



Fluxos discursivos na sociedade em rede

Organização:
João Benvindo de Moura
Francisco Laerte Juvêncio Magalhães

Fluxos discursivos na sociedade em rede

Organização:
João Benvindo de Moura
Francisco Laerte Juvêncio Magalhães



1ª edição

Copyright © do autor

Todos os direitos garantidos. Qualquer parte desta obra pode ser reproduzida, transmitida ou arquivada desde que levados em conta os direitos do autor.

FICHA CATALOGRÁFICA

F647 Fluxos discursivos na sociedade em rede / João Benvindo de Moura, Francisco Laerte Juvêncio Magalhães (organizadores). São Carlos-SP: Pedro & João Editores, 2021. 325 p.

ISBN: 978-65-5869-117-4 [impresso]

978-65-5869-118-1 [digital]

1. Discurso. 2. Comunicação. 3. Webjornalismo. 4. Argumentação. 5. Fake News. 6. Redes sociais. I. Moura, João Benvindo de. II. Magalhães, francisco Laerte Juvêncio.

CDD 302.234

Imagem da capa:

Fotografia por Umberto (@umby) publicada em unsplash.com

Diagramação, capa e projeto gráfico:

Vinícius Alves - obytec.com - contato@obytec.com

Editores:

Pedro Amaro de Moura Brito & João Rodrigo de Moura Brito

Conselho Científico da Pedro & João Editores:

Augusto Ponzio (Bari/Itália); João Wanderley Geraldi (Unicamp/ Brasil); Hélio Márcio Pajéu (UFPE/Brasil); Maria Isabel de Moura (UFSCar/Brasil); Maria da Piedade Resende da Costa (UFSCar/Brasil); Valdemir Miotello (UFSCar/Brasil); Ana Cláudia Bortolozzi Maia (UNESP/Bauru); Mariangela Lima de Almeida (UFES/Brasil); José Kuiava (UNIOESTE/Brasil); Marisol Barenco de Mello (UFF/ Brasil); Camila Caracelli Scherma (UFFS/Brasil); Luiz Fernando Soares Zuin (USP/Brasil)



Pedro & João Editores
www.pedroejoaoeditores.com.br
13568-878 - São Carlos – SP
2021

SUMÁRIO

- 5 **PREFÁCIO**
- 11 **DISCURSOS DE ÓDIO E A DESORDEM INFORMACIONAL SOBRE A COVID-19 NO TWITTER**
Rannyelle Andrade da Silva
Francisco Laerte Juvêncio Magalhães
- 23 **OS IMAGINÁRIOS SOCIODISCURSIVOS SOBRE A MATERNIDADE: A VIOLÊNCIA SIMBÓLICA DA IMPOSIÇÃO**
Patrícia Rodrigues Tomaz
João Benvindo de Moura
- 35 **“FRÁGIL, INFANTIL E BOBA, SÓ PORQUE SOU SURDA”: O DISCURSO SOBRE SURDEZ EM MALHAÇÃO - TODA FORMA DE AMAR**
Valéria Ribeiro de Oliveira
Alan Lôbo de Souza
- 47 **ANÁLISE DAS NOTIFICAÇÕES DE VIOLÊNCIA ESCOLAR PELA COMPANHIA INDEPENDENTE DE POLICIAMENTO ESCOLAR DA POLÍCIA MILITAR DO PIAUÍ**
Lia Altamir Sousa Barradas
Cássio Eduardo Soares Miranda
- 66 **A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS DE *INSTAGRAMMERS* SOBRE O CASO MIGUEL OTÁVIO**
Jesica Carvalho Sales
Lívia Fernanda Nery da Silva
- 87 **IARA DUPONT: O DESPERTAR ENTRE ARMADILHAS DO PATRIARCADO E A VIOLÊNCIA SUSTENTADA PELA MISOGINIA**
Adriana Carvalho de Moura
Thiago Ramos Melo
- 109 **DA VULNERABILIDADE SOCIAL À VIOLÊNCIA: MULHERES EM DISCURSOS**
Adriana Rodrigues de Sousa
- 123 **AS NOTÍCIAS CIENTÍFICAS NO WEBJORNALISMO DO PORTAL PIAUIENSE GPI**
Isla Adriana Fonteneles Gadêlha
Cristiane Portela de Carvalho

141 **PRODUÇÃO DISCURSIVA DO JORNAL DO COMÉRCIO E O DEVER DE VERDADE NA COBERTURA DO CENTENÁRIO DE TERESINA (PI)**

Kamilo Carvalho de Almeida
Nilsângela Cardoso Lima

163 **A ENCENAÇÃO ARGUMENTATIVA NA SEÇÃO REPORTAGEM DA REVISTA REVESTRES**

Jaqueline Salviano de Sousa
João Benvindo de Moura

181 **DESPERTANDO O EMPODERAMENTO: UMA ANÁLISE DO PODCAST “HISTÓRIA DE NINAR PARA GAROTAS REBELDES”**

Bruna Toso Tavares
Jéssica Larissa Brito de Andrade
Kananda Vitória Arão de Souza
Williane Emanuelle Rodrigues Viana

199 **A INTERAÇÃO AUTOR-PERSONAGEM NA CINEBIOGRAFIA MARY SHELLEY (2017): PERCEPÇÕES DE BAKHTIN EM TORNO DA ANÁLISE DE DISCURSO FÍLMICA**

Thânya dos Santos Araújo
Lívia Fernanda Nery da Silva

217 **MÍDIA E SUBJETIVIDADE: A INFLUÊNCIA TECNOLÓGICA NA CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA DO SUJEITO**

Jordania dos Santos Silva

237 **A PROPAGANDA DE CURSOS A DISTÂNCIA NO OUTDOOR: UMA ANÁLISE DISCURSIVA PELOS PLANOS DE CONTEÚDO E EXPRESSÃO**

Luciana Maria Libório Eulálio

263 **BRUMILLA NA CAPA DA REVISTA MARIE CLAIRE**

Geovane Pereira

291 **ALÉM DA IMAGEM: SENTIDOS E EFEITOS ICÔNICOS**

Francisco Laerte Juvêncio Magalhães
Amanda de Cássia Campos Reis Bezerra Filgueira

309 **“EM CASA, PORÉM NO ROLÊ”: A BIOPOLÍTICA E OS NOVOS MODOS DE SOCIABILIDADE NA PANDEMIA**

Ana Carolina dos Reis de Moraes Trindade
Thamyres Sousa de Oliveira

324 **ÍNDICE REMISSIVO**

PREFÁCIO

A contribuição mais simbólica da Análise do Discurso aos estudos linguísticos não pode ser atribuída unicamente a esta disciplina, uma vez que diferentes correntes se opuseram, já há algum tempo, ao estudo da complexidade da linguagem humana apenas a partir de um olhar imanente. Diferentes estudos pragmáticos, semânticos (argumentativo, sobretudo), além das diferentes correntes funcionalistas, promoveram, cada um a seu modo, uma reflexão (revolução?) sobre a constituição epistemológica dos estudos linguísticos. Entretanto, diante desse contexto de reflexão epistemológica, talvez a principal contribuição da Análise do Discurso – em suas distintas orientações teóricas – foi incentivar a busca por outras respostas para a problemática do funcionamento da linguagem humana, analisando-a em meio às condições históricas, sociais e ideológicas que constituem o sujeito e, por sua vez, condicionam o funcionamento da língua em sua incompletude.

