um conjunto de compreensões compartilhadas que caracterizam comunidades maiores ou menores”. Segundo o autor, essa definição não é exaustiva, mas inclui entidades intangíveis, como o tempo, processos mentais, emoções, qualidades abstratas, valores morais, além de instituições sociais e políticas. Nessa direção, Gibbs (1994) propõe a noção de modelos culturais, que são esquemas culturais compartilhados e intersubjetivos que funcionam na interpretação da experiência e que guiam as ações em uma gama variada de domínios, incluindo eventos, instituições, objetos físicos e mentais. Ainda, Gibbs (1994) afirma que teorias sobre sistemas conceituais humanos deveriam ser culturais em essência, pois não é possível aceitar que a mente, o corpo e modelos culturais operem de forma independente.

Sobre esse aspecto, Lakoff e Johnson (1980) atribuem grande parte da sistematicidade que se expressa no sentido metafórico como um reflexo das experiências culturais pelas quais se representa a realidade. Nesse sentido, uma metáfora utilizada em dada língua por uma comunidade específica de indivíduos seria uma manifestação da competência e representação de uma realidade que está invariavelmente impregnada de valores culturais. Para os autores, as metáforas estão presentes na

vida cotidiana com base na experiência, por isso utilizam o termo “experencialismo” para tratar da construção da realidade como algo que é incorporado à percepção humana.

De acordo com Steen e Gibbs (1999), na Linguística Cognitiva, a relação entre linguagem e pensamento é a ideia de que a metáfora precisa de uma base, a qual não reside na linguagem como um sistema abstrato de símbolos e regras. Em vez disso, a metáfora é uma parte significativa de sistemas conceituais do cotidiano das pessoas, e tal fato pode ser relacionado com a cultura. Segundo Siqueira e outros (2009), o modo como estruturamos nosso pensamento e conhecimento não se organiza de uma forma muito evidente, e um meio de estudarmos isso é através da linguagem, visto que uma das evidências de como nosso sistema conceitual se estrutura é dada pelo uso de metáforas na linguagem do dia a dia. Isso implica o fato de a cultura estar envolvida nesse processo, já que pensamos e conceituamos metaforicamente no nosso cotidiano. Assim, esse é um dos motivos pelo qual as metáforas são compreendidas de forma diferente em algumas culturas.

No artigo de opinião analisado, veremos que as metáforas conceituais que nele emergem “co-ocorrem” dentro de uma categoria conceitual que perpassa o texto como um todo: a das relações de poder (de gênero e de raça). A partir disso, Eliane Brum, ao expressar sua opinião sobre a aprovação do texto-base da PEC 181/2015, constrói metáforas como DOMINAR O CORPO FEMININO É VIOLENTÁ-LO, as quais estão organizadas coerentemente e de forma progressiva. A emergência de metáforas como essa e a rápida apreensão delas pelo leitor ou pela leitora sugerem que elas fazem parte do esquema conceitual que envolve elementos típicos da cultura brasileira.

Na seção seguinte, exporemos a organização metodológica da análise do referido artigo.

3 Metodologia

Como já anunciado na introdução deste texto, trataremos de analisar o artigo de opinião “Os 18 vendilhões”, veiculado em um jornal de ampla divulgação. A autora, a jornalista Eliane Brum, discorre sobre a problemática da votação da PEC 181/2015, em que 18 deputados, todos homens, votaram uma alteração no texto constitucional que se supõe pró-vida do feto, mas que vai contra a dignidade e os direitos humanos das mulheres. Observa-se que a autora utiliza-se de vocábulos que remetem a expressões de violência, como “perverso”, “arrebentada”, “violentada”, “enfiar”, “tortura”, perfazendo um caminho de *progressão metafórica*, em que os elementos metafóricos emergentes constituem o fio condutor do texto. Ao utilizar itens lexicais que fazem parte de uma mesma categoria conceitual, a autora escolhe enfatizar o tipo de violência simbólica a que, mais uma vez, as mulheres serão submetidas se essa lei for aprovada de fato. Além disso, observa-se a elaboração de, pelo menos, três domínios conceituais que formam categorias de experiência que estão ligadas a aspectos da cultura brasileira. Tais traços poderiam enfatizar a aproximação do leitor pelo reconhecimento de tais elementos; ou, ainda, estariam tão arraigados à experiência da autora que eles fluem naturalmente em sua escrita. Cabe salientar que nenhum texto é inocente; as escolhas lexicais sugerem uma consciência da brutalidade desse fato. O gênero discursivo ao qual se vincula o texto analisado — artigo de opinião, publicado em um jornal de grande circulação — permite uma amplitude e uma liberdade de expressão por parte da autora para expor suas ideias/críticas com relação ao tema tratado.

Para realizar o mapeamento das possíveis metáforas conceituais presentes no texto “Os 18 vendilhões”, utilizamos metodologias e ferramentas da Linguística de *Corpus*. O texto foi processado no AntConc 3.2.2 (ANTHONY, 2011),⁴ com o objetivo de gerar uma lista de palavras (ferramenta

4 O AntConc 3.2.2 é um concordanciador de *software* livre, disponível em: <<http://www.laurenceanthony.net/software/antconc/>>.

Word List). Para a geração dessa lista, utilizamos uma *stop list*⁵ — lista de palavras gramaticais de alta ocorrência —, a fim de reduzir o ruído na lista final.

Após a análise manual da lista gerada pelo AntConc, chegamos a unidades lexicais que poderiam funcionar como elementos centrais de potenciais metáforas. Para fins de posterior levantamento, utilizando as ferramentas Concordance e Cluster,⁶ também presentes no *software* AntConc, optamos por lematizar⁷ a lista. Surgem, então, vocábulos como “sacanagem”, “malandragem”, “goz*”, “lut*”, “conden*”, “moeda”, etc., os quais serão detalhados na seção de análise.

A partir desse mapeamento, foi possível chegar a uma grande metáfora que perpassa todo o texto: a dos jogos de poder (de gênero/de raça). Ao longo do texto, a autora desenvolve essa grande metáfora utilizando-se de três categorias conceituais que surgem em momentos pontuais e que contribuem para a progressão do texto: (1) política; (2) religião; e (3) raça. Cabe ressaltar que tais categorias, apesar de separadas por subtítulos, sobrepõem-se e complementam-se, interseccionalmente.

Dessa forma, em nossa análise, foi possível chegar a dois níveis de identificação de metáforas que emergem do texto: o nível macro (que perpassa o texto todo) e o nível micro (que subdivide a análise em três categorias). A partir dessa divisão, buscamos refletir sobre a progressão metafórica, ou seja, sobre o modo como as metáforas conceituais que surgem durante a leitura se encadeiam de forma a se relacionarem harmoniosa e coerentemente.

4 Análise de “Os 18 vendilhões”

Como já demonstrado na seção anterior, buscou-se, primeiramente, apreender palavras ou expressões que poderiam sugerir a emergência de metáforas conceituais. A partir da lista de palavras que poderiam sugerir metáforas conceituais, pode-se levantar a temática que perpassa o texto como um todo: (1) os jogos de poder de gênero e de raça, em um nível macro, isto é, que são o fio condutor do texto e que, em sua progressão, alinham tematicamente o ponto de vista; e (2), em nível micro, nos domínios da política, da religião e de raça, os quais, apesar de estarem pontuados em três momentos específicos do texto, aparecem sobrepostos discursivamente. Isso significa que as metáforas que surgem, muitas vezes, se justapõem e podem se referir, ao mesmo tempo, aos campos semânticos já mencionados. Isso é um traço do que Kimberlé Crenshaw⁸ chama de “interseccionalidade”, isto é, quando diferentes tipos de discriminação ocorrem e se sobrepõem: a partir da perspectiva dos jogos de poder, não se trata, apenas, de uma questão de discriminação de gênero quando se buscam mecanismos de controle dos corpos das mulheres; quando a isso se soma o fato de a mulher ser negra e pobre, suas chances de conseguir realizar um aborto de forma legal e, principalmente, segura, reduzem-se drasticamente — ainda mais quando se busca esse controle em nome da lei e de um deus.

A necessidade de apontar esses jogos de poder emerge discursivamente por meio da escolha de palavras: denota-se não só a violência que os perpassa, mas também a intensidade dessa violência. A autora adota termos como “enfiar” (“Mas enfiaram no texto original do projeto o que tem sido chamado de ‘Cavalo de Troia’.”), “botar uma mão” (“É também um jeito de continuarem a botar

⁵ A *stop list* utilizada está disponível para *download* em: <<http://miningtext.blogspot.com.br/2008/11/listas-de-stopwords-stoplist-portugues.html>>.

⁶ A ferramenta Concordance busca os contextos de ocorrência da palavra que está sendo analisada. A ferramenta Cluster, por sua vez, permite pesquisar as frequências de ocorrência de palavras à direita e/ou à esquerda da palavra analisada, a fim de verificar a formação de diferentes unidades lexicais complexas a partir de um mesmo núcleo.

⁷ A lematização é o processo de deflexionar uma palavra para determinar o seu lema, isto é, sua forma canônica. No caso, não só lematizamos alguns vocábulos, como optamos por usar um asterisco no lugar do sufixo ou prefixo de uma palavra, restando a sua raiz, a fim de que as buscas fossem ampliadas para as palavras em sua forma básica, como “odi-” (representado por odi*), e suas variantes, como “odiar”, “ódio”, “odiadores”.

⁸ Disponível em: <https://www.geledes.org.br/kimberle-crenshaw-sobre-interseccionalidade-eu-queria-criar-uma-metafora-cotidiana-que-qualquer-pessoa-pudesse-usar/>. Acesso em: 27 fev. 2018.

uma mão violenta sobre o corpo delas, uma prática em vigor no Brasil desde a escravidão.”), “infligir dor” (“[...] contraria homens que gozam com infligir dor às mulheres”) como modos de ressaltar a construção do poder do gênero masculino sobre o feminino, ainda que pela dor. Além disso, termos como “sacanagem”, “malandr*”, “perversão”, “goz*” podem ser interpretados como pertencentes a uma categoria conceitual que pode ser traduzida como DOMÍNIO DOS CORPOS FEMININOS dentro desses jogos de poder por meio da sexualidade. Estes podem ser vistos em exemplos como os que se seguem, cuja metáfora central é DOMINAR O CORPO FEMININO É VIOLENTÁ-LO (SEXUALMENTE):

Quadro 1 - Levantamento de termos e expressões que sugerem a emergência da metáfora “dominar o corpo feminino é violentá-lo” (sexualmente)

Termo (# menções)	Alguns exemplos
sacanagem (8)	“[...] porque tinham sido malandros o suficiente para fazer uma ‘sacanagem’ com as mulheres.” “[...] hoje o Congresso é o melhor lugar para um homem fazer ‘sacanagem’ com as mulheres.” JOGO DE PODER, GÊNERO E POLÍTICA
malandr* (4)	“[...] porque tinham sido ‘malandros’ o suficiente para fazer uma sacanagem com as mulheres.” “Percebam bem a dupla ‘malandragem’ [...].” “[...] como claramente a inclusão é uma ‘malandragem’, porque nada tem a ver com o tema do projeto [...].” “A ‘malandragem’ política foi incluir a inviolabilidade da vida ‘desde a concepção’ [...].” JOGO DE PODER, GÊNERO E POLÍTICA
botar uma mão violenta (1)	“É também um jeito de continuarem a ‘botar uma mão violenta’ sobre o corpo delas.” JOGO DE PODER, GÊNERO E RAÇA
goz* (7)	“Mas ampliar um direito que beneficiaria mulheres nessa posição de mães de prematuros contraria homens que ‘gozam’ com infligir dor às mulheres.” “O que pode ser mais prazeroso do que isso para homens que ‘gozam’ com infligir dor às mulheres?” “Não é totalmente mentira, é justo fazer a ressalva, já que fazem em nome da vida deles, de seus ‘gozos’ e de suas barganhas.” JOGO DE PODER, GÊNERO
pervers* (5)	“Por que os 18 podem ser considerados ‘perversos’.” “Assim, os 18 não fizeram apenas uma sacanagem que os deixou aos risos, palmas e gritos de euforia, eles cometeram simultaneamente um ‘ato de perversão’.” “Tirar o direito de escolha nestes casos é um ‘ato de extrema perversidade’ feito por 18 homens.” “Assim, a ‘perversão’ dos 18 atinge mais fortemente uma parte do Brasil: [...].” JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA
tortur* (5)	“É uma ‘tortura’. Não como força de expressão, mas literalmente uma das piores ‘torturas’ que um ser humano pode sofrer.” “Por que os 18 querem ver as mulheres ‘torturadas’ por meses, dia após dia?” JOGO DE PODER, GÊNERO

Fonte: As autoras.

Essa violência simbólica a que as mulheres seriam submetidas por ocasião de tal inserção no texto da PEC 181/2015 é trazida à luz também por meio de um jogo de oposições: enquanto se “luta” para não se perder mais direitos (“[...] fazendo com que a ‘luta’ não seja mais pela ampliação de direitos [...]”) — “preservar direitos é lutar”) e para “derrubar” tal texto (“Se esta parte do texto não for

derrubada e seguir assim para o plenário da Câmara e do Senado [...]” — VETAR A EMENDA É DERRUBAR A EMENDA), tem-se enfrentado a força de legisladores e “odiadores de mulheres” em nome da política e da religião, ambas em confluência para persistir em uma pauta moralizante. Essa força é medida pela escolha semântica dos vocábulos, como se percebe no quadro abaixo:

Quadro 2 - Levantamento de termos e expressões que sugerem força da violência

Termo (# menções)	Alguns exemplos
control* (3)	<p>“A política e o ‘controle’ do corpo das mulheres são intimamente ligados e têm uma história longa.”</p> <p>“Nenhum outro ser humano foi mais afetado pelo ‘controle’ dos corpos do que as mulheres negras [...]”</p> <p>“Como os velhos senhores, eles continuam querendo ‘controlar’ os corpos do que consideram propriedade sua para gozar com seu sofrimento e seu jugo.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA</p>
afogad* (1)	<p>“[...] vivem o cotidiano cada vez mais ‘afogado’ de um trabalhador e de uma trabalhadora no país.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA</p>
enfi* (2)	<p>“Mas ‘enfiaram’ no texto original do projeto o que tem sido chamado de ‘Cavalo de Troia’.”</p> <p>“[...] ‘enfiaram’ no texto algo que não tinha nada a ver com o tema: [...]”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO E POLÍTICA</p>
conden* (3)	<p>“[...] obrigam todas as mulheres nesta condição a levar adiante uma gestação ‘condenada’.”</p> <p>“[...] em levar até o fim uma gestação ‘condenada’ à morte já têm esse direito.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA</p>
viol* (6) arrebent* (2)	<p>“Para estes homens, tanto uma menina quanto uma mulher adulta podem ser ‘violadas’ dentro ou fora de casa, podem ser ‘arrebentadas’ física e mentalmente por um estupro, podem ter o corpo e a alma despedaçados e, se engravidarem desta ‘violência’ [...]”</p> <p>“Para estes homens não bastou a mulher, criança ou adulta, ser ‘violentada’, com marcas psíquicas e às vezes também físicas que carregará para o resto de sua vida. Não. Para eles a mulher deve também ser punida, ao ser obrigada a levar adiante a gravidez de um estuprador.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA</p>
ferr* (1)	<p>“Porque além de ‘ferrar’ as mulheres (e os homens sérios), ainda tratam o conjunto da população brasileira como idiota ao berrar que o fazem em nome da ‘vida’.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA</p>

Fonte: As autoras.

É possível encontrar duas analogias relativas ao Congresso brasileiro no texto de Eliane Brum: a mesa de bar e o estádio de futebol. Na cultura brasileira, esses elementos são comumente ligados ao universo masculino, mesmo que hoje a presença de mulheres nesses espaços já seja frequente — não sem ainda causar estranhamentos e, por vezes, gerar disputas de poder por meio de constrangimentos às que ousam adentrar esses espaços. A autora relaciona o Congresso à mesa de bar, na qual os homens se encontram para falar sobre as suas “façanhas” com as mulheres. Ela traz a imagem da mesa do bar devido ao fato de os 18 deputados terem aprovado a emenda no Congresso e terem comemorado tal feito com risadas e palmas, o que ela afirma ser mais um exemplo de poder do homem sobre a mulher. Depois, ela compara o mesmo Congresso a um estádio de futebol, local onde, geralmente, os homens se encontram, comemoram, gritam e aplaudem. Essa segunda imagem também está ligada

à comemoração dos 18 deputados pela aprovação da emenda e auxilia a consolidar a construção da categoria metafórica que transita pelo texto todo, que é a dos jogos de poder.

Ambas as analogias trazidas pela autora têm relação com a cultura brasileira, um dos elementos-chave da noção de experiencialismo para a Linguística Cognitiva. A questão da cultura, como já mencionado, está diretamente na base para a construção das metáforas conceituais, visto que a maneira como as metáforas são elaboradas e formuladas está intrinsecamente relacionada ao sistema conceitual, incluindo toda a sua herança cultural, baseada nas experiências vividas (SIQUEIRA *et al.*, 2009). Dessa forma, percebe-se como essas analogias estão ligadas à construção da metáfora dos jogos.

Com o domínio conceitual dos jogos de poder em mente, podemos analisar de perto as categorias levantadas pela própria autora como relacionadas de forma interseccional. A primeira categoria elencada é a da política. Em vários momentos do texto, a autora relaciona os jogos de poder de gênero a questões políticas, abordando tópicos como as leis, os integrantes do Congresso, o impacto das decisões tomadas, os impactados, por exemplo.

sacanagem (8)	<p>“[...] porque tinham sido malandros o suficiente para fazer uma ‘sacanagem’ com as mulheres.”</p> <p>“[...] hoje o Congresso é o melhor lugar para um homem fazer ‘sacanagem’ com as mulheres.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO E POLÍTICA</p>
malandragem (3)	<p>“Percebam bem a dupla ‘malandragem’ [...]”</p> <p>“[...] como claramente a inclusão é uma ‘malandragem’, porque nada tem a ver com o tema do projeto [...]”</p> <p>“A ‘malandragem’ política foi incluir a inviolabilidade da vida ‘desde a concepção’ [...]”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO E POLÍTICA</p>
congresso (10)	<p>“Como o ‘Congresso’ brasileiro se tornou o melhor lugar para homens que odeiam as mulheres, especialmente as negras [...]”</p> <p>“O habitual seria que estivessem numa mesa de bar, narrando com riqueza de detalhes alguma ‘façanha’ sexual que envolvesse algum tipo de humilhação de mulheres, mas no Brasil atual é possível fazer isso no ‘Congresso’.”</p> <p>“Não só é possível, como hoje o ‘Congresso’ é o melhor lugar para um homem fazer sacanagem com as mulheres.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO E POLÍTICA</p>
conden* (3)	<p>“[...] obrigam todas as mulheres nesta condição a levar adiante uma gestação ‘condenada’.”</p> <p>“[...] em levar até o fim uma gestação ‘condenada’ à morte já têm esse direito.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA</p>
o[ó]di* (6)	<p>“Mas o alerta que me parece importante fazer é que estes ‘odiadores’ de mulheres [...]”</p> <p>“[...] os brasileiros sejam mais responsáveis pelo seu voto e deem aos ‘odiadores’ de mulheres o destino que merecem.”</p> <p>“Foi um prenúncio do que hoje o Brasil testemunha com a ação das milícias de ‘ódio’ e seus ataques contra a arte, [...]”</p> <p>“[...] que agiram para bloquear os ataques e barrar o ‘ódio’.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA</p>
moeda eleitoral (2)	<p>“[...] o corpo das mulheres virou ‘moeda eleitoral’ nas eleições presidenciais de 2010.”</p> <p>“Me parece que o momento em que o corpo das mulheres virou ‘moeda eleitoral’ no Brasil tem seu impacto na história recente minimizado, até porque a maioria dos analistas é composta por homens.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA</p>

salv* (2)	<p>“Isso faria com que a legislação brasileira retrocedesse em quase um século: o Código Penal de 1940 já permitia o aborto em caso de estupro e para ‘salvar’ a vida da mulher.”</p> <p>“Só a resistência pode ‘salvar’ o Brasil de si mesmo.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA</p>
-----------	--

afogad* (1)	<p>“[...] vivem o cotidiano cada vez mais ‘afogado’ de um trabalhador e de uma trabalhadora no país.”</p> <p>JOGOS DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA</p>
-------------	---

A segunda categoria emergente é a da religião, que está em confluência com a categoria da política. O título do texto, “Os 18 vendilhões”, apresenta uma analogia à história bíblica conhecida como “limpeza do templo”, quando Jesus expulsou cambistas do Templo de Jerusalém, por eles estarem exercendo suas atividades comerciais em um local sagrado, acusando-os de transformar a casa de seu Pai em uma casa de negócios (para maiores detalhes, ver passagem bíblica em João 2:15-16). De acordo com o **Dicionário de Português On-line Léxico**, a palavra “vendilhão” significa “designação de indivíduo que comercializa produtos na rua sem possuir um local fixo; também denominado vendedor ambulante; do mesmo significado de bufarinheiro”⁹; para o dicionário **Aulete on-line**, trata-se de “pessoa que vende nas praças, feiras e mercados. [...] ‘Traficante notório de coisas de ordem moral’”¹⁰ (aspas simples nossas); ainda, no **Dicionário On-line de Português**, um vendilhão é um “indivíduo que mercadeja publicamente coisas de ordem moral”¹¹; ou, de acordo com o **Dicionário informal**, é um “grupo de pessoas ou associação de classe que proporciona uma reunião que deveria ser aberta, ‘e na obscuridade se vendem, em prol de seus pares, ou a favor de uma minoria’”¹² (aspas simples nossas). Como já mencionado, a PEC 181/2015 foi aprovada por 18 deputados homens, tendo somente um voto contra, o de uma mulher. Ao utilizar tal título, a autora do artigo relaciona essas informações aos 18 deputados e à sua posição quanto à PEC. Para a autora, a “sacanagem” feita em nome de um deus serve apenas para prejudicar as mulheres:

aura (2)	<p>“E buscam travestir seus interesses em ganhos privados com a ‘aura’ de uma ‘guerra santa’ — ou de uma ‘guerra moral’.”</p> <p>“Mas, ao se ligarem à religião, se revestem de uma ‘aura’ que os legitima num Brasil de população massivamente religiosa.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA E RELIGIÃO</p>
----------	---

vendilhões (2)	<p>“Neste sentido, é surpreendente que denominações religiosas e fiéis que têm testemunhado a religião ser usurpada e tanta sacanagem ser feita em nome de Deus não tenham uma resposta mais forte e mais responsável diante desses ‘vendilhões’.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA / RELIGIÃO</p>
----------------	--

Por último, a categoria de raça também constitui um elemento desses jogos de poder, pois está imbricada tanto à categoria da política quanto à de gênero, como é possível observar nos exemplos extraídos nos quadros a seguir.

botar * mão violenta (1)	<p>“É também um jeito de continuarem a ‘botar uma mão violenta’ sobre o corpo delas, uma prática em vigor no Brasil desde a escravidão.”</p> <p>JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA, RAÇA</p>
--------------------------	---

9 Fonte: <https://www.lexico.pt/vendilhao/>.

10 Fonte: <http://www.aulete.com.br/vendilh%C3%A3o>.

11 Fonte: <https://www.dicio.com.br/vendilhao/>.

12 Fonte: <http://www.dicionarioinformal.com.br/vendilh%C3%B5es/>.

pobreza (1)	“Este não é um dado qualquer, já que no Brasil a ‘pobreza’ tem cor.” JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA, RAÇA
racista (1)	“O que os 18 fizeram não se constitui apenas numa tremenda sacanagem com as mulheres, mas é também uma ação ‘racista’.” JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA, RAÇA
control* (3)	“A política e o ‘controle’ do corpo das mulheres são intimamente ligados e têm uma história longa.” “Nenhum outro ser humano foi mais afetado pelo ‘controle’ dos corpos do que as mulheres negras [...]” “Como os velhos senhores, eles continuam querendo ‘controlar’ os corpos do que consideram propriedade sua para gozar com seu sofrimento e seu jugo.” JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA, RAÇA
senhor* (2)	“Nenhum outro ser humano foi mais afetado pelo controle dos corpos do que as mulheres negras, que por séculos foram reprodutoras de força de trabalho, foram ‘mães de leite’ de sinhozinhos, foram estupradas e torturadas continuamente por ‘senhores’ e seus filhos e foram exploradas também por mulheres brancas a quem eram colocadas a serviço.” “Como os velhos ‘senhores’, eles continuam querendo controlar os corpos do que consideram propriedade sua para gozar com seu sofrimento e seu jugo.” JOGO DE PODER, GÊNERO, POLÍTICA, RAÇA

A intersecção entre raça e gênero (e, por vezes, classe), alinhadas ao âmbito do fazer político no Brasil, categoria hegemônica e culturalmente masculina e branca, é marcada pelos traços lexicais associados a metáforas que indicam controle, jogos de poder e violência em relação ao gênero feminino. A emergência dessas metáforas parece refletir um modelo cultural compartilhado, em que essa supremacia masculina ainda impera e está incorporada no pensamento e no agir dos sujeitos que constituem o Congresso Nacional: são, em sua maioria, homens que querem cercear o direito de escolha das mulheres, justamente porque acreditam ter poder de decisão sobre esses corpos. Em um país em que o esquema cultural prevalente ainda padece de tamanhas desigualdades, bastam argumentos falaciosos — baseados em religião, no conceito antiquado de família ou na suposta defesa da vida (do feto, e não de quem o gesta) — de quem nada entende de corpos femininos e de reprodução para julgar, deliberar e ainda fazer chacota.