Não por acaso, desde o I Encontro Nacional Discurso Identidade e Subjetividade, realizado no ano de 2016, a preocupação dos idealizadores e seus organizadores centra-se no olhar sobre a linguagem que dá forma a discursos e narrativas sociais. Na edição do III Encontro Nacional Discurso Identidade e Subjetividade, as discussões, apesar de dedicadas a outro recorte, mantêm-se alinhadas à proposta: concentraram-se nos “Fluxos discursivos nas sociedades em rede”. O evento foi palco de trabalhos preocupados em compreender as relações constitutivas dos sentidos a partir de diferentes perspectivas teóricas em Análise do Discurso, agregando pesquisadoras e pesquisadores para além do âmbito dos Estudos Linguísticos e Literários, como Comunicação, Filosofia, História, Antropologia e Sociologia.

Isso se deve ao fato de que a Análise do discurso tem como objetivo analisar o funcionamento da linguagem a partir da inscrição do sujeito afetado pela língua e pela história, sendo capaz de significar e significar-se. Por esse motivo, esta publicação pretende ser um compartilhamento de diferentes olhares sobre esse funcionamento. São olhares em construção com vistas a promover novas investidas e recortes analíticos. Essa compreensão, apesar de trivial à pesquisa científica, é ressignificada no âmbito dos estudos do discurso, haja vista que a relação entre língua, discurso e história, bem como as idas

e vindas produzidas pelos pesquisadores diante da potencialidade das diferentes perspectivas teóricas, implicam um efeito de singularidade às análises.

Não por acaso, os dezessete artigos aqui presentes são produtos de distintas inquietações e filiações teóricas. Respondem a diferentes preocupações, passando por análises mais detidas nas noções e métodos de análise, até o trabalho com categorias de análise observadas em diferentes vertentes. Com isso, sublinham o estágio dos estudos em análise de discurso empreendidos no Brasil nas últimas décadas: a propagação de pesquisadores e, sobretudo, o amadurecimento do olhar teórico diante dos discursos sociais que nos cercam. Essas produções também resultam de investigações realizadas por Grupos de Pesquisa cadastrados no Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil, mantido pelo CNPq, além de estarem vinculadas a Programas de Pós-graduação diversos.

Neste livro, se, por um lado, as análises convergem para o funcionamento dos discursos midiáticos; por outro lado, seus recortes e materialidades são variados, assim divididos pelos seguintes eixos: (i) as diferentes manifestações da/sobre a violência simbólica em sociedade; (ii) o (Web)jornalismo; (iii) o funcionamento da argumentação; (iv) a alteridade; (v) o discurso imagético e (vi) os modos de sociabilidade nas redes sociais.

No primeiro eixo, o mais numeroso, encontram-se sete artigos: Discursos de ódio e a desordem informacional sobre a covid-19 no Twitter, de Rannyyelle Andrade da Silva (UFPI) e Francisco Laerte Juvêncio Magalhães (UFPI); Os imaginários sociodiscursivos sobre a maternidade: a violência simbólica da imposição, de Patrícia Rodrigues Tomaz (UFPI) e João Benvindo de Moura (UFPI); “Frágil, infantil e boba, só porque sou surda” o discurso sobre surdez em “Malhação - toda forma de amar”, de Valéria Ribeiro de Oliveira (UESPI) e Alan Lobo de Souza (UESPI); Análise das notificações de violência escolar pela companhia independente de policiamento escolar da Polícia Militar do Piauí, de Lia Altamir Sousa Barradas (UFPI) e Cássio Eduardo Soares Miranda (UFPI); A construção de sentidos de instagrammers sobre o caso Miguel Otávio, de Jesica Carvalho Sales (UFPI) e Lívia Fernanda Nery da Silva (UFPI); Iara Dupont: o despertar entre armadilhas do patriarcado e violência sustentada pela misoginia, de Adriana Carvalho de Moura (UFPI) e Thiago Ramos Melo (UFPI); e Da vulnerabilidade social à violência: mulheres em discursos, de

Adriana Rodrigues de Sousa (UFPI). Nesse grande eixo, as pesquisas recortam como objeto de reflexão, respectivamente, a formulação dos discursos de ódio, o imaginário social sobre a maternidade e a mulher, a memória discursiva em torno do preconceito sobre a surdez e a mulher, a violência na comunidade escolar, a violência simbólica sobre o menor de idade (caso Miguel Otávio) e, por fim, as estratégias argumentativas em torno da manutenção das práticas de violência de gênero.

O segundo eixo, por sua vez, é composto por dois artigos: As notícias científicas no webjornalismo do portal piauiense GP1, de Isla Adriana Fonteneles Gadêlha (UFPI) e Cristiane Portela de Carvalho (UFPI); e Produção discursiva do Jornal do Comércio e o dever de verdade na cobertura do centenário de Teresina (PI), de Kamilo Carvalho de Almeida (UFPI) e Nilsângela Cardoso Lima (UFPI). Enquanto este recorta como objeto de análise o imaginário sobre a ideia de “verdade” no âmbito jornalístico, aquele examina o modo como se realiza o atravessamento (e a tentativa de aproximação) do discurso científico no meio jornalístico.

Já o terceiro eixo agrega também dois artigos: A encenação argumentativa na seção reportagem da revista *Revestrés*, de Jaqueline Salviano de Sousa (UFPI) e João Benvindo de Moura (UFPI); além de *Despertando o empoderamento: uma análise do podcast “história de ninar para garotas rebeldes”*, de Bruna Toso Tavares (IFPB), Jéssica Larissa Brito de Andrade (IFPB), Kananda Vitória Arão de Souza (IFPB) e Williane Emanuelle Rodrigues Viana (IFPB). O primeiro texto observa a questão do argumento de autoridade como forma mais destacada de argumentação na revista piauiense “*Revestrés*”. O seguinte elege o podcast “*História de Ninar para Garotas Rebeldes*” para empreender uma análise do discurso de empoderamento feminino desde a infância.

O quarto eixo é representado pelos seguintes textos: A interação autor-personagem na cinebiografia *Mary Shelley* (2017): percepções de Bakhtin em torno da análise de discurso filmica, de Thânya dos Santos Araújo (UFPI) e Lívia Fernanda Nery da Silva (UFPI); e *Mídia e subjetividade: a influência tecnológica na construção identitária do sujeito*, de Jordania dos Santos Silva (UFPI). O primeiro texto tem como objeto de reflexão a interação autor-personagem em uma materialidade filmica, a saber a biografia da escritora britânica “*Mary Shelley*”. O texto seguinte, por sua vez, interroga a relação entre mídia

e sociedade como determinantes para a construção da subjetividade e identidades sociais, especificamente no tocante ao papel da mulher na política.