Considerações finais

Em “Os 18 vendilhões”, Eliane Brum traça uma analogia dos diversos jogos de poder que envolvem o fato de um direito e a dignidade da mulher estarem ameaçados por uma lógica dicotômica, machista e patriarcal. Percebe-se que a desejada afirmação do poder masculino é entendida, por aqueles que legislam, como uma luta do eles contra elas, como se estivesse posta uma disputa em que há dois lados: não por acaso a autora aponta as discussões como se ocorressem em uma mesa de bar ou em um campeonato de futebol, territórios de disputa popularmente conhecidos como masculinos.

Fica evidente, pela escolha lexical e, consequentemente, pela emergência das metáforas conceituais, que há um jogo de poder e de força, em que se deseja suprimir ao máximo o direito das mulheres de decidirem sobre os próprios corpos. Sobre essa questão, reportamo-nos à reflexão de Tiburi, que vai ao encontro do texto de Eliane Brum:

Não há nada mais absurdo para o patriarcado do que o direito ao corpo. Assim como é importantíssimo que as mulheres sejam donas da própria sexualidade e do todo do seu corpo, elas devem ser donas do seu corpo reprodutivo. As mulheres precisam reivindicá-lo,

porque o corpo feminino, assim como o corpo marcado como negro e o corpo usado — como o do operário —, precisa ser devolvido a si mesmo. (TIBURI, 2018, p. 37).

É clara a intenção de Eliane Brum de enfatizar a violência simbólica por meio da palavra. Um domínio abstrato como esse é trazido à tona por meio de elementos mais concretos, como é possível perceber pelas escolhas lexicais da autora, que remetem ao âmbito da violência física e sexual, e também pelas analogias utilizadas, comparando o Congresso a uma mesa de bar ou a um estádio de futebol. Tais escolhas lexicais não são ingênuas e demonstram que há consciência sobre como essa articulação deve ser feita, de modo a construir um fio condutor quanto a essa noção dos jogos de poder e das três subcategorias elencadas.

A respeito das categorias de política, gênero e raça, é relevante reafirmar a ideia de interseccionalidade, tão cara a um feminismo que se propõe a lutar não só pela igualdade de gênero, mas de raça e de classe.¹³ Segundo dados do Observatório de Gênero,¹⁴ o Brasil é um dos países com maior disparidade salarial entre homens e mulheres: uma mulher ganha até 30% menos que um homem com a mesma idade, mesmo grau de instrução e mesmo cargo. Quando se acrescenta a variável raça, os dados são ainda mais alarmantes: o salário de um homem negro pode ser até 50% inferior ao de um homem branco. No caso das mulheres negras, o cenário é ainda pior: o salário de uma mulher negra pode chegar a ser 70% inferior ao de um homem branco, segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).¹⁵ Trata-se, portanto, de uma população em clara situação de vulnerabilidade social: por ser mulher, por ser negra, por ser pobre. Trata-se de uma situação na qual, conforme a própria Eliane Brum destaca em seu texto, a retirada de direitos consiste em mais uma violência contra essas mulheres já tão expostas por sua própria condição.

No que se refere às categorias política e religião, é destacada a ascensão de uma bancada dita evangélica, que se utiliza, em seu discurso, da dicotomia religiosa bem *versus* mal como forma de manipulação. Esse discurso, que supostamente exalta a vida ao pretender a proteção e a dignidade desde a concepção, oculta em si múltiplas formas de violência contra a mulher, que perderia o direito ao seu próprio corpo. Além disso, ao utilizar a dicotomia bem *versus* mal, cria-se uma outra, na qual as vítimas assumem o lugar de vilãs da história: nós (os bons, os defensores da vida) contra elas (as assassinas de bebês indefesos, defensoras do aborto), numa lógica perversa de culpabilização da vítima.

13 Para aprofundamento da noção de interseccionalidade, ver: Kimberle Crenshaw, “Demarginalizing the intersection of race and sex: a black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics”, University of Chicago Legal Forum: v. 1989: Iss. 1, Article 8.

14 Disponível em: <<http://www.observatoriodegenero.gov.br/menu/noticias/homens-recebem-salarios-30-maiores-que-as-mulheres-no-brasil>>. Acesso em: 22 fev. 2018.

15 Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/retrato/pdf/primeiraedicao.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2018.

Referências

- BERBER SARDINHA, T. Análise de metáfora em corpora. **Ilha do Desterro**: a journal of English language, literatures in English and cultural studies, Florianópolis, n. 52, p. 67-199, jan./jun. 2007.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**: a condição feminina e a violência simbólica. 2.ed. Rio de Janeiro: BestBolso, 2014.
- CRENSHAW, K. A interseccionalidade na discriminação de raça e gênero. Disponível em: <<http://www.acaoeducativa.org.br/fdh/wp-content/uploads/2012/09/Kimberle-Crenshaw.pdf>>. Acesso em: 27 fev. 2018.
- GIBBS, R. Metaphor and thought: the state of the art. In: GIBBS, R. (Ed.). **The Cambridge handbook of metaphor and thought**. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. p. 3-16.
- GIBBS, R. **The poetics of mind**: figurative thought, language, and understanding. Cambridge and New York: CUP, 1994.
- IPEA. Brasil. **Retrato das desigualdades**. Gênero e raça. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/retrato/pdf/primeiraedicao.pdf>>. Acesso: 22 fev. 2018.
- KÖVECSES, Z. **Metaphor**: a practical introduction. Oxford and New York: Oxford University Press, 2002.
- KÖVECSES, Z. **Metaphor in culture**: universality and variation. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
- LAKOFF, George. The contemporary theory of metaphor. In: ORTONY, A. (Ed.). **Metaphor and thought**. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. p. 202-251,
- LAKOFF, G.; JOHNSON, M. **Metaphors we live by**. Chicago: University of Chicago Press, 1980.
- LAKOFF, G.; TURNER, M. **More than cool reason**: a field guide to poetic metaphor. Chicago: Chicago University Press, 1989.
- LARA, Bruna de e outros. **#Meuamigo secreto**: feminismo além das redes. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro, 2016.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. Laços perigosos entre machismo e violência. **Ciência & Saúde Coletiva**, n. 10, p. 23-26, 2005.
- SIQUEIRA, M. S. G. e outros. Metaphor identification in a terminological dictionary. **Ibérica**, Madrid, v. 17, p. 157-174, 2009.
- SOLNIT, Rebecca. **Os homens explicam tudo para mim**. São Paulo: Cultrix, 2017.
- STEEN, G.; GIBBS, R. Introduction. In: GIBBS, R.; STEEN, G. (Ed.). **Metaphor in cognitive linguistics**. Amsterdam: Benjamins, 1999. p. 1-8.
- TIBURI, M. **Feminismo em comum**: para todas, todes e todos. 2.ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

Discurso e mídia: totalitarismo e linguagem totalitária

Hugo Mari*
Eliara Santana**

Resumo

Este artigo tem como objetivo refletir sobre as bases da emergência de uma linguagem — ou de linguagens — totalitária(s), tomando o contexto da crise sociopolítica que se intensifica no Brasil a partir de 2016. Para estruturar essa reflexão, partimos da abordagem de Hannah Arendt sobre totalitarismo e de autores do campo da linguagem e do discurso que discutem as relações que se estabelecem entre linguagem e poder, tomando a mídia como instância relevante nesse processo e o sistema de propaganda como instrumento primordial dessa linguagem. Portanto, se se pode pensar no espectro de uma linguagem totalitária, que características a definem? Quais as bases que a sustentam e em que contextos pode emergir? E, sobretudo, qual o papel da mídia nessa configuração?

Palavras-chave: Mídia. Discurso. Poder. Linguagem. Totalitarismo.

Discourse and media: totalitarianism and totalitarian language

Abstract

This article intends to reflect about the bases for the emergence of a totalitarian language (or languages), having as context the socio-political crisis that has intensified since 2016 in Brazil. To organize our research purpose, we started from Hannah Arendt's notion of totalitarianism and expanded it to other approaches by authors from the field of language and discourse, who discuss language and power relations. It's our premise that the media acts as a relevant instance in this process and the propaganda system functions as the primordial instrument of totalitarian language. Thus, if thinking about a totalitarian language is possible, which characteristics define it? What are the bases that sustain this kind of language and in what kind of contexts can it emerge? And, above all, what is the role of media in this context?

Keywords: Totalitarian language. Totalitarianism. Media. Political discourse.

Recebido: 20/06/2018

Aceito: 19/08/2018

* Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Professor do Programa de Pós-Graduação em Letras.

** Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas).

Considerações iniciais

Entre esses dois domínios [formas de linguagem e formas sociais de produção], o único plano comum é a narração. Pois esta é a própria linguagem, ao menos a linguagem em ato e contando seu objeto. E ela é a própria história porque não há história sem as formas de sua narração. Nesse plano, coincidem a obsessão histórica e a atenção linguística do mundo: a narração é a linguagem somada à história (FAYE, 2009, p. 112).

Refletir sobre as relações entre poder e linguagem e a emergência de uma linguagem totalitária, que se alicerça em um bem estruturado sistema de propaganda, implica também considerar o espaço da imprensa (tomando, neste caso, a imprensa corporativa) como um campo de ação social e um lugar de organização globalizante das relações de poder, das relações de força, em que a informação é um dispositivo discursivo que confere poder a quem o domina. A propaganda dos movimentos totalitários, nos diz Arendt (2012, p. 277), “que precede a instauração dos regimes totalitários e os acompanha, é invariavelmente tão franca quanto mentirosa”.

Nas experiências totalitárias recentes, no século XX, a propaganda — compreendida de modo mais amplo, como um sistema — emergiu configurando-se no instrumento mais importante do totalitarismo. Nesse sentido é que, buscando compreender as bases de origem desse regime, queremos buscar também compreender as bases da origem de uma linguagem totalitária, situando-a para além das experiências temporais de um regime de governos.

É possível considerar a emergência de linguagens totalitárias mesmo em situações de experiências de governo formalmente democráticos? E se tal contexto é possível, quais elementos nos permitem apontar essas linguagens como totalitárias, distinguindo-as de outras formas de linguagem? Essas são algumas das questões a que nos propomos discutir no desenrolar deste artigo.

1 Totalitarismo

Hannah Arendt toma a abordagem de duas experiências marcantes do século XX — nazismo e stalinismo — para tecer um estudo sobre as bases que vão caracterizar um regime totalitário, apontando o antissemitismo — o ódio extremo aos judeus — como um agente catalisador do nazismo, da deflagração da guerra e do extermínio nos campos de concentração. Na obra **Origens do totalitarismo**, a partir da discussão sobre esse regime, ela busca entender o que leva a humanidade a protagonizar acontecimentos como o genocídio dos judeus e faz uma discussão bastante ampla sobre o antissemitismo e suas bases, explorando diversas causas, além das considerações sobre o nazismo e o stalinismo. Arendt também explora questões como a presença dos judeus na Europa e faz uma reconstrução histórica sistematizada das bases do imperialismo, enfocando também o racismo, ou a ideologia racista, que, segundo a autora, reforça a ideologia imperialista.

O totalitarismo como tentativa de uma conquista e de um domínio totais emerge como resposta a uma ruptura da estrutura essencial da civilização, aos impasses políticos da humanidade no século XX. Emergindo do caos, “a vitória totalitária pode coincidir com a destruição da humanidade, pois, onde quer que tenha imperado, minou a essência do homem” (ARENDR, 2012, p. 7).

Como regime de governo, o totalitarismo pressupõe a ausência de outros poderes — o líder ou governante é a autoridade máxima, inquestionável —, e as estruturas de poder concentradas por esse dirigente exercem uma forma total de dominação. Tais estruturas estão alicerçadas, segundo Arendt, pelo binômio terror e ideologia — a imposição do medo e a consolidação de um sistema ideológico vigoroso — ao lado de um alijamento de outras estruturas institucionais. Além do que, os regimes totalitários, ressalta a autora, sempre se baseiam no apoio das massas — a ascensão dos

líderes totalitários, como Hitler, ocorre em um esquema de legalidade, sem que haja grandes rupturas. Além disso, apesar dos grandes enfrentamentos, esses líderes totalitários se mantêm no poder graças ao apoio e à confiança das massas, mas também despertando grande interesse das elites.

Nesse sentido, é relevante trazer à luz a reflexão sobre esse sujeito fundamental ao totalitarismo na perspectiva em que o faz a autora. Para ela, as massas desenvolvem “certo gosto” pela organização política, diferentemente do interesse das classes, que se manifesta em objetivos específicos e atingíveis.

O termo massa só se aplica quando lidamos com pessoas que, simplesmente devido ao seu número, ou à sua indiferença, ou a uma mistura de ambos, não se podem integrar numa organização baseada no interesse comum, seja partido político, organização profissional ou sindicato de trabalhadores. Potencialmente, as massas existem em qualquer país e constituem a maioria das pessoas neutras e politicamente indiferentes, que nunca se filiam a um partido e raramente exercem o poder de voto. (ARENDT, 2012, p. 278).