O eixo cinco agrega mais três textos: A propaganda de cursos a distância no outdoor: uma análise discursiva pelos planos de conteúdo e de expressão, de Luciana Maria Libório Eulálio (UESPI/UFPI); Brumilla na capa da revista Marie Claire, de Geovane Pereira (UFPI); e Além da imagem: sentidos e efeitos icônicos, de Francisco Laerte Juvêncio Magalhães (UFPI) e Amanda de Cássia Campos Reis Bezerra Filgueira (UFPI). O primeiro texto analisa o funcionamento do discurso sobre a educação, a partir das semióticas verbal e plástica observadas em outdoors. Já o segundo investiga o modo como os sentidos são construídos em duas versões da capa da revista “Marie Claire” (uma à venda nas bancas e outra exclusiva para assinantes) que trazem à baila a relação homoafetiva feminina. Por fim, o terceiro texto desse eixo recorta o discurso imagético para interrogar o modo como se dá a construção e o consumo da imagem tangível em meio à difusão cada vez mais acelerada nas mídias sociais.

Por fim, o único texto representado pelo último eixo, “Em casa, porém no rolê”: a biopolítica e os novos modos de sociabilidade na pandemia, de Ana Carolina dos Reis de Moraes Trindade (UFRN) e Thamyres Sousa de Oliveira (UFPI), recorta o funcionamento do discurso político em meio à pandemia do Covid-19. Para tanto, aborda o conceito de “biopolítica” na análise de postagens no evento on-line “Festival GE”.

O olhar difuso perante às temáticas e às diferentes materialidades observadas nos artigos revelam o interesse que a análise de discurso desperta entre pesquisadores de distintos campos de estudo: a necessidade de interrogar o modo como a linguagem funciona na/pela sociedade, negando leituras que tomam o contexto como “pano de fundo”, na medida em que este, ao contrário, é considerado como constitutivo da própria significação, do modo como os sujeitos produzem sentidos. Essa compreensão sublinha o fato de que a Análise do Discurso põe no centro das atenções os processos de interpretação a que estamos submetidos ininterruptamente, produzindo perguntas diante do complexo fenômeno que é a linguagem humana.

É de notório saber que a Análise do Discurso, como um dos campos de estudo situado na linguística, representa um importante lugar de contribuição aos estudos referentes à interpretação (não

apenas de textos, mas dos fenômenos sociais em geral), à leitura e, por sua vez, também ao ensino. Em suma, é um local de concentração das preocupações daqueles que optam por estudar os fenômenos referentes à linguagem humana como indissociáveis das questões referentes aos sujeitos, compreendendo as condições sócio-históricas e ideológicas que os constituem. Nesse sentido, estes são compreendidos como aqueles que, mais do que (se) utilizam da língua como instrumento de comunicação, constituem-se como sujeitos na/pela língua.

Desse modo, o conjunto de textos aqui organizados é produto de uma importante iniciativa de compor um espaço de discussão e análise das práticas sociais observadas na/pela língua, da disputa de sentido, focando, entre outros funcionamentos, reivindicações, resistências, denúncias e apagamentos. Afinal, não só os sujeitos, mas também os sentidos, não são prontos, acabados, mas efeito da relação que um discurso mantém com o simbólico, com a história, portanto com outros discursos, dizeres alhures, dizeres em rede.

Prof. Dr. Alan Lôbo de Souza
Universidade Estadual do Piauí - UESPI





DISCURSOS DE ÓDIO E A DESORDEM INFORMACIONAL SOBRE A COVID-19 NO TWITTER¹

Rannyelle Andrade da Silva²
Francisco Laerte Juvêncio Magalhães³

INTRODUÇÃO

A disseminação da desinformação e os discursos de ódio têm sido dois grandes problemas no enfrentamento do coronavírus. Neste trabalho buscamos analisar as postagens do presidente Jair Messias Bolsonaro no Twitter, no período de 22 a 31 de março de 2020, para compreender como esses conteúdos se disseminam e o papel dos influenciadores digitais nessa disseminação.

Os conteúdos postados pelo atual presidente produzem e fortalecem ações discursivas contra as instituições nacionais e internacionais de saúde, minimizando o efeito do coronavírus, assim como as ações de isolamento social. Além disso, Bolsonaro replica conteúdos desinformativos⁴ nas mídias sociais.

A partir desse quadro, adotamos a Análise de Discurso Crítica (ADC) proposta por Norman Fairclough (2016), que busca reunir a análise de discurso orientada textualmente e o pensamento social e político relevante para o discurso, e propõe um quadro teórico metodológico para uso na pesquisa social, especificamente, no estudo da mudança social. Nos apoiamos também em outros autores vinculados ao método de pesquisa social como Resende; Ramalho (2011), Wodak (2003) dentre outros.

Num primeiro momento, apresentamos os conceitos de Charaudeau (2006) e Foucault (1997) para compreendermos os

1 - Trabalho apresentado no GT Discursos de ódio, redes sociais e fake news do III Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Mestranda em Comunicação da Universidade Federal do Piauí. Teresina-PI. Endereço eletrônico: rannyelleandrades@gmail.com

3 - Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Professor Permanente do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí. Teresina-PI. Endereço eletrônico: flaerte@msn.com

4 - <https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-deu-656-declaracoes-falsas-ou-distorcidas-sobre-covid-19-em-seis-meses-de-pandemia/>

discursos políticos e como as relações de poder atravessam a sociedade. No segundo momento, tratamos sobre discursos de ódio e desinformação; no terceiro, focamos nas mídias sociais. Por fim, apresentaremos as análises de postagens do perfil de Bolsonaro no twitter com base nas categorias propostas por Fairclough (2016) através das quais iremos apontar nossas inferências acerca de como esses conteúdos ganham visibilidade nas mídias sociais.

DISCURSO POLÍTICO COMO ESTRATÉGIA

O presidente da república Jair Messias Bolsonaro utiliza das mídias sociais como o seu principal canal de comunicação. Ele já chegou a afirmar que os seus eleitores deveriam confiar exclusivamente nos conteúdos postados em seu perfil oficial do Twitter⁵. O objetivo é desvincular o seu público de notícias veiculadas nos grandes meios de comunicação e se comunicar diretamente com ele através dessa mídia social.

Todo discurso se constrói na intersecção entre um campo de ação, lugar de trocas simbólicas organizadas segundo relações de força (Bourdieu), e um campo de enunciação, lugar dos mecanismos de encenação da linguagem (CHARAUDEAU, 2006). O resultado é o que chamamos de “contrato de comunicação” estabelecido nas mídias sociais.

Para Charaudeau (2006) o político encontra-se em uma dupla posição, pois, por um lado, deve convencer todos da pertinência de seu projeto político e, por outro, deve conquistar a adesão do maior número de cidadãos. A credibilidade é fundamental para a efetivação dos discursos políticos, uma vez que o desafio consiste em tentar persuadir determinado público de que se tem certo poder (CHARAUDEAU, 2006).

Segundo a matéria da Folha de São Paulo, em 18 de março de 2020, Jair Messias Bolsonaro cobrou do ex-ministro de saúde, Luiz Henrique Mandetta, um discurso⁶ mais afinado com o do Palácio do Planalto no combate ao coronavírus, incorporando em sua retórica a defesa para que a atividade econômica não fosse paralisada. Para Jair Bolsonaro, o discurso do ex-ministro estava desalinhado ao dele,

5 - <https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/república-dos-tuiteiros-rede-social-vira-canal-de-comunicacao-do-governo-bolsonaro-8opzhdz4uk1b791migyjvkk8p/>

6 - <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/bolsonaro-cobra-discurso-politico-de-mandetta-em-pandemia-do-coronavirus.shtml/>

fazendo com que de certo modo ele perdesse seguidores no Twitter, conforme mostra dados levantados pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas⁷ (FGV/Dapp) a pedido do jornal O Estado de S. Paulo. Os dados dessa análise mostram que o presidente perdeu capacidade de atrair novos seguidores desde março, quando pediu o fim do isolamento social. Esse foi também o momento em que recebeu mais comentários negativos na mídia social.