Em relação às massas, a ascensão dos movimentos totalitários coloca fim a duas ilusões dos regimes democráticos: a) a de que o povo participava do governo e que todo indivíduo tinha um ou outro partido com o qual simpatizava; b) a de que as massas politicamente indiferentes não importavam, eram neutras e que formavam apenas “um silencioso pano de fundo para a vida política da nação”. (ARENDT, 2012, p. 279). Portanto as massas são elementos essenciais aos regimes totalitários, e, sem elas, não seria possível que tais sistemas durassem muito tempo. Como ressalta a autora:

As massas, contrariamente ao que foi previsto, não resultaram da crescente igualdade de condição e da expansão educacional, com a sua consequente perda de qualidade e popularização de conteúdo, pois até os indivíduos altamente cultos se sentiam particularmente atraídos pelos movimentos de massa. (ARENDT, 2012, p. 283).

No campo de um domínio totalitário, o medo e a impotência que vem do medo são princípios antipolíticos¹ e levam os indivíduos a ações contrárias a uma ação política. Segundo Arendt, sempre que o totalitarismo toma o poder, ele destrói as tradições políticas, legais e sociais dos países. E, dessa forma, o futuro se torna imprevisível, estando a sociedade sob o jugo de forças políticas “que podem a qualquer instante fugir às regras do bom senso e do interesse próprio — forças que pareceriam insanas se fossem medidas pelos padrões dos séculos anteriores” (ARENDT, 2012, p. 7).

Para compreender a base de funcionamento dos regimes totalitários, buscando situar seu desempenho também em termos de uma linguagem, queremos destacar dois aspectos na complexa abordagem de Arendt: ideologia (um dos elementos do binômio de sustentação do totalitarismo) e propaganda (que opera sistematizando a ideologia).

1.1 A ideologia

Como as massas não compreendem, segundo Arendt, a fortuidade de que a realidade é feita, temos a ideologia, no sistema totalitário, como a lógica de uma ideia, que se detém sobre o que vem a ser, e não sobre o que já é, que se orienta na direção da história e que tem a pretensão de uma explicação total, completa, para os acontecimentos históricos. A ideologia compõe-se, portanto, a partir do esquema “explicação do passado - conhecimento do presente - previsão do futuro”. E assim se constrói uma ideia totalizante, globalizante, podemos pensar, que fecha um ciclo do acontecimento — o pensamento ideológico concebido pela égide do totalitarismo é capaz de esgotar a explicação de um dado acontecimento. Dessa forma, portanto, é que esse pensamento descola-se de uma realidade que é perceptível pelos sentidos (ou pela experiência direta) para buscar uma realidade “mais verdadeira”.

¹ Esses dois elementos — medo e impotência que advém do medo — estão incorporados às linguagens totalitárias, sendo explorados no sistema de propaganda.

Importante frisar que, nessa concepção, a ideologia não é algo que transforma a realidade, no entanto, ela tem a função de “libertar o pensamento da experiência por meio de métodos de demonstração”. (ARENDT, 2012, p. 310). Podemos, então, pensar num funcionamento ideológico de base totalitária como o instrumento que descola o indivíduo da realidade vivida, experienciada, e o insere num arranjo que ressignifica o acontecimento, pelo rearranjo dos fatos (num esquema sempre lógico e coerente).

1.2 Um sistema de conquista das massas

A propaganda, compreendida como sistema, é um dos pontos estruturais centrais dos sistemas totalitários, capaz de dar uma roupagem e consolidar o binômio terror-ideologia. Um ponto essencial para se compreender a relação da propaganda com os sistemas totalitários — ou o uso que dela fazem —, de acordo com Hannah Arendt, é a compreensão de que as massas precisam ser conquistadas.

Os movimentos totalitários objetivam e conseguem organizar as massas — e não as classes, como o faziam os partidos de interesses dos Estados nacionais do continente europeu, nem os cidadãos com suas opiniões peculiares quanto à condução dos negócios públicos, como o fazem os partidos dos países anglo-saxões. (ARENDT, 2012, p. 27).

Nesse contexto, o elemento ou prática fundamental é a propaganda,² e, nos regimes totalitários, ela e o terror figuram lado a lado e parecem como “faces de uma mesma moeda”. Segundo Hannah Arendt, onde se instauram, os movimentos totalitários precisam recorrer à propaganda para que possam se dirigir a um público externo — as camadas não totalitárias da população e até outros países. Na tentativa de refletir sobre o funcionamento desse sistema, evidenciamos alguns aspectos mais característicos desse instrumento do totalitarismo, para, em seguida, procurar estabelecer um elo com a emergência de uma linguagem ou de linguagens totalitárias. Pela abordagem de Arendt, no decorrer da obra, podemos estruturar o que um sistema de propaganda, em regimes totalitários, contempla:

- a) Recusa em reconhecer determinadas questões - há, nos sistemas de propaganda totalitária, a recusa sistemática a se referir a determinados temas e/ou assuntos ou mencionar determinadas questões. Arendt não o faz, obviamente, mas podemos pensar, situando-nos no atual contexto sociopolítico do Brasil, num processo de silenciamento como política para apagar ou diminuir consideravelmente a importância de certas questões.
- b) Uso de insinuações veladas e indiretas contra os que “não deram ouvidos aos ensinamentos” pregados pelo regime em cena.
- c) A propaganda não se baseia no interesse por um assunto específico ou em interesses específicos, não se liga a um nicho político determinado. E assim opera porque, como demonstra Arendt, as massas não pertencem a corpos sociais ou políticos determinados, específicos, marcados. Portanto, se a propaganda se constrói de modo específico, enquadrando questões muito específicas, ela não terá efetividade para o convencimento das massas.
- d) Os líderes do sistema totalitário a que serve a propaganda são formatados sob o viés da infalibilidade e de uma condução moral ilibada. Situando essa abordagem no contexto sociopolítico atual do Brasil, um exercício para a compreensão desse apontamento é trazer à tona

² Nesse sentido, importante ressaltar que se trata de um sistema de propaganda, e não apenas uma forma de anunciar determinados atos ou ações. É um sistema complexo e bem estruturado.

certas figuras que assumem estatura proeminente, em razão de um suposto prestígio social das entidades às quais estão vinculadas, como é o caso do atual sistema jurídico e de certas extensões da mídia. Seus representantes, sempre propensos a julgamentos desqualificantes daqueles que se postam em campos divergentes, se arvoram a paladinos da retidão e da moralidade em relação a todas as formas de desvios, de malfeitos e de corrupção, criados por uma ótica do preconceito e da intolerância.

e) Há uma sistemática escolha dos temas abordados ou inflados pela propaganda.

f) Aperfeiçoamento do cientificismo - há vozes de autoridade que “comprovam” as teses divulgadas.

De acordo com Hannah Arendt, a eficácia desse sistema de propaganda se liga a um fator significativo e que é uma das principais características das massas modernas: o fato de elas não acreditarem na experiência, no real vivido. As massas modernas acreditam na imaginação, na imagem, ou, podemos arriscar, nas realidades artificialmente produzidas, fabricadas e projetadas pelo sistema de propaganda.

O que convence as massas não são os fatos, mesmo que sejam fatos inventados, mas apenas a coerência com o sistema do qual esses fatos fazem parte. O que as massas se recusam a compreender é a fortuidade de que a realidade é feita. Predispõem-se a todas as ideologias porque estas explicam os fatos como simples exemplos de leis e ignoram as coincidências, inventando uma onipotência que a tudo atinge e que supostamente está na origem de todo acaso. (ARENDT, 2012, p. 310).

A propaganda totalitária, portanto, ganha corpo e sustentação num processo de fuga da realidade, tomando sua força da capacidade — operando no campo ideológico — de isolar as massas do mundo real. Pela propaganda, as pessoas são deslocadas de um mundo real, experienciado, vivido, para uma ficção projetada.

2 Linguagem totalitária

A análise das relações entre linguagem e poder sempre ocupou o espaço de reflexão representativo no campo da Oratória e da Retórica; mais recentemente, vertentes diferentes, no campo discursivo, têm se ocupado dessa discussão, incluindo novos componentes, como, por exemplo, a ideologia, a busca de consenso. Por outro lado, apesar desse espaço dado ao seu estudo, sempre pairou certa ambiguidade na compreensão desse sintagma aditivo — Linguagem e Poder — afinal, estamos tratando do “poder da linguagem” ou da “linguagem do poder”? Lasswell, num texto intitulado “A linguagem do poder”, ainda resvala nessa ambiguidade ao considerar:

“Levando em conta esses poderosos fatores que condicionam os primeiros estágios de desenvolvimento do indivíduo, estamos prontos para compreender o importantíssimo papel desempenhado pela magia, inclusive pelas palavras mágicas, na história política do homem.” (LASSWELL, 1979, p. 13).

Muitos teóricos apontaram esse fascínio pelas palavras e chegavam a pensar que a história política poderia ser movida por um conjunto de palavras que tinham o teor de senhas e de contrassenhas para certas relações político-sociais. Isso talvez pudesse ser pensado como uma direção assumida por algumas formulações que associaram à linguagem um fazer político, dominado por uma suposta transparência de sentido das palavras e quase sempre ressaltado pela orientação direta de expropriação do seu sentido. Como registro inicial, destacamos um relato de Robin sobre certa concepção do uso

do léxico em análises no campo social:

O vocabulário seria assim uma espécie de etiqueta fixada sobre cada grupo político, na qual se desdobraria uma visão do mundo coerente, uma linguagem específica. Aliás, não seria necessário conhecer a posição política deste ou daquele; seu vocabulário bastaria para defini-lo, para designar-lhe um lugar específico no tabuleiro político. É assim que *se faz da palavra o índice de um comportamento político*. (ROBIN, 1977, p. 44).

Uma formulação dessa natureza precisa ser lida em duas dimensões: (a) não se pode descartar *in totum* uma correlação do léxico com certos posicionamentos políticos, ainda que seja necessário mostrar que isso não se dá de forma direta e imediata; (b) igualmente, não se pode assumir uma concordância de puro atrelamento, pois as palavras são meros esqueletos que assumem musculatura e vida, a partir do lugar de que são enunciadas. A própria Robin, no mesmo texto, vai fazer reparos à questão:

Longe de negar o lugar estratégico do léxico, longe de negar a ‘magia das palavras’, queríamos mostrar, entretanto, que a consideração dada ao léxico só pode ser feita depois de muitas voltas, através de muitas mediações, tão complexo é o estatuto da palavra no discurso. (ROBIN, 1977, p. 12).

Robin discute essa questão, valendo-se do que ela denominou de hipótese do isomorfismo — “cada grupo político seria assinalado pelo uso específico que faria de certas palavras” —, mostrando as dificuldades de sua sustentação. Essa hipótese representa, antes de tudo, uma avaliação do caráter hegemônico das Formações Discursivas e uma versão radicalizada para elas: “uma FD determina o que pode e o que deve ser dito e com as palavras que estariam nela inscritas”. Todavia, esse teor determinista implicado nessa hipótese está longe de refletir os valores efetivos que as palavras assumem em função de interesses que sobre elas são projetados. Não se trata de negar certa dimensão do determinismo, mas não há como pensar uma hipótese dessa natureza para o mundo político, por se tratar de um universo movido por projetos escusos, por relações de poder acirradas, por interesses econômicos nefastos. Como supor que um instrumento de mediação como a linguagem — materializado em palavras — possa cumprir um papel tão previsível nesse palco de relações nada previsíveis, nem declaradas? É por razões dessa ordem que Robin foi incisiva em denunciar a hipótese do isomorfismo em termos de uma dupla ingenuidade: uma de teor linguístico e outra de teor político.

Por ingenuidade linguística, teríamos de admitir que os usuários fossem incapazes de transitar pelo discurso do outro, quando esse discurso lhe fosse favorável, ou mesmo que não possam sustentar um discurso que não fosse o seu, ou que tenham, enfim, um discurso que fosse absolutamente coerente e unívoco em relação ao seu grupo político. As palavras flutuam por lugares sociais muito diversos, e essa flutuação pode ser o resultado deliberado dos sujeitos que buscam, na linguagem, uma forma primária que atenda às suas pretensões.

A autora valeu-se de dois parâmetros para caracterizar a ingenuidade política. O primeiro, mais genérico, coloca em questão a possibilidade de sujeitos de um grupo político valerem-se da performance de sujeitos de outros grupos. O segundo parâmetro, mais detalhista, mantém ressonâncias com o primeiro e implica processos de absorção do léxico “alheio”, através de processos como o “mascaramento” — o usuário desfaz-se do uso de certas palavras que possam identificá-lo com grupos e situações indesejadas —; como a “simulação”, caracterizada pelo empréstimo que faz do vocabulário de outros grupos; como a “convivência” em fazer uso de um vocabulário de outros grupos, mesmo estando consciente de que não se pautará por suas implicações.