Segundo Charaudeau (idem) existe o obstáculo da pluralidade dos valores. Sabe-se que o político que quer chegar ao poder ou nele manter-se necessita de um consenso majoritário junto à opinião pública. Jair Bolsonaro protegia no período a paralização da atividade econômica, não por ignorância, mas com o intuito de manter os seus interesses por meio da manipulação discursiva. Explica Van Dijk (2006, p. 360) que manipuladores comumente fazem os outros acreditarem ou realizarem coisas que são de seu interesse e, geralmente, contra os interesses daqueles que são manipulados.

Jair Messias Bolsonaro em 22 de março de 2020⁸ disse que mortes por covid-19 ficariam abaixo das 796 causadas pela H1N1, ele minimiza o potencial da doença, indo contra as orientações dos órgãos de saúde nacionais e internacionais. Além de afirmar que não passa de uma “gripezinha” ignorando a ameaça do vírus e defendendo a volta da normalidade. Bolsonaro afirma que com o seu histórico de atleta não precisa se preocupar com o vírus. Foucault argumenta sobre a importância de fazer uma história dos castigos “com base nas ideias morais ou nas estruturas jurídicas” (FOUCAULT, 1997, p. 28).

A estratégia utilizada por Jair Bolsonaro para persuadir a sociedade brasileira está relacionada à razão e aos sentimentos. Charaudeau (2006, p.81) explica:

Admite-se que não se podem descartar os sentimentos em nenhum processo linguageiro que tenda a influenciar o interlocutor, mas, ao mesmo tempo, que convém distinguir “convicção” de “persuasão”. A primeira pertenceria ao puro raciocínio, fundar-se-ia nas faculdades intelectuais e estaria voltada para o estabelecimento da verdade. A segunda pertenceria aos sentimentos (hoje em dia, diríamos “ao afeto”), fundar-se-ia sobre os deslocamentos emocionais e estaria voltada para o auditório.

7 - <https://exame.com/brasil/coronavirus-faz-bolsonaro-perder-seguidores-nas-redes-sociais-diz-fgv/>

8 - <https://www1.folha.uol.com.br/eqilibrioesaude/2020/04/em-22-de-marco-bolsonaro-disse-que-mortes-por-covid-19-ficariam-abaixo-das-796-por-h1n1.shtml>

9 - <https://www.redebrasilatual.com.br/politica/2020/03/bolsonaro-coronavirus-gripezinha-genocida/>

Como os seus eleitores não possuem conhecimento específico sobre o tema ele utiliza dessa estratégia da emoção para manipular, fugindo da razão. O alinhamento ideológico entre o eleitorado e o presidente facilita essa manipulação.

DISCURSOS DE ÓDIO, DESINFORMAÇÃO E MÍDIAS SOCIAIS.

Os discursos de ódio marcam a estratégia discursiva de Jair Messias Bolsonaro desde as eleições presidenciais de 2018, aonde o atual presidente já utilizava dessa narrativa para disseminar as suas ideologias e os conteúdos desinformativos que trazem efeitos a sociedade brasileira até hoje. Desde o início da pandemia esse tipo de discursividade perdura no discurso do Presidente da República.

O Twitter é uma mídia social, compreendendo que a mídia social é onde acontecem às relações dos grupos sociais, nas plataformas digitais, local onde circulam essas conversações individuais e coletivas, inclusive, em dispositivos móveis e aplicativos.

Segundo Glucksmann (2007) o ódio não é um fenômeno irracional, restrito ao campo dos sentimentos obscuros, mas sim um “discurso”, ou seja, mesmo que não resista a contra-argumentos ou que não apresente razões suficientes para sua própria manutenção, o ódio é uma expressão articulada, intencional e preparada por meio de uma linguagem verbal. Para a UNESCO (2015), o discurso de ódio é categorizado como “expressões que defendem a incitação ao dano [...] com base na identificação de alvos com um determinado grupo social ou demográfico”. Apesar de alguns autores defenderem que os discursos de ódio são geralmente direcionados a grupos minoritários, nós não acreditamos nessa exclusividade, compreendemos os discursos de ódio como algo amplo e complexo, com efeitos para setores da sociedade.

Para Solano (2018), o discurso de ódio é apresentado, na maioria das ocasiões, como a figura do meme, da frase irreverente, da piada que as pessoas não entendem como algo agressivo e violento a ser rejeitado. Segundo a autora explica é considerado pelo eleitorado de Jair Messias Bolsonaro como histeria e exagero dos grupos que se dizem atacado. Desse modo, complementa:

A banalização do ódio onde muitos de nós enxergamos discurso de ódio enxerga-se, simplesmente, uma forma politicamente incorreta, bruta, folclórica de dizer as coisas. As declarações de Bolsonaro que tanto chocam a opinião pública são relativizadas por seus apoiadores. Exagero de seus adversários políticos e da imprensa. Manipulação. O politicamente correto é desprezado. Uma das virtudes que os simpatizantes de Bolsonaro se empenham em ressaltar é que ele não segue a norma do politicamente correto, ele fala o que pensa, com sinceridade. Não é discurso de ódio, é liberdade de expressão (SOLANO, 2018, p. 21).

O politicamente incorreto é valorizado como exercício de liberdade. O politicamente correto seria uma forma de impor o pensamento das minorias (SOLANO, 2018, p.21). Essa estratégia discursiva que confunde e manipula o eleitorado diante dos posicionamentos agressivos, ideológicos e excludentes de Bolsonaro, é fortalecido pelos influenciadores que compartilham esses conteúdos legitimando e espalhando esses discursos.

Neste trabalho iremos utilizar o conceito de desinformação ao invés do conceito fake news, por dois motivos específicos: o primeiro, devido ser um critério da notícia que a mesma seja checada antes de ser veiculada e o segundo, porque acreditamos em uma intencionalidade desses conteúdos, que chamaremos de conteúdos desinformativos. O conceito proposto por Wardle & Derakshan (2017) que explicam a desinformação como um dos três tipos de desordens informativas. Os autores afirmam que a desinformação são informações falsas e criadas deliberadamente para prejudicar uma pessoa, grupo social, organização ou país, desde sátiras e paródias noticiosas [feitas para ridicularizar os poderosos, mas que podem enganar quem as consome]. Wardle & Derakshan (2017) apresentam os tipos de desinformação ou o que podemos chamar de ecossistema da desinformação:

- 1) Conteúdo enganoso: Uso enganoso de informação para enquadrar uma questão ou indivíduo.
- 2) Conteúdo fabricado: São informações completamente falsas.
- 3) Conteúdo impostor: Quando fontes genuínas são imitadas por fontes falsas/impostoras.
- 4) Falsa conexão: Quando uma informação falsa está entre manchetes ou legendas.

5) Conteúdo manipulado: Quando a imagem ou informação é manipulada para enganar.