A apropriação do léxico e, mais especificamente, do seu sentido, não é, pelas circunstâncias apontadas por Robin, algo direto e que se traduz por certa imediatez. Isso, porém, não implica descartar movimentos históricos que usurparam a linguagem para fazer dela a sua arma estratégica mais eminente para constranger a expressão da cidadania, para sufocar povos nos seus anseios mais

elementares e, sobretudo, para sua manutenção no poder.

Caberia lembrar aqui dois outros autores que alertaram sobre esse processo de uma apropriação do sentido público, alijando seus usuários naturais — os falantes — do exercício de sua cidadania linguística, aquela que lhes garantia o trânsito livre pelos sentidos, regulados apenas por convenções linguístico-sociais e sem a ingerência de grupos que se alojam no poder e fazem da linguagem um instrumento próprio de sua sustentação. Prado Coelho (1988), no prefácio da tradução portuguesa do **Prazer do texto**, de Barthes, sugere que, após a Revolução dos Cravos, a sociedade portuguesa deveria avaliar o teor de falseamento, de ressignificação das formas linguísticas que serviram de sustentação a um regime de intolerância, deixado pelo período salazarista.

A nós, portugueses, compete uma análise muito cuidada de toda a linguagem que durante longos anos nos esmagou. Porque muito para além daquilo que o fascismo foi como realidade cotidiana (da cinza à dor) e para além ainda da base socioeconômica que o determina, precisamos considerar o fascismo português um facto de linguagem. (PRADO COELHO, 1988, p. 17).

Essa revisão a que Prado Coelho convidava os portugueses continua merecendo de todos nós uma vigilância contínua: o poder muda de estilo, assume matizes cromáticos distintos, mas não cede em sua empreitada de se impor no mundo simbólico. Se a luta de classe assenta seus pilares numa batalha obstinada entre o capital e a força de trabalho, é possível que estejamos inaugurando outras formas de conflito para além daqueles marcantes na infraestrutura. A luta simbólica não é nova: a arena do campo discursivo sempre foi instrumentalizada em prol daqueles que se valiam da linguagem para a manutenção do seu lugar de poder.

O segundo relato devemos a Bourdieu (1990), num texto que celebrava a queda do muro que dividia Berlim, denominado “A história do fim”.³ Bourdieu nos mostra a arquitetura de um poder, construído pela apropriação indevida do sentido de palavras como verdade, igualdade e liberdade, que contrasta com o valor natural de seu uso. Bourdieu dizia sobre essa expropriação política do sentido: “O choque das palavras, liberdade contra liberdade, verdade contra verdade, igualdade contra igualdade, poderia nos levar, ao final de uma formidável desvalorização semântica, ao niilismo.” (BOURDIEU, 1990, p. 1).

O que nos mostra Bourdieu, com essa formulação, é que os significantes são mantidos para sustentar o manto de uma aparência libertária à custa de deslizamentos contínuos do significado e mesmo do significante. De fato, os significados são expropriados em razão daquilo que representa uma imposição simbólica do poder. Não há liberdade, não há verdade nem igualdade; mantém-se uma rotulagem ilusória que falseia relações primordiais ao convívio libertário e à expressão da cidadania.

Os dois autores nos colocam diante de fatos históricos distintos, que se aproximam em termos da análise desenvolvida sobre a função da linguagem no processo histórico. Em ambos os casos, colocamo-nos diante de uma denúncia que mostra a necessidade de romper com esse discurso que possibilita estruturar o social como farsa, como engodo e como servil a alguma forma de poder. Embora seja transvestido de uma roupagem vocabular que, à primeira vista, encante pelo seu teor aparentemente altivo, pelos compromissos libertários, pela promoção social, esse discurso não é mais do que uma forma de opressão que visa ao ludibriamento, que falseia as relações simbólicas e sociais mais elementares numa sociedade. O rompimento com esse discurso dogmático que está a serviço de restrições libertárias, da dissimulação da verdade e da implantação de um espírito de intolerância precisa ser enfrentado pelas forças libertárias que atuam numa sociedade.

É claro, porém, que a expectativa de um e outro autor se traduz de forma bastante diferente: Prado Coelho alerta para a corrupção da linguagem que se naturalizara, furtivamente, por um período na vida dos portugueses; Bourdieu denuncia as ambiguidades perversas que se criaram em torno de

3 O título do texto traz a marca de certa ironia ao artigo de Fukuyama — “O fim da história” (1989) —, transformado mais tarde no livro (FUKUYAMA, 1992).

certas categorias em nome das quais muitas esperanças foram destruídas.

Não podemos circunscrever a denúncia desses dois autores como episódica, como uma eventualidade, uma contingência que desfaz todo o seu teor estrutural, disseminado por práticas políticas erráticas, por exercícios de poder idiossincráticos. A expropriação da linguagem é um fato estrutural, ainda que territorialmente cíclico, articulado para prestar serviço a formas de atuação do poder numa sociedade, muitas vezes transformado em poder de Estado. Essa constatação nos leva a uma compreensão mais estreita sobre como certa forma de poder se apropria da linguagem, fazendo dela o seu veículo principal de sustentação.

Toda essa reflexão nos remete a uma forma de expropriação do mundo simbólico que assumiu a designação de linguagem totalitária. A sua percepção imediata a vincula aos regimes totalitários, mas ela parece recobrir mais do que esse atrelamento nominal, para ser um andaime de sustentação de todas as formas de poder que se estruturam em termos de intolerância, do não reconhecimento das diferenças, enfim, do pensamento único. Klemperer,⁴ analisando as transformações da língua alemã no período nazista, chegou a construir um catálogo contendo um conjunto dessas mudanças, ao qual ele denominou de LTI - *lingua tertii imperii*, para mostrar o tipo de linguagem que tomou conta da Alemanha depois que Hitler assumiu o poder. Jean-Pierre Faye, outro autor que pesquisou amplamente a questão no período de dominação nazista na Alemanha, destaca um aspecto histórico da questão:

A invasão desta linguagem [a totalitária] na língua alemã se prenuncia durante os últimos dias da república de Weimar, presa à crise econômica mundial de 1929. E esta linguagem, com efeito, é uma linguagem de crise. Ela infla um partido político minúsculo, representado por doze deputados no *Reichstag*. A partir de 1930, o número de cadeiras que o representa são decuplicadas. (FAYE, 2009, p.20).

Esses fatos apenas situam um foco de poder onde uma forma de linguagem totalitária progrediu com requintes de crueldade, já que de sua construção simbólica passou a uma prática perversa de perseguições inescrupulosas, de humilhações degradantes até o extermínio. Todo esse processo, no seu apogeu, foi construído por práticas de manipulação que faziam de expressões como “purificação racial, eugenia, superação econômica” senhas para fugir a uma mesclagem racial que implicou o extermínio de judeus, de ciganos e de parcelas de outros povos na região.

Aubry e Turpin, numa obra que discute diversos aspectos da linguagem totalitária, levantam diversas questões sobre o teor que tal linguagem possa assumir:

Que traços seriam comuns não importando qual seja a linguagem totalitária, isto é, a linguagem que recobre, então, de maneira genérica, as distinções segundo as épocas, os espaços, os contextos sociopolíticos, linguísticos e culturais? Qual seria, então, a especificidade de uma linguagem totalitária, por oposição a outras linguagens, eventualmente próximas e que se tornam necessárias situar?⁵ (AUBRY; TURPIN, 2012, p. 5).

A pergunta dos autores tem importância para uma análise de emergência da linguagem totalitária em diversos espaços sociais, mas a sua caracterização não parece ser uma tarefa simples. Sabemos que

4 "L'invasion de ce langage dans la langue allemande s'annonce durant les derniers jours de la république de Weimar en proie à la crise économique mondiale de 1929. Et ce langage en effet est un *langage de crise*. Il gonfle un minuscule parti politique représenté au *Reichstag* par douze députés. Dès 1930, le nombre de sièges qui le représentent a presque décuplé." (KLEMPERER, 1996 *apud* AUBRY; TURPIN, 2012, p. 6). "A invasão desta linguagem na língua alemã é anunciada durante os últimos dias da República de Weimar, presa à crise econômica global de 1929. E essa linguagem, na verdade, é uma linguagem de crise. Ela infla um pequeno partido político, representado no Reichstag por doze deputados. Desde 1930, o número de assentos que o representam aumentou quase dez vezes.

5 Tradução livre dos autores. No original: "Quels traits seraient communs à n'importe quel langage totalitaire, le langage recouvrant alors d'une façon générique les distinctions selon les époques, les espaces, les contextes sociopolitiques, linguistiques et culturels? Quelle serait alors la spécificité du langage totalitaire, par opposition à d'autres langages, éventuellement proches, et qu'il faudrait situer?"

historicamente ela se faz representar pelo esvaziamento das formas linguísticas para lhes impor um outro padrão de significação, o que está refletido em parte no catálogo de Klemperer. Uma linguagem totalitária mantém alguma forma de conexão com circunstâncias políticas de autoritarismo, de intolerância, de pensamento único, de fascismo.

A extensão que o próprio termo totalitário assume leva, de certa forma, a naturalizá-lo, e o teor linguístico de sua expressão não ressoa como algo estranho, diferente, dentro da comunidade, a não ser para olhares mais acurados — como o de Klemperer naquele momento — que sejam capazes de perceber nuances na transformação constante dos padrões linguísticos.

Toda análise e percepção dos fatos políticos através da linguagem exigem uma compreensão de detalhamento que nem sempre pode ser alcançada de imediato, além de ficarem circunscritas a um fato histórico específico, quando se avança para uma dimensão de análise. A transparência e a imediatez esperadas podem não ser vivenciadas no instantâneo dos fatos vividos: aqui poderia estar presente uma manifestação da ideologia que não pode ser concebida como sinônimo de truculência, de arbítrios escancarados. A ideologia, como formula Althusser (1974), opera com a dissimulação, com o falseamento sobre as relações com o real. A ideologia amacia o mundo da barbárie, fazendo dele uma instância palatável, mas pela dissimulação do real. Pensamos numa extensão dessa formulação para o campo da linguagem: uma linguagem totalitária pode assumir esse teor dissimulativo que se preocupa em escamotear aquilo que incorpora de perversidade para ser servil a certas práticas de poder.

Muitos estados totalitários conseguiram ser bem-sucedidos, até certo ponto, por esse teor dissimulado com as formas reais de ver os objetos, as relações com o mundo. Talvez nesses lugares esteja alojada a existência mais eficaz do poder, que não se traduz pela perversidade escancarada para muitos dos seguidores, mesmo que tenha a forma da arrogância, da prepotência como marca possível do pensamento totalitário. Uma das formas mais subliminares, como veremos num comentário à frente, dessa apropriação da linguagem reporta aos objetos do campo jurídico: em nome da justiça, comete-se, sob aplausos dos incautos, um extenso rol de barbaridades. Justiça, no nosso convívio diário, transformou-se num arcabouço que se materializa em função de interesses locais, quase sempre movidos por um rastro de ódio de classe. Concomitantemente a esse esvaziamento de valores naturais que os signos vão deixando de materializar, assistimos a uma prática judiciária que estarrece pelo seu teor de parcialidade, de orientação partidária, de preferências classistas, de que as práticas no âmbito dos tribunais vão se tornando cada vez mais reveladoras.

Quando se fala desse esvaziamento das formas, não se tem clareza sobre o quanto do significado de um signo permanece na nova ordem e sobre o quanto é descartado e transformado. Os grandes conceitos que compõem as relações numa sociedade (nacionalismo, socialismo, democracia, estado, cidadania, direitos civis, direitos trabalhistas, presunção de inocência, inclusão social, etc.) estão sujeitos a um processo contínuo de deformações, e grande parte deles deve figurar no rol das linguagens totalitárias. Será que não vivemos, hoje, no Brasil, o esvaziamento de muitas dessas categorias? Não estaríamos, portanto, vivendo sob a condição de uma linguagem totalitária?

3 A emergência de uma linguagem totalitária

Determinar as condições sob as quais podemos admitir a emergência de uma linguagem totalitária não representa uma tarefa simples de ser realizada. O exemplo histórico que serviu de base para a sua modelagem não pode ser assumido como um padrão determinante para a sua recorrência, dadas as circunstâncias históricas que serviram de base ao seu surgimento.

Assim, o caráter diacrônico que marcou a pesquisa de Klemperer poderá ser substancialmente diferente de uma fotografia sincrônica que possamos fazer de eventos e circunstâncias aos quais

podemos atribuir um valor totalitário quanto à sua forma de se organizar simbolicamente. Mesmo que os regimes totalitários sejam considerados base para a emergência natural de uma linguagem totalitária, seria preciso admitir faixas desse totalitarismo que funcionam em instâncias diversas de uma sociedade e que mostram pregnâncias mais evidentes à emergência de uma linguagem totalitária. As nuances funcionais de tal linguagem são muitas e, conforme expressa Faye, o teor do próprio termo totalitário precisa ser colocado em questão:

“À guisa de prólogo, destacaria uma evidência preliminar: a questão da *linguagem totalitária* se abre para a necessidade de interrogar o próprio termo *totalitário* — notadamente sobre o momento de sua aparição. Ele se junta, portanto, a muitos campos de linguagens decisivas”⁶¹⁶ (FAYE, 2012, p.17).