6) Falso contexto: Quando o conteúdo genuíno é compartilhado com informação em um contexto falso.

Com essas elucidações a respeito dos temas podemos compreender que em algum momento, os discursos de ódio e a desinformação, assim como as estratégias utilizadas para a disseminação desses discursos nessas disputas parecem confluir. Os usuários de maior visibilidade na rede costumam influenciar outros usuários a reproduzirem suas opiniões e mensagens (CHA et al., 2010). Aqui chamaremos de influenciadores aqueles que, com sua visibilidade nas mídias sociais, compartilham esses conteúdos legitimando esses discursos.

ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA

O método adotado nesse trabalho é a Análise de Discurso Crítica proposta por Fairclough (2016) que busca reunir a análise de discurso orientada textualmente e o pensamento social e político relevante para o discurso e a linguagem, e propõe um quadro teórico para o uso na pesquisa social, especificamente no estudo da mudança social. Ele apresenta um modelo tridimensional de análise, como texto, prática discursiva e prática social.

Fairclough (ibidem) diz que os textos são em geral altamente ambivalentes e abertos a múltiplas interpretações. Resende e Vieira (2011) trazem a compreensão que os textos analisados oferecem “pistas” para a compreensão das práticas sociais investigadas. Além da parte da análise textual, para realizarmos as interpretações utilizamos categorias analíticas conforme sugerida por Fairclough (2016).

Para Wodak (2004) a relação dialética entre práticas discursivas particulares são esferas específicas de ação (incluindo situações, estruturas institucionais e estruturas sociais) nas quais elas estão localizadas. Segundo Fairclough (2016), a prática discursiva envolve processos de produção, distribuição e consumo textual, e a natureza desses processos varia entre diferentes tipos de discurso de acordo com fatores sociais. O autor afirma que os textos são produzidos em diferentes contextos.

Segundo (Resende; Vieira, 2011) nas práticas sociais, a linguagem se manifesta como discurso: como uma parte irreduzível das maneiras como agimos e interagimos, representamos e identificamos a nós mesmos, aos outros e a aspectos do mundo por meio da linguagem.

O discurso como modo de prática ideológica e política é o que está mais ligado às discussões de Fairclough (2016):

O discurso como prática política estabelece, mantém e transforma as relações de poder e as entidades coletivas (classes, blocos, comunidades e grupos) entre as quais existem relações de poder. O discurso como prática ideológica constitui, naturaliza, mantém e transforma os significados do mundo de posições diversas nas relações de poder. (FAIRCLOUGH, 2016, p. 98)

Segundo Fairclough (2016), essas palavras, a prática política e a ideológica não são independentes uma da outra, a ideologia faz parte dos significados gerados nas relações de poder como dimensão do exercício do poder e da luta pelo poder.

As categorias analíticas que utilizamos nesse estudo para analisarmos as postagens selecionadas são ideologia e poder. No período que delimitamos o *corpus* de 22 a 31 de março de 2020, nas postagens do presidente Jair Messias Bolsonaro no Twitter.

Fairclough (2016) discute o conceito de discurso em relação à ideologia e ao poder, mas situa o discurso em uma concepção de poder como hegemonia e em uma concepção da evolução das relações de poder, como luta hegemônica. Thompson (1990) propõe uma análise da ideologia com a concepção de que esta primeiramente se interessa com as maneiras como as formas simbólicas se entrecruzam com relações de poder. Ele está interessado nas maneiras como o sentido é mobilizado no mundo social, e serve, por isso, para reforçar pessoas e grupos que ocupam posições de poder. O autor explica que é estudar as maneiras como o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação.

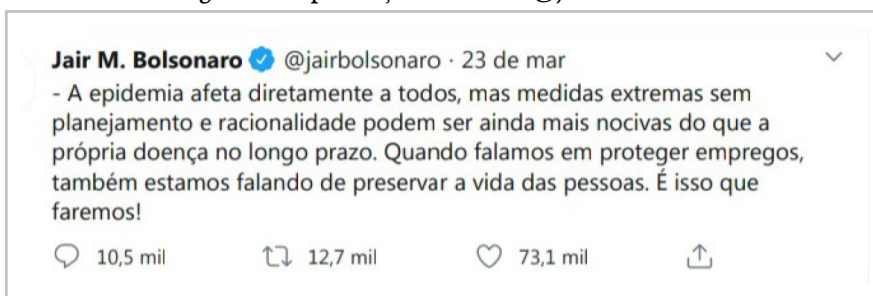
Para a ADC o poder é temporário, com equilíbrio apenas instável. Por isso, relações assimétricas de poder são passíveis de mudança e superação (Resende; Vieira, 2011, p. 24). O poder não funciona negativamente pela dominação forçada dos que lhe são sujeitos, ele os incorpora e é produtivo no sentido de que os molda e reinstrumentaliza, para ajustá-los a suas necessidades (FAIRCLOUGH, 2016).

SOB A LENTE DA ADC

A medida de isolamento social orientada pelas instituições de saúde não foram aceitas pelo presidente da república Jair Messias Bolsonaro¹⁰, que afirmou como sendo exageradas e sem planejamento.

Selecionamos duas postagens do Twitter @jairbolsonaro para realizarmos a ADC. A primeira delas é do dia 23 de março de 2020, quando o presidente afirma que “quando falamos em proteger empregos, também estamos falando de preservar a vida das pessoas”, no mesmo período as orientações à instituição de saúde internacional OMS¹¹ (Organização Mundial de Saúde) reforça a proposta de isolamento social para contribuir no enfrentamento do coronavírus.

Figura 1: Reprodução do tweet @jairbolsonaro



Segundo Resende e Vieira (2011) com base na ADC, a ideologia é, por natureza hegemônica e inerentemente negativa. Na postagem, podemos observar que Bolsonaro ao expor a sua ideia ele também busca o alinhamento ideológico com o eleitorado. Os influenciadores que aqui chamamos de contas verificadas com alto número de seguidores ao compartilharem esse discurso contribui na autenticação dele. O interessante é que quando esses mesmos influenciadores que atuam contrários a sua ideologia compartilham “Retweet” a postagem dão visibilidade a essa ideologia defendida por ele. Os micro-influenciadores que são contas a partir de 5.000 mil seguidores também ajudam na disseminação desses discursos seja apoiando o discurso do presidente ou atuando de forma contrária. Ele ao invés de demonstrar políticas públicas para assegurar o trabalhador, amedronta e utiliza da falta de conhecimento aprofundado sobre

10 - <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2020/05/26/bolsonaro-volta-a-criticar-isolamento-social-nao-da-para-continuar-assim.htm>

11 - <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2020/03/26/oms-reforca-proposta-de-isolamento-social-contra-coronavirus.htm>

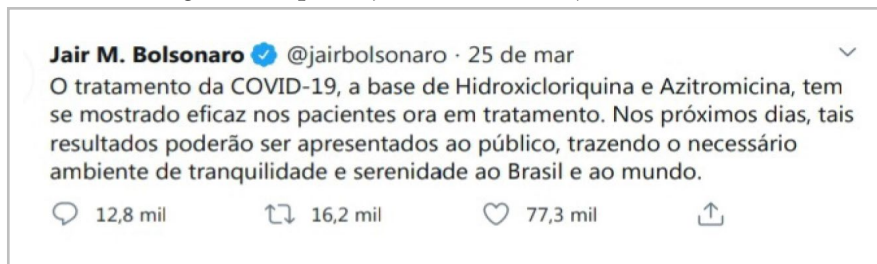
a temática para colocar os seguidores contra as normas de saúde protetivas.