Considerando que algumas das características supostas pelo autor já foram discutidas na primeira parte deste texto, apresentamos, em linhas gerais, alguns dos aspectos que Turpin considera essenciais na configuração de uma linguagem totalitária, a partir do estudo que faz da obra de Klemperer:

[...] as observações de Klemperer nos permitem circunscrever algumas características que nos parecem específicas ao totalitarismo e que formam o que chamamos aqui de uma semiótica da linguagem totalitária. São estes os traços: a linguagem totalitária investe em todos os canais e suportes; investe também nas esferas públicas como nas esferas privadas; possui uma *homogeneidade assustadora*; está irredutivelmente ligada à violência e à morte. É uma linguagem que *sente o sangue e a morte*, como diria Klemperer; é uma linguagem forçada, a-histórica, inteiramente ideológica; ela afasta o sujeito do seu próprio pensamento; é uma linguagem do tipo místico.⁷¹⁷ (TURPIN, 2012, p. 66-67).

Os domínios desenhados por Klemperer para traçar o que representou a *lingua tercia imperii*, como mostra Turpin, são extensos e muito diversificados, pois exteriorizam a materialidade de canais e suportes até o âmago do pensamento dos sujeitos. O grande desafio que essa caracterização nos coloca é o de mostrar como podemos migrar dela, com sua estrutura fundamentada numa vasta pesquisa das formas e do funcionamento da língua alemã, num contexto histórico específico, para outras instâncias históricas em relação às quais podemos apontar algum tipo de semelhança funcional para a linguagem.

Turpin detalha aspectos de cada um desses itens, tendo como referência fatos especificamente localizados na pesquisa de Klemperer. Uma extensão mais precisa desse quadro, em toda sua dimensão, requer uma pesquisa ampla, dentro de um momento histórico também condizente com as condições que possibilitaram a Klemperer desenvolver sua análise. Neste artigo, vamos, de modo especial, destacar alguns pontos que guardam uma semelhança com aquilo que percebemos hoje como uma emergência da linguagem totalitária. Essa aproximação é apenas exemplificativa de fenômenos dispersos, longe do teor global da análise de Klemperer, para os quais podemos antever uma dimensão totalitária.

Gostaríamos, nessa ilustração, de lançar a hipótese de um padrão de linguagem totalitária que se materializa no Brasil de hoje numa aliança entre o Judiciário e a mídia tradicional. Essa aliança, em muitos momentos, lembra, guardadas as proporções, o que Klemperer denominava de uma “homogeneidade assustadora”. A sintonia entre esses dois setores sociais assusta pelo seu teor uniforme de pensamento único, de consenso, de parcialidade para classificar certos segmentos sociais ao lado da ilegalidade, mesmo na ausência de quaisquer elementos mais significativos, enquanto outros são qualificados no campo da legalidade, apesar dos ilícitos materiais.

O teor dessa homogeneidade é tecido a partir de certas categorias — “combate à corrupção, prisão

6 Tradução livre dos autores. No original: "En guise de prologue, je soulignerai une évidence préliminaire: la question du 'langage totalitaire' s'ouvre sur l'urgence de s'interroger sur le mot 'totalitaire' lui-même — sur son point d'apparition notamment. Il rejoint alors bien des champs de langages décisifs".

7 Tradução livre dos autores. No original: “[...] les observations de Klemperer nous permettent de circonscrire des caractéristiques qui nous semblent être spécifiques au totalitarisme et qui forment ce que nous appelons ici une sémiotique du langage totalitaire. Ces traits sont les suivants: le langage totalitaire investit tous les canaux, tous les supports; il investit les sphères tant publiques que privées; ce langage a une ‘homogénéité effroable’; il est irréductiblement lié à la violence et à la mort. C’est un langage qui ‘sent le sang e la mort’, dira Klemperer; c’est un langage forcé, anhistorique, entièrement idéologique; il désinvestit le sujet de sa propre pensée; c’est un langage de type mystique.”

de corruptos, abertura de processos, delação premiada, condução coercitiva, punição aos corruptos” — que se transformam em uma unanimidade entre esses dois setores que atuam um como complemento uniforme do outro. A imprensa decide *a priori* quem deve ser julgado, quem deve ser punido, e os tribunais ratificam todos esses posicionamentos. Existe uma escalada de protecionismo classista que chega a estarrecer até mesmo os mais ingênuos. A qualificação dos crimes no escopo dessa linguagem é partidária, pois os tribunais agem com recusas de procedimentos previstos pelo ritual, em função da identidade do réu. Ilações geradas por um denunciismo leviano — delação premiada — têm um valor maior do que apropriação pecuniária não justificada legalmente. As acusações de cidadãos fragilizados pela ameaça de punições assumem um peso imponderável quando o objetivo é punir os desafetos partidários.

Esses procedimentos são reproduzidos pela mídia tradicional como absolutamente naturais, como condutas do alto escalão da justiça para salvaguardar o país da corrupção, para isolar do meio social aqueles cidadãos, aquelas organizações sociais que julgam como indesejáveis, porque promovem ações libertárias, ações de inclusão e ações que buscam um patamar de equilíbrio social, político e econômico na sociedade. Faye (2009) considerava, numa dimensão, a linguagem totalitária como uma “linguagem de crise”, podemos converter essa formulação do autor para uma “linguagem do ódio” que a mídia tradicional não cansa de disseminar, empolgando os seus adeptos nas redes sociais a uma potencialização de ódio sem precedentes.

Tomando-se então o cenário sociopolítico do Brasil pré e pós-golpe 2016 e as discussões colocadas pelos autores aqui mencionados, em que bases podemos conceber o esquema de emergência de uma linguagem totalitária no Brasil? Ou, dito de outra forma, que elementos podemos elencar como representativos dessa linguagem nesse contexto? No exercício de estruturar essa reflexão, trazemos aqui alguns aspectos que podem se configurar como relevantes na caracterização de uma linguagem totalitária aos moldes do Brasil contemporâneo. No esforço de compreender essas bases, a primeira ação necessária é trazer a mídia corporativa como o instrumento/suporte de um sistema de propaganda⁸ que, ideologicamente, ressignificou acontecimentos e operou a partir de um viés tendencioso. A partir de determinado momento, tal ação é suportada pela parceria estabelecida, de forma velada, com o sistema Judiciário, que funcionou como voz de autoridade a dar base às informações transmitidas. A partir desse pressuposto, elencamos, então, os elementos conformadores dessa linguagem totalitária, quais sejam:

1. Criminalização da política por meio de um destaque sistemático a um viés negativo dessa prática/ação (dando grande destaque a um tema recorrente, presente em boa parte do noticiário, que foi a corrupção);
2. Construção de enunciados narrativos que privilegiam o espetáculo, o místico, em detrimento do racional;
3. Ressignificação e abordagem dos acontecimentos numa perspectiva a-histórica: não há um passado subjacente a alguns fatos;
4. Silenciamento reiterado, não aleatório, em relação a assuntos e personagens específicos;
5. Simulacro e realidade frequentemente se misturam, criando uma perspectiva de termos e conceitos repletos de significados — “bolivarianismo, luladrão, petralhas, comunopetismo, pedaladas, esquerdopata”;
6. Um grande tema/conceito se impõe — ou é imposto — e passa a nortear a vida em sociedade: “corrupção”, apresentada sob a ótica de algo até pouco tempo inédito no país, uma ficção bem construída, sempre trazida à cena por um viés de autoridade (Judiciário);

⁸ Conforme já descrito a partir da abordagem de Hannah Arendt, trazida à discussão no item 1, Totalitarismo.

7. Estabelece-se uma mobilização contra o livre pensamento, em que impera o desejo de impedir o outro de falar — o direito à palavra e à expressão é cassado. Temos como exemplos, recentemente, a retaliação à exposição **Queer Museum**, pela Escola Sem Partido, a intimidação policial contra autoridades acadêmicas, a tentativa de cerceamento de atividades acadêmicas;
8. Há uma recusa sistemática à diversidade, uma defesa persistente de valores familiares com pretensões à moralidade;
9. É estabelecida ainda uma polarização, em termos de campos conceituais: nós *vs.* eles, com extensões qualificadas entre democratas *vs.* comunistas, cidadãos *vs.* bandidos, honestos *vs.* corruptos;
10. Há uma deformação programática de conceitos, de posturas, disseminada por uma mídia solícita em destruir reputações que não se ajustam ao seu figurino ideológico, numa sociedade sedenta de justiciamento.

Nessa construção bem arquitetada, queremos retomar dois aspectos discutidos por Arendt em relação ao totalitarismo. O primeiro refere-se à estratégia do domínio totalitário, usando obviamente a propaganda, de trazer à tona (pela construção reiterada do noticiário) medos que compõem o imaginário da população, no caso do Brasil, medo da violência, do desemprego, da queda no padrão de vida. Há um anseio por coerência na explicação dos fatos, e a propaganda totalitária se encarrega disso, trabalhando os fatos ressignificados num arranjo lógico, coerente: “Há uma crise econômica. A pior já vivida no país. Você não conseguirá nem mais comprar tomate. Não poderá ir a Miami. É preciso tirar a presidente culpada por isso. Ela deu pedaladas. Ela é corrupta”.

Fecha-se um ciclo absolutamente lógico e autoexplicativo, na orientação de uma pretensão à explicação total dos fatos.

Considerações finais

Gostaríamos de concluir esta reflexão a partir de uma formulação de Prado Coelho, ajustando-a em tempo, espaço e agentes às nossas circunstâncias: “Mas temos ainda necessidade de analisarmos a linguagem que nos intoxicou: os discursos políticos oficiais e as intermináveis paráfrases dos seus comentadores radiofônicos, jornalísticos e televisivos” (PRADO COELHO, 1988, p. 19).

Vivemos o presente dessa intoxicação discursiva de intolerância, gerada pela associação de uma mídia tradicional com um Judiciário (com as exceções devidas), cada vez mais aprofundada, em que não há condescendência, porque o ódio despejado contra os mais fragilizados, os inimigos eleitos, domina, substancialmente. Faye (2009), por ter analisado os efeitos do Zyklon B, atenuados e incorporados numa semântica nazista, apontava a dimensão de morte que estava embutida numa linguagem totalitária; é possível que esse pesticida ainda seja para nós apenas uma metáfora, mas inscrita no campo conceitual do extermínio. É essa construção simbólica que nos desafiará, em algum momento, para uma análise mais criteriosa.

Referências

- ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos de estado**. Lisboa: Editorial Presença, 1974.
- ARENDT, Hannah. **Origens do totalitarismo**: antissemitismo, imperialismo, totalitarismo. São Paulo: Companhia de Bolso, 2012.
- BOURDIEU, P. A história do fim. **Folha de São Paulo**, maio/1990, p. 3.
- FAYE, Jean-Pierre. Poética e narrativa. In: FAYE, J.-P. **Introdução às linguagens totalitárias**: teoria e transformação do relato. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- FAYE, Jean-Pierre. Langages totalitaires, la crise, la guerre. In : TURPIN, Béatrice. (Dir.) Victor Klemperer. **Repenser le langage totalitaire**. Paris : CNRS Editions, 2012. p. 17-33.
- FUKUYAMA, F. **O fim da História e o último homem**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.
- LASSWELL, Harold D. A linguagem do poder; O estilo na linguagem da política. In: LASSWELL, H. D. **Linguagem na política**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1979. p. 59-78.
- PRADO COELHO, E. Aplicar Barthes. In: BARTHES, R. **O prazer do texto**. Lisboa: Edições 70, 1988. p.9-30.
- ROBIN, Régine. **História e Linguística**. São Paulo: Cultrix, 1973.
- TURPIN, Béatrice. Sémiotique du langage totalitaire. In : AUBRY, Laurence; TURPIN, Béatrice (Dir.). Victor Klemperer. **Repenser le langage totalitaire**. Paris : CNRS Editions, 2012, p. 59-75.

Entrevista com o Professor Dr. Sírio Possenti*

Daniella Lopes Dias Ignácio Rodrigues**

Sírio Possenti é professor, pesquisador e escritor, além de ser considerado um dos mais respeitados linguistas brasileiros da atualidade. É doutor em Linguística pela Universidade Estadual de Campinas, licenciado em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (1969) e em Letras pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ijuí (1974). Suas pesquisas e publicações têm ênfase em Análise do Discurso de linha francesa, especialmente, nos campos de humor e mídia.

A entrevista trata de conceitos caros à análise do discurso, como verdade e acontecimento.

DR: Há vínculos necessários entre sociedade, mídia e conhecimento? Como explicá-los?