Conforme Thompson (1990, p. 81-89) caracteriza como legitimação as relações de dominação podem ser estabelecidas e sustentadas para serem representadas como legítimas. O autor explica que na racionalização o produtor de uma forma simbólica constrói uma cadeia de raciocínio que procura defender, ou justificar um conjunto de relações, ou instituições sociais, e com isso persuadir uma audiência.

O uso do status de presidente contribui também no fortalecimento desse discurso, a maior parte do eleitorado entende que por ele estar no mais alto cargo do executivo entende da situação. As autoras (Resende; Vieira, 2011) explicam o conceito de poder como hegemonia conquistada mais pelo consenso que pelo uso da força, reforça a relevância das ideologias, veiculadas pelo discurso, elas reforçam que parte das lutas hegemônicas é a luta pela instauração, sustentação, universalização de discursos particulares.

A segunda postagem analisada é sobre o tratamento da Covid-19, com a Hidroxicloriquina e Azitromicina, que é defendido pelo presidente da república, mesmo os estudos científicos não comprovando a eficácia dessas drogas¹².

Figura 2: Reprodução do tweet de @jairbolsonaro



Conforme Thompson (1990, p. 81-89) explica que na dissimulação as relações de dominação podem ser restabelecidas e sustentadas pelo fato de serem ocultadas, negadas ou obscurecidas, ou pelo fato de serem representadas de uma maneira que desvia nossa atenção, ou passa por cima de relações e processos existentes.

12 - <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/07/23/hidroxicloroquina-nao-apresenta-efeito-favoravel-em-tratamento-contr-a-covid-19-em-pacientes-leves-e-moderados-diz-maior-estudo-brasileiro.ghtml>

Alguns aspectos são necessários pontuarmos nessa análise: o discurso do presidente é contrário ao discurso das instituições de saúde nacionais e internacionais, utiliza de um conteúdo enganoso, uma vez que o mesmo não tem comprovação científica e ainda utiliza do seu lugar de poder no qual está inserido para iludir o eleitorado sobre uma possível cura do coronavírus com a utilização dessa medicação. Segundo Mbembe (2015) O poder (e não necessariamente o poder estatal) continuamente se refere e apela à exceção, emergência e a uma noção ficcional do inimigo.

CONDIDERAÇÕES FINAIS

As análises foram feitas em 104 postagens no Twitter, no período de 22 de março à 31 de março de 2020, destas publicações selecionamos duas para analisarmos com base nas categorias analíticas da Análise de Discurso Crítica (ADC), e com base nela obtivemos algumas elucidações sobre o tema.

Jair Messias Bolsonaro nas postagens feitas no período definido acima utiliza a estratégia discursiva, repassando a responsabilidade em medidas de políticas públicas para os governadores e prefeitos. Exime-se da responsabilidade e do compromisso da função que ocupa e assume um lugar que não é seu, especialmente, quando prescreve medicação.

Observamos que quando contas verificadas¹³ no Twitter que não concordam com o discurso de Jair Bolsonaro compartilham essas postagens contribuem com a visibilidade desses conteúdos, indiretamente, fazendo com que o algoritmo da mídia social entenda aquele conteúdo como relevante e mostre ao maior número de usuários.

É necessário repensar o fact-checking para penetrar nas câmaras de eco bolsonaristas e usar uma estratégia para fazer com que esses conteúdos checados cheguem ao maior número de pessoas para além dessas bolhas ideológicas, com um texto claro, atrativo e de fácil linguagem para que atinjam diversas camadas da sociedade, assim como são esses conteúdos desinformativos.

¹³ - Contas verificadas são perfis que passam por uma autenticação na plataforma digital devido a sua influência.

Quando Jair Messias Bolsonaro reproduz conteúdos desinformativos os efeitos de suas postagens geram discursos de ódio para a sociedade, muitas vezes camufladas, mas que não diminuem as consequências.

REFERÊNCIAS

CHA, M.; HADDADI, H.; BENEVENUTO, F.; GUMMADI, K. **P.Measuring user influence on twitter: The million follower fallacy.** In: Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. Washington: AAAI, p. 10-17, 2010.

CHARAUDEAU, P. **Discurso político.** São Paulo: Contexto, 2006.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social.** 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2016.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** Petrópolis: Vozes, 1997.

GLUCKSMANN, André. **O discurso do ódio.** Rio de Janeiro: Difel, 2007.

RAMALHO, Viviane. RESENDE, Viviane. **Análise de discurso (para a) crítica: O texto como material de pesquisa;** São Paulo; PONTES, 2011.

SOLANO, Esther. **Crise da democracia e extremismos de direita.** *Análise Friedrich Ebert Stiftung*, v. 42, n. 1, p.1-27, maio 2018.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa.** 2 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.** Report. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

Wodak, R. 2004. **Do que trata a ACD um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos.** *Linguagem em (Dis)curso.* Carmen Rosa Caldas-Coulthard e Debora de Carvalho (orgs.). *Análise Crítica do Discurso*, v.4/ Especial: 223-243.



OS IMAGINÁRIOS SOCIODISCURSIVOS SOBRE A MATERNIDADE: A VIOLÊNCIA SIMBÓLICA DA IMPOSIÇÃO¹

Patrícia Rodrigues Tomaz²
João Benvindo de Moura³

INTRODUÇÃO

Para compreensão da abordagem da Análise do Discurso é necessário que se tenha outra concepção de linguagem, diferente daquela defendida pelos formalistas. Já a Análise do Discurso Semiolinguística, por sua vez, se configura no ato linguageiro que resulta de uma relação entre o que está explícito, na forma, e aquilo que é implícito e provém das circunstâncias de produção ou de interpretação, qual seja, o sentido.

A Teoria Semiolinguística ou TS, surgiu em 1980, na França, baseada nos estudos do linguista francês Patrick Charaudeau. Compreende o discurso como um objeto multidimensional, que resulta da interação entre o mundo (realidade social) e a linguagem (produção social de forma e sentido), convergindo para a articulação das relações entre o circuito interno (linguístico e discursivo) e o circuito externo (situacional) para que a comunicação se efetive. Assim, a ideologia é importante, mas o sujeito é o centro dessa atividade comunicativa ou ato de linguagem (PROCÓPIO, 2008, grifo nosso).

Neste trabalho, nos debruçamos sobre a obra *Um amor conquistado: o mito do amor materno*, de autoria da filósofa e historiadora francesa Élisabeth Badinter, que apresenta um histórico das representações e dos papéis sociais desempenhados por mulheres, homens e crianças nas relações parentais, desde o início do século XVII até meados do século XIX. O livro vendeu mais de meio milhão de exemplares no seu

1 - Trabalho submetido ao GT 09 – Discurso, violência e subjetividade do III Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Mestra em Letras - Linguística (UFPI). Membro do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Análise do Discurso – NEPAD/UFPI/CNPq. Teresina-PI. E-mail: monitorapatriciatomaz@gmail.com.