SP: Não há como desvincular esses três ingredientes. Mas suas relações devem ser qualificadas. Primeiro: não há conhecimento fora das sociedades (espero que não seja necessário justificar essa afirmação). Mais que isso: o conhecimento, especialmente o de tipo científico, é produzido em campos relativamente circunscritos e é institucional. O que precisa ser mais bem explicitado é o fato de que as sociedades são em geral desiguais e que, assim, o conhecimento é desigualmente distribuído, trate-se do científico (o caso mais óbvio), trate-se do relativo a outras práticas (aprende-se a pescar perto da água, a cultivar no campo, a andar de elevador na cidade, a mexer com bancos em sociedades de certa complexidade econômica, etc.).

A relação entre mídia e conhecimento também precisa ser qualificada. Dois pontos, em especial. Uma coisa é a “verdade” que a mídia veicula (a história do presente que ela escreve sobre o país, os políticos, as instituições, os eventos que ocorrem, etc.): esta é sempre parcial e interessada, porque os “meios” têm donos que têm posições e interesses. Outra coisa é a “verdade” a partir da qual a mídia se sustenta: um jornal invoca constantemente os especialistas (economistas, médicos, sociólogos, criminalistas, etc.) para

justificar suas posições. Claramente, cada veículo tem seus economistas e seus sociólogos, por exemplo. Quando um repórter ou apresentador de notícias de determinado canal de televisão diz que ouviu os especialistas, já se pode mudar de canal, porque se sabe de cor o que eles vão dizer sobre as finanças, sobre as eleições. Os enunciadores estão sempre alinhados com alguma tendência. Isto é, nunca falam numa comunidade em que todos são livres e iguais e têm interesses comuns (uma balela que, no entanto, se repete muito).

DR: Quem se propõe a analisar discurso se propõe a analisar o quê?

SP: O analista do discurso se propõe a descobrir relações entre o que é dito e o mundo. E sua tese de base é que tais relações não são imediatas e diretas. As palavras não retratam ou espelham as coisas. O que o analista descreve são essas relações, tentando mostrar o posicionamento (a ideologia, a visão de mundo) que os textos materializam. Eventualmente, ou quase sempre, se forem minimamente espertos, esses analistas descobrirão que, para cada posicionamento, os fundamentos (Maingueneau os chama de “semas”) dos discursos são poucos e repetidos com muita frequência. Além disso, tais “semas” são apresentados como se fossem verdadeiros, por motivos, por exemplo, filosóficos (todos são iguais (igualdade), tese que demanda tratar

* Professor titular no Departamento de Linguística da Universidade Estadual de Campinas. Atua em diversas áreas da Linguística, com ênfase em Teoria e Análise Linguística, principalmente na sub-área da Análise do Discurso, em especial nos campos do humor e da mídia.

** Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Letras da PUC Minas. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Mídia e Discurso (MiD).

igualmente homens e mulheres, ser contra o racismo e a homofobia...). Eventual choque entre uma tese filosófica (ideológica) e outra que se apresenta como científica pode gerar dois discursos: por exemplo, “quem trabalha 30 anos tem direito à aposentadoria” vs “as sociedades estão envelhecendo (o que obriga a adiar a aposentadoria)”. Nesse segundo caso, o discurso pretende se fundar em um saber dito objetivo — a demografia. O outro é “ideológico” (por que todos devem ser tratados igualmente?, alguém poderia perguntar).

Se tivermos lido os jornais e ouvido os políticos e os “especialistas” durante os últimos dois anos, constataremos que ouvimos, milhares de vezes, as mesmas duas, três teses. Um analista pode apenas constatar isso (proferimos muitos enunciados a partir de uns poucos pontos de vista) ou pode também militar por uma das causas. Julgo essa descoberta de Maingueneau crucial para compreender muito do que se passa neste mundo dos discursos: a partir de poucos “nós”, passamos a vida falando...

DR: Que relações podem ser estabelecidas entre mídia e acontecimento (acontecimento do ponto de vista de Foucault)?

SP: Diria que, por definição, mídia trata de acontecimentos. Eles podem ter maior ou menor grandiosidade, ser mais ou menos espetacularizados. Por razões históricas, nem todos os acontecimentos “iguais” são tratados igualmente. Por exemplo: o assassinato de Marielle Franco é mais “acontecimental” do que o de um anônimo pobre. Pode-se alegar que são duas vidas humanas (é um discurso...). Pode-se alegar que um tem vida pública e outro não... (é outro discurso). Muita gente reclama do fato de que ficamos sensibilizados com uma criança síria, mas não com as milhares que morrem aqui. O tratamento diferente tem razões sociais: apesar de declarações universais (todos são iguais), as sociedades não tratam a todos igualmente (um dos primeiros textos que li na vida sobre “acontecimento” dizia que, se meu cachorro morre, isso não é um acontecimento, mas se morre

o da Brigitte Bardot, isso é um acontecimento). Os acontecimentos são relevantes para a análise do discurso porque “produzem” *corpus*: primeiro, as notícias; depois, sua associação a outros acontecimentos (evoca-se uma memória, fala-se de um a partir de outro). Essa associação pode mostrar que o mesmo discurso volta sempre que ocorrem coisas semelhantes: voltam as mesmas palavras, com os mesmos ou com outros sentidos. Ou constroem-se metáforas: fala-se de “soja louca” porque se falou de “vaca louca”, de um “tsunami eleitoral” porque antes se falou de um tsunami prototípico... Outro exemplo: o processo contra Dilma (*impeachment?* golpe?) retomou o caso Collor, o caso Lugo, fez reler a Constituição e os dicionários de ciência política, no caso, até para conferir aos diversos discursos uma base mais ou menos “científica”, supostamente mais sólida do que as opiniões ou mesmo a interpretação jurídica. Outra coisa importante (Foucault esclarece isso, seguindo, de certa forma, a dita história dos Annales) é que há acontecimentos não pontuais, como a agricultura europeia na Idade Média (acontecimento de longa duração), como as mudanças demográficas recentes (acontecimentos que duram 60 ou 100 anos); a distribuição dos aplicativos modernos, que mudam a vida e os discursos, sem que percebamos isso imediatamente... Insisto: são relevantes para a história, por um tipo de razão. E, para a AD, porque geram temas novos e *corpus* abundante...

DR: Como discutir verdade e mídia?

SP: Questão complicada, porque a mídia tem lado. Como os jornais e a TV contam o que está acontecendo? Por exemplo, li em algum *blog* que a TV Globo se apossou de Marielle e a branqueou... Seria necessário analisar tudo o que a emissora disse, comparar com o que dizia Marielle (pouco conhecida no país) para verificar aspectos do que aconteceu. Há perguntas: com isso, a emissora quer justificar a intervenção? Quer limpar sua barra? Contraponha-se o que se diz em público sobre a personagem e o que escreveram algumas pessoas nas redes sociais... Volto a uma

questão mencionada acima: em algum momento, entra em cena um “saber” (exames de balística, imagens das câmeras...); pode ser que ele defina culpas e então os discursos terão que considerar as “provas” — se elas forem críveis e não surgir outro especialista colocando os resultados em questão (rememorar o caso das gravações da conversa de Temer com Batista e o imediato apelo aos analistas de imagens e equipamentos... A “verdade”, diz Foucault, tende a invadir todos os espaços. Mesmo a gastronomia, como podemos ver todos os dias nas TVs...).

seja, esse vazio sintático, permitido pela língua, tem interpretação na história — que, para a AD, substitui o contexto invocado pela pragmática ou pela sociolinguística. Agenda? Talvez seja voltar-se para os grandes discursos (a filosofia, a religião, a literatura) e para as redes sociais, esse novo espaço muito heterogêneo, que é onde as pessoas falam hoje. De certa forma, essa agenda já começou a ser implementada. Mas vai dar muito trabalho...

DR: Qual seria a agenda de pesquisa da AD para o século XXI?

SP: A análise do discurso se dedicou tipicamente ao discurso de e sobre minorias. Ou a certos campos, como a política e a mídia, questões antes relegadas à Sociologia. Pode-se talvez procurar uma relação que não seria mera coincidência entre a emergência da análise do discurso e a pragmática e mesmo os estudos de língua falada. De certa forma, todos esses flancos levam a sustentar que o “real da língua” não é nem o das gramáticas tradicionais, obviamente, mas nem a língua dos sistemas, de certa forma “abstrata”. É nas interações reais que ele está. A AD está nesse solo, de certa forma, mas com especificidades: para essa teoria, uma sociedade na qual se fala é uma sociedade dividida, não apenas heterogênea. Os sentidos são disputados. Não seria verdade que eles apenas “derivam” em consequência do uso. Não há universais, nem mesmo os sociais, como seriam as regras de cortesia... Há lutas, agressões, polêmicas — sobre as coisas e sobre as palavras (por exemplo, “isto é (ou não) é fascismo”: discute-se a adequação da palavra à coisa). E, muito importante: as boas análises do discurso analisam as palavras e os enunciados (eventualmente as imagens, dada a natureza intersemiótica de muitos discursos). Pode-se mostrar, mas isso exige mais do que uma boa teoria linguística (indispensável, no entanto), que o “Movimento Brasil livre” deve ser interpretado, embora com alguma vagueza, como “livre de discursos e de ações de esquerda”, e não como “livre de Bolsonaro”, por exemplo. Ou

RODRIGUES, Daniella Lopes Dias Ignácio. **Escrita de pesquisa e para a pesquisa**. Belo Horizonte: Editora Puc Minas, 2018. 80 p.

Juliane Ferraz Oliveira*

Em **Escrita de pesquisa e para a pesquisa**, Daniella Lopes Dias Ignácio Rodrigues se propõe a investigar o ensino-aprendizagem da escrita em âmbito acadêmico. A autora, preocupada em repensar as produções científicas brasileiras, se inscreve em um campo de conhecimento no qual os pesquisadores têm como objetivo principal refletir sobre as práticas de escrita na esfera das atividades. (Cf. SOARES, 2003; ASSIS, 2015; DELCAMBRE; LAHANIER-REUTER, 2015; FLOTTUM; VOLD, 2015; KLEIMAN; ASSIS, 2016).

Rodrigues não intenta produzir um manual recheado de prescrições normativas que visem, quase que exclusivamente, à reprodução de regras aplicáveis no processo de escrita. Ao contrário, a autora propõe a saída da lógica predominantemente tecnicista, que nos torna, em última instância, mais “copiadores de regras” do que produtores de conhecimento/pesquisadores, e nos convoca a não ver a escrita como um processo passivo, questionando, assim, o uso da forma pela forma nas produções escritas na esfera acadêmico-científica.

Fruto de discussões sobre questões básicas da escrita de pesquisa, o livro **Escrita de pesquisa e para a pesquisa** é composto por cinco capítulos, cujos títulos são: “Para início de conversa”; “O valor da argumentação nos textos acadêmico-científicos”; “O funcionamento da citação”; “Posicionamentos autorais”; e “Exercícios de aplicação”. Esses capítulos demonstram um percurso coerente em relação à construção da escrita no contexto das interações estabelecidas no universo acadêmico, introduzindo, de forma clara e paulatina, o leitor às estratégias subjacentes ao processo de escrita de um texto acadêmico-científico.

Além da estrutura capitular separada por temáticas concernentes à escrita científica de fato, há, na obra, outros quatro elementos paratextuais, o “Prefácio”; as “Referências”; a “Bibliografia complementar comentada”; e a aba “Sobre a autora”, que compõem um fio condutor na experiência do leitor com o livro. Desde o “Prefácio”, lugar no qual o leitor encontrará expectativas das possíveis discussões a serem encontradas no corpo do texto, até o “Sobre a autora”, parte em que encontrará algumas informações biográficas acerca da trajetória intelectual dela, aquele que lê consegue construir um todo significativo frente à estrutura proposta na elaboração do livro.

O livro foi construído de forma muito didática, o que fica evidenciado por meio do uso de exemplos no processo de ilustração dos argumentos defendidos pela pesquisadora. Em todos os capítulos, Rodrigues complementa sua construção teórico-argumentativa com a disposição e análise de trechos extraídos de textos científicos. Essa estratégia discursiva torna fácil e palatável o ingresso na obra de um leitor principiante nos assuntos de pesquisa e, ao mesmo tempo, produtiva e persuasiva a entrada de um leitor mais experiente.

O capítulo que inicia as reflexões acerca da escrita de pesquisa tem como título “Para início de conversa.” No âmbito da discussão nele empreendida, está a concepção de escrita como prática social. Dessa maneira, a compreensão do trabalho de escrita no âmbito da produção científica passa a ser concebida como um processo, não como um produto. Isso implica pensar as interações sociais estruturadas discursivamente no contexto da academia como constituintes do processo de produção escrita no meio científico.

* Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Doutoranda em Letras – Linguística e Língua Portuguesa pelo Programa de Pós-Graduação em Letras. Bolsista Capes.

Por compreender a escrita como uma atividade que nasce de práticas discursivas, a autora rompe com a lógica da escrita como algo passivo, reprodução tecnicista de regras formais, e passa a entender a tarefa de escrever como um processo ativo que implica a efetiva atuação daquele que escreve, a partir de movimentos reflexivos, interlocutivos, analíticos e argumentativos na construção da pesquisa.

Ainda no mesmo capítulo, a autora traz para dialogar consigo Bazerman (2005; 2015), que, com as noções de sistema de gêneros e sistema de atividades, corrobora sua visão de escrita não como um fim em si mesmo, mas como parte integrante da construção de uma pesquisa que se organiza em forma de gêneros no seio de um sistema de atividades.

Rodrigues nos convida a olhar, primeiramente, para as vivências dos sujeitos envolvidos em práticas de escrita e, só depois, a identificar e significar as projeções textuais desses sujeitos. Mais adiante, a pesquisadora, recorrendo novamente a definições desenvolvidas por Bazerman (2005, p.34), propõe que priorizemos “o que as pessoas fazem e como os textos ajudam as pessoas a fazê-lo, em vez de focalizar os textos como fins em si mesmos”. Nesse sentido, todo processo de escrita deve estar ancorado em objetivos muito claros.

Por fim, a pesquisadora estabelece diálogo com Delcambre e Lahanier-Reuter (2010), estruturando parâmetros acerca dos tipos de escrita que integram a esfera acadêmica em sentido lato e estrito. Tais parâmetros ajudam a identificar e compreender os diversos fenômenos linguageiros que são postos em ação no momento da escrita acadêmico-científica.

Nesse capítulo, ficam claros os objetivos adotados pela autora no processo de composição da obra em questão, além de mobilizar importantes definições sobre o campo de pesquisa no qual ela se inscreve. Por tais motivos, conseguimos perceber que Rodrigues não intenta produzir um livro com regras prescritivas a serem aplicadas no processo de escrita, e isso se dá pelo fato de a pesquisadora conceber a escrita como uma prática social interativa estruturada por meio do discurso.

O capítulo subsequente, “O valor da argumentação nos textos acadêmico-científicos”, é introduzido a partir da delimitação do campo de pesquisa ao qual a pesquisadora se inscreve, o da Análise do Discurso. Para isso, a autora ancora sua escrita na defesa de que todo discurso é ideológico e, conseqüentemente, rompe com a ideia de neutralidade discursiva no âmbito acadêmico-científico. Nesse sentido, a escrita científica satisfaz a determinadas intenções, tanto do autor quanto do campo de conhecimento ao qual este se filia, e, como tal, não pode ser neutra, pois sempre quer agir sobre determinado público. A objetividade científica é, então, compreendida em uma perspectiva de efeito de sentido possível e não como uma característica/qualidade inerente ao próprio texto.

Rodrigues afirma que o trabalho de escrita em contexto acadêmico é marcado por processos argumentativos, assim, estratégias argumentativas vão se evidenciando na composição do texto científico por meio de recursos diversos. A ilustração e a reformulação são dois deles. A ilustração, de acordo com o ponto de vista adotado pela autora, a partir do conceito de papel social e comunicativo do cientista (BAZERMAN, 2006), caracteriza-se como uma estratégia que amplia a capacidade de persuasão do escrevente, pois, por meio de exemplos, consegue comprovar aquilo que defende como argumento principal. Já a reformulação funciona como uma paráfrase, na qual quem escreve insere sua própria voz no texto, colocando-se em diálogo com o autor citado. (DELCAMBRE; LAHANIER-REUTER, 2015).

A partir desse ponto de vista, Rodrigues defende que, ao escrever um texto científico, o autor argumenta em prol de seu ponto de vista em todas as etapas de construção da escrita. Dessa maneira, a pesquisadora enfatiza que o processo argumentativo não acontece apenas nos capítulos de análise, mas em todas as fases da construção de um trabalho.

Com o intuito de que os leitores compreendam a estrutura de um texto argumentativo, a partir da perspectiva discursiva, Rodrigues utiliza a definição de Charaudeau (2008), explicitando quatro elementos básicos sem os quais a argumentação não se faz possível, são eles: interlocutor;

problematização; posicionamento; e prova. Para Charaudeau (2008), o peso de um argumento está ligado à legitimidade que é dada a esse saber pelos interlocutores de quem escreve, nesse caso, pela comunidade acadêmico-científica na qual este se insere.

Outros fatos linguísticos que são, nessa perspectiva, compreendidos como estratégias discursivas adotadas em favor da argumentação são: os usos do futuro do pretérito; da expressão latina *apud*; e da abreviatura Cf. (CONFIRA). O futuro do pretérito é atribuído a partir das expectativas dos efeitos de sentido que se possam gerar, como a ideia de possibilidade, algo incerto ou mesmo algum desejo de fazer, no processo de construção de uma pesquisa. Já a expressão latina *apud*, mais do que representar a referência a uma citação de citação, pode funcionar como um recurso argumentativo que pode demonstrar mais ou menos destreza e conhecimento do escrevente frente à bibliografia de determinado campo de conhecimento. A abreviatura Cf., além de remeter a leituras que o autor tenha feito e que condigam com o lugar que este ocupa discursivamente, pode ter como efeito de sentido reconhecer se o autor tem ou não condições efetivas de estabelecer diálogo com outros pesquisadores da área.

É possível perceber que os interdiscursos implicados na escrita de um trabalho científico são mobilizados muito mais em favor de um processo argumentativo do que de um cumprimento de regras prescritivas e formais na composição da escrita. Sendo assim, esses recursos linguísticos empenhados no processo de escrita estão ligados mais ao conteúdo do que à forma. Dessa maneira, Rodrigues nos convida a entender a escrita como etapa imprescindível do desenvolvimento de uma pesquisa, já que esta só é possível concomitantemente ao processo de escrita.

Ao encerrarmos a leitura do capítulo, compreendemos que todos os fenômenos linguísticos componentes do processo de escrita, que nasce na esfera acadêmica, são mobilizados a partir das intenções argumentativas de quem escreve. Dessa forma, não dá para dissociar os fatos linguísticos, como a ilustração e a reformulação, e os usos do futuro do pretérito, da expressão latina *apud* e da abreviatura Cf. de uma argumentação que perpassa, de acordo com a autora, todas as etapas de composição do texto.

O capítulo ulterior, “O funcionamento da citação”, contém a concepção de linguagem dialógica adotada pela pesquisadora. Essa concepção vai ao encontro da compreensão da língua como manifestação heterogênea e, conseqüentemente, de discurso como fenômeno heterogêneo. Essa noção de heterogeneidade discursiva, ampliada para o âmbito das produções acadêmicas, pode ser flagrado no uso do “discurso relatado” – DR (ROSIER, 1999), por meio de representações linguísticas e tipográficas. De maneira ainda mais precisa, a concepção de linguagem dialógica influi diretamente na origem do conceito *bakhtiniano* “discurso de outrem”, caro a Rodrigues (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2004).

Adiante, a pesquisadora propõe trabalhar com a noção de enunciação primeira e enunciação segunda, extraída de Authier-Revuz (1998). Para Authier-Revuz (1998), nenhuma referência ao discurso do outro é um ato de enunciação independente, já que construímos atos de enunciação que se sobrepõem no processo de escrita. Nesse sentido, nem mesmo o discurso direto é totalmente fiel ao discurso fonte, pois já se encontra a serviço de uma outra enunciação.

Como forma de aprofundar as discussões acerca da referência ao discurso alheio, Rodrigues se debruça sobre os estudos de Boch e Grossman (2002), que separam o processo de referenciação em evocação e discurso relatado – reformulação, ilhota citacional, citação autônoma. Os usos de cada um desses recursos linguísticos se dão de acordo com as funções atribuídas ao dizer do outro que é citado.

Referenciar o discurso de outrem é, no decorrer da escrita de Rodrigues, compreendido como uma estratégia constitutiva do fazer acadêmico-científico. Assim, a referência ao discurso alheio visa à construção da pesquisa em si, e não a uma questão de não cometer plágio, atribuir crédito autoral ou, exclusivamente, expressar conhecimento a partir de um discurso de autoridade. Para tornar mais clara

essa questão, a pesquisadora traz exemplos bem e malsucedidos de referência ao discurso do outro, nos quais o leitor é capaz de identificar possibilidades diversas do trabalho de escrita no âmbito da academia.

Torna-se evidente, ao efetuarmos a leitura do capítulo intitulado “O funcionamento da citação”, que a compreensão da linguagem como dialógica permite entender a atividade de escrita de pesquisa a partir do estabelecimento de diálogos com os mais diversos autores de forma coerente e autoral. Isso acontece pelo fato de, nessa perspectiva, a citação ser vista como um recurso linguístico em favor do processo discursivo-argumentativo constitutivo da escrita acadêmica. Assim, mais do que se adequar a um formato preestabelecido formalmente, referenciar o discurso do outro é condição *sine qua non* da composição do texto científico, que é, por natureza, persuasivo e argumentativo.

O capítulo seguinte, “Posicionamentos autorais”, é introduzido a partir do estabelecimento de um objetivo traçado pela autora: “tratar do uso das pessoas do discurso como uma das marcas da presença do autor no texto”. Para isso, ela nos lembra que, a partir de uma perspectiva de linguagem como dialógica, o signo linguístico nunca é neutro, pelo contrário, ele é ideológico. Por esse motivo, não será o uso de determinada pessoa do discurso que marcará a objetividade ou a subjetividade de uma escrita. A objetividade passa a ser, então, defendida em termos de efeito de sentido, e não mais como marca, inerente ao texto científico, de explícita neutralidade e impessoalidade do discurso.

Rodrigues, a partir da categorização de Fløttum e Vold (2015), distingue os valores das pessoas do discurso por meio da atribuição de diversos sentidos do uso do “nós” no processo de escrita, sendo eles: a) nós = eu; b) nós = eu + vocês (leitores); c) nós = eu + vocês (comunidade de pesquisa pertinente); d) nós = eu + todo mundo. Tal classificação permite demonstrar que por mais que o uso da pessoa do discurso se mantenha o mesmo em todo o texto e o menos pessoal possível, com o uso de voz passiva e primeira pessoa do plural, ainda é factível flagrar movimentos autorais utilizados na composição do texto.

A partir de postulações dos autores referidos, Rodrigues disserta acerca dos papéis comunicativos que os autores podem assumir no desenvolvimento de uma atividade de escrita, sendo estes: escrevente; pesquisador; e argumentador. Cada um desses papéis produz efeitos de sentido e marca lugares discursivos diferentes. O de escrevente diz respeito ao processo de redação do texto propriamente dito. O de pesquisador traduz o processo de pesquisa desse sujeito. E o de argumentador deixa evidente a tomada de posição do escrevente em relação ao que é desenvolvido durante a escrita.

A autora propõe, ainda, a quebra do tabu de não poderem coexistir as três formas de pessoa do discurso – primeira pessoa do singular e do plural e terceira pessoa do singular – no processo de construção da escrita em contexto acadêmico-científico. Defendendo, por meio de exemplos, que essas três pessoas do discurso conseguem conviver de forma pacífica dentro de um mesmo texto, demonstra ser preciso, para isso, que o autor apenas tenha claros quais efeitos retóricos quer atingir de acordo com cada uso.

Por último, a pesquisadora, utilizando como referência Bronckart (1999), explicita o fato de as modalizações serem fenômenos discursivos que marcam posicionamentos autorais, já que elas podem indicar grau de certeza, retratar valores e opiniões do mundo social, marcar posição subjetiva de quem enuncia e indicar aspectos de responsabilidade de um grupo, instituição ou personagem em relação a suas próprias ações.

Frente ao exposto, no capítulo “Posicionamentos autorais”, Rodrigues deixa explícito que os movimentos de tomada de posição em um texto são expressos por meio de diversos fenômenos linguísticos implicados na atividade de escrita. Nesse sentido, os diversos usos das pessoas do discurso e as modalizações estão relacionadas a posicionamentos autorais construídos por quem escreve.

No último capítulo, “Exercícios de aplicação”, Rodrigues possibilita que o leitor tente identificar, nos excertos de trabalhos acadêmicos, estratégias argumentativas que compõem o texto acadêmico-científico. Ao colocar à disposição do público esses diversos excertos destacados de textos científicos,

a autora permite que seus leitores se percebam como capazes de identificar algumas estratégias argumentativas utilizadas na construção do trabalho e seus possíveis efeitos de sentido. O uso dos exemplos também corrobora o processo de compreensão dos argumentos defendidos pela pesquisadora.

Conforme dito no decorrer dos comentários traçados, o livro **Escrita de pesquisa e para a pesquisa**, de Daniella Lopes Dias Ignácio Rodrigues, suscita discussões centrais sobre o processo de construção de uma escrita de pesquisa. A autora, por meio de uma escrita de fácil acesso, permite que ingressemos nos meandros do processo de composição do texto científico, sem a taxatividade dos manuais de escrita, mas com reflexões que se fazem urgentes. Nesse sentido, a obra é bem-vinda para pesquisadores, estudantes, professores e interessados no tema.