3 - Possui doutorado e pós-doutorado em Linguística pela UFMG. Docente da graduação e pós-graduação em Letras da UFPI. Fundador e atual coordenador do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Análise do Discurso – NEPAD/UFPI/CNPq. E-mail: jbenvido@ufpi.edu.br.

lançamento. Segundo a autora, o instinto materno é um mito, uma vez que não há uma conduta materna universal e que o amor materno varia profundamente segundo a sociedade e a cultura.

Segundo a autora, as crianças eram normalmente entregues, desde tenra idade, aos cuidados das amas, para que as criassem e só voltavam ao lar depois dos cinco anos de idade, visto que o interesse e o cuidado com a criança nem sempre existiram. Assim, por mais longe que remontemos na história da família ocidental, é em função das necessidades e dos valores dominantes de uma dada sociedade que nos deparamos com o poder paterno que acompanha sempre a autoridade marital.

A CONSTRUÇÃO DE IMAGENS

Na Antiguidade Clássica, os caminhos percorridos pela Análise do Discurso são frutíferos e na moderna análise do discurso, a base de geração da construção de imagens e do ethos se mantém, mas ganha outras denominações como estereótipo, representações sociais e imaginários que tratam de questões relacionadas à construção da imagem do sujeito ao se apresentar, antes mesmo de enunciar e ao proferir seu discurso (TOMAZ, 2020).

Assim, tais imagens estão presentes na nossa cultura e profundamente enraizadas na consciência dos indivíduos, sendo um partilhadas na sociedade e diretamente ligadas às práticas discursivas cotidianas, sempre pela linguagem e pelo discurso (DE MELLO, 2012). Consideramos, portanto, que ao enunciarmos, buscamos agir sobre o outro, incitando-o a crer, a ver, a fazer de outra forma, contribuindo para a projeção de uma imagem ou de um ethos, seja prévio, efetivo, dito, mostrado ou institucional (MENDES, 2012).

Amossy (2016) assevera que as práticas de linguagem são práticas sociais nas quais locutor e alocutário interagem numa relação discursiva. Também é importante observar que as “representações” são discursos sociais que se configuram como valores, imaginários, saberes, crenças, conferindo uma identidade a um grupo social, o que resulta numa consciência coletiva (DE MELLO, 2012). Os quatro termos apresentados: ethos, estereótipos, representação social e imaginários, estão diretamente ligados uns aos outros.

Em resumo, a partir de uma situação de comunicação, há uma ligação essencial para a produção de sentidos no discurso em que sujeito e sociedade se complementam, mediados por elementos psicossociais e linguageiros, havendo entrecruzamento de conceitos, mas respeitando suas especificidades (MOURA, 2020). Quanto às identidades, sociais e discursivas, consideramos que possuem caráter permanente e estáveis, diferente do ethos que está sujeito a flutuações temporais (KERBRAT-ORECCHIONI, 2010).

As representações sociais podem ser cristalizadas ou efêmeras, embora seja difícil elaborar uma classificação ou apontar o momento de transição (MENDES, 2012). Para Charaudeau (2017) as representações funcionam como uma mecânica para fabricação dos imaginários, acessando saberes de conhecimento e de crença. Cabe ressaltar que as comunidades discursivas que formam a sociedade constituem o espaço onde encontramos os estereótipos, as representações sociais, e os imaginários sociodiscursivos, aspectos importantes que serão tratados com mais detalhes a seguir.

Nessa configuração, o uso do estereótipo como estratégia discursiva está ancorado na reutilização de modelos e saberes socialmente construídos, proporcionando “o acesso ao sentido de uma produção discursiva”, permitindo que ela seja significativa (PROCÓPIO, 2008, p. 25). Como já foi observado, o conceito de estereótipos se baseia em outros discursos anteriores e compreende sentidos diversos, podendo resgatar sentidos pejorativos.

Sendo assim, está ligado diretamente aos conceitos de “ethos”, “representações sociais” e “imaginários sociodiscursivos”, já que possuem elementos historicamente partilhados pelo senso comum, passados de geração a geração, em que há predominância de aspectos valorativos e juízos de valor com bases emocionais (DE MELLO, 2012). Desse modo, a imagem discursiva de si é ancorada em estereótipos que determinam a apresentação de si em uma dada cultura.

A DOMINAÇÃO MASCULINA COMO VIOLÊNCIA SIMBÓLICA EM PIERRE BOURDIEU

Segundo Pierre Bourdieu (1930-2002), nós somos produtos do meio em que vivemos, aprisionados por nossas rotinas de ações, num aprendizado inconsciente que determina nosso modo de agir e pensar

num *habitus*, ou seja, um “sistema de disposições duráveis”, segundo o autor francês. O *campo* é outra noção apontada por Bourdieu, em referência ao mundo literário, artístico, político, religioso, científico (DORTIER, 2010), ou seja, o meio constituído de regras, lugar de luta de posições, numa guerra social cuja violência pode ser branda e mascarada ou simbólica (BOURDIEU, 1998).

Assim, essa violência simbólica assume a forma de discursos que marcam e introjetam o modo de vivermos na sociedade. No tocante ao papel da mulher na sociedade, durante séculos, foi relegado a um segundo plano, passando por situações degradantes. Del Priore (2011), afirma que a mulher foi reduzida a um objeto, pressionada a assumir uma posição social inferior ao homem, que se estabeleceu como provedor, ao longo da história, forjando a **dominação masculina** (BOURDIEU, 2005). Essa visão, dentro das relações sociais, coloca a figura feminina numa postura marginalizada, sendo vítima do preconceito e da violência, como descreve Bourdieu:

Também sempre vi na dominação masculina, e no modo como é imposta e vivenciada, o exemplo por excelência desta submissão paradoxal, resultante daquilo que eu chamo de violência simbólica, 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, 2005, p. 07-08).

Sendo assim, a mulher ideal era mantida no ambiente privado e familiar, na organização dos afazeres domésticos, cujo poder e autoridade eram centrados no homem, pai, provedor do lar e chefe de família. Logo, sua condição biológica deixou um legado de cuidados: dos filhos, do marido e da casa. Em decorrência dessas funções sociais atribuídas ao homem e à mulher, ainda hoje, há no imaginário social a ideia de que a mulher é submissa e inferior ao homem, mostrando um discurso de conformidade com os padrões estabelecidos, que parecem naturais à primeira vista, mas que são normatizados pela escolha das palavras que empregamos, indicando o lugar social e ideológico que ocupamos. A isso, o sociólogo dá o nome de *poder simbólico*, um tipo de poder capaz de “fazer coisas com palavras” (BOURDIEU, 1998).

Nessa perspectiva, o discurso não é uma simples troca de signos em situações de comunicação, mas o encontro de certas disposições

sociais (o *habitus* desses agentes) com certos **mercados simbólicos** (fatos sociais, construções sociais e históricas) e seus sistemas muito particulares de formação, já que a língua, em si mesma, não é capaz de garantir sua existência. Ela depende da expectativa coletiva que lhe garante o sentido social e a troca é envolvida por signos de autoridade (o valor que cada fala assume na situação) e signos de poder (relações de autoridade entre os falantes). A ação dos sujeitos no mercado não pode ser tomada como natural, mas como uma criação, uma construção social.

Por conseguinte, o indivíduo desde o seu nascimento se depara com uma estruturação social e familiar que não determina apenas o seu nome, mas imprime nele a socialização e um conjunto de capitais que vão servir de predisposições na constituição do indivíduo enquanto sujeito social (BOURDIEU, 2009). No entanto, apesar dessa organização familiar e social imposta, a mulher sempre buscou seu próprio posicionamento e espaço de atuação, tentando sobrepor-se à dominação da qual foi vítima historicamente.

OS IMAGINÁRIOS

O imaginário nasce na mecânica das representações sociais, ou seja, formas de ver o mundo e julgá-lo através da produção de discursos socialmente compartilhados, um mecanismo que molda e formata a realidade (CHARAUDEAU, 2017). Dessa maneira, o imaginário constrói a significação sobre fenômenos que se produzem, objetos, seres humanos e seus comportamentos, organizando esquemas de classificação de um grupo social que se constitui nas relações de interdependência. Tal fenômeno constrói um universo de valor, refletindo a visão do homem sobre o mundo, dando origem a imaginários comuns.

Dessa forma, o termo apresenta diversos sentidos no pensamento filosófico, na psicanálise, na antropologia, na religião, dentre outras práticas sociais. Segundo Cornelius Castoriadis, citado por Dortier (2010), o imaginário social atua na religião, na política e nas ideologias, fornecendo crenças comuns aos indivíduos, o que estrutura os laços sociais. Segundo Charaudeau (2017), diferente do seu emprego usual como aquilo que se opõe à realidade, o imaginário é uma imagem da realidade capaz de interpretá-la e atribuir-lhe

significações, uma vez que não podemos isolar a linguagem das suas circunstâncias de produção. Conforme compreende o autor:

o imaginário é uma forma de apreensão do mundo que nasce na mecânica das representações sociais, a qual, conforme dito, constrói a significação sobre os objetos do mundo, os fenômenos que se produzem, os seres humanos e seus comportamentos, transformando a realidade em real significante (CHARAUDEAU, 2017, p.578).

Em consonância com esse conceito, Charaudeau (2017) assevera que os imaginários se concretizam nos enunciados languageiros, transformando-os em uma categoria formal, no campo da AD, dentro do quadro de sua Teoria Semiolinguística. Segundo o autor, a construção dos imaginários sociodiscursivos está ancorada em saberes engendrados pelas representações sociais, sendo estas, uma maneira de conhecimento do mundo socialmente partilhado, associado ao sujeito e às circunstâncias de produção nas quais está inserido (CHARAUDEAU, 2017). Assim:

À medida que esses saberes, enquanto representações sociais, constroem o real como universo de significação, segundo o princípio de coerência, falaremos de “imaginários”. E tendo em vista que estes são identificados por enunciados languageiros produzidos de diferentes formas, mas semanticamente reagrupáveis, nós os chamaremos de “imaginários discursivos”. Enfim, considerando que circulam no interior de um grupo social, instituindo-se em normas de referência por seus membros, falaremos de “imaginários sociodiscursivos”. (CHARAUDEAU, 2013, p. 203).

Dessa maneira, os imaginários são engendrados pelos discursos que circulam nesses grupos sociais construindo uma memória coletiva fundamentada em saberes (CHARAUDEAU, 2017). Esses saberes são as formas ou maneiras de dizer as representações e são classificados em dois tipos: **saberes de conhecimento** (tendem a estabelecer uma verdade acerca dos fenômenos do mundo independente da vontade do sujeito, mas dependente da cultura na qual nasce) e **saberes de crença** (que pertencem a um modo de explicação do mundo e seus valores por meio de avaliação e julgamento sobre seu pensamento e comportamento).

UMA PROPOSTA DE ANÁLISE

Na nossa análise, compreendemos que, para cada situação de comunicação há um contrato que se estabelece entre os interlocutores, seres sociais que agem e interagem entre si por meio da linguagem, ainda que a comunicação ocorra em cenários ou períodos distintos (CHARAUDEAU, 2016). Nesse sentido, a Teoria Semiolinguística apresenta mecanismos que auxiliam na identificação de estratégias discursivas dotadas de intencionalidade para gerar o efeito de sentido pretendido no seu interlocutor (CHARAUDEAU, 2016).

Na presente obra, a autora manifesta suas opiniões e lutas ideológicas de modo a interpelar os sujeitos e defende que o amor materno é apenas um sentimento e, como tal, pode ou não existir nas mulheres, negando os imaginários sociodiscursivos de que toda mulher nasceu para ser mãe, como uma bênção, ao tempo em que a infertilidade é tida como um castigo, conforme veremos a seguir.

Quanto a mim, estou convencida de que o amor materno existe desde a origem dos tempos, mas não penso que exista necessariamente em todas as mulheres, nem mesmo que a espécie só sobreviva graças a ele. Primeiro, qualquer pessoa que não a mãe (o pai, a ama, etc.) pode “maternar” uma criança. Segundo, não é só o amor que leva a mulher a cumprir seus “deveres maternos”. A moral, os valores sociais, ou religiosos, podem ser incitadores tão poderosos quanto o desejo da mãe. (BADINTER, 1985, p. 17).

Se é indiscutível que uma criança não pode sobreviver e desenvolver-se sem uma atenção e cuidados maternos, não é certo que todas as mães humanas sejam destinadas a oferecer-lhe esse amor de que ela necessita. (BADINTER, 1985, p. 18).

Observando os excertos acima, compreendemos que há diversas leituras e possibilidades de interpretação. No trecho apresentado, “**estou convencida** de que o amor materno **existe**”, os verbos e o adjetivo em destaque evidenciam que a autora reconhece a existência do amor materno e o uso da conjunção **mas** indica a oposição, um discurso de resistência, diante do que é estabelecido (*mas não penso que exista necessariamente em todas as mulheres*). Assim, essa análise é essencial para descortinarmos o imaginário sociodiscursivo acerca do mito de que a criança necessita do amor da mãe para sobreviver, ou seja, do “amor materno”.

Segundo a autora, cuja enunciação apresenta-se como elocutiva, por meio de um pronome de 1ª pessoa (quanto a **mim**), a criança realmente necessita de amor e de cuidados, elementos básicos essenciais relativos à sobrevivência humana, no entanto, tais elementos podem ser advindos de qualquer pessoa com esses atributos, ao passo que uma “mãe humana” poderá vir desprovida desse amor. Assim sendo, podemos inferir que a autora, enquanto enunciadora, marca sua posição contrária aos saberes de crença construídos sobre o feminino, de que toda mulher carrega esse amor, postura que não a desumaniza. A filósofa demonstra sua insatisfação e inquietude diante desses imaginários.

O amor materno foi por tanto tempo concebido em termos de instinto que acreditamos facilmente que tal comportamento seja parte da natureza da mulher, seja qual for o tempo ou o meio que a cercam. Aos nossos olhos, toda mulher, ao se tornar mãe, encontra em si mesma todas as respostas à sua nova condição. Como se uma atividade pré-formada, automática e necessária esperasse apenas a ocasião de se exercer. Sendo a procriação natural, imaginamos que ao fenômeno biológico e fisiológico da gravidez deve corresponder determinada atitude maternal. (BADINTER, 1985, p. 19).

No excerto acima, a escritora defende a desnaturalização do instinto materno atribuído à mulher. Os substantivos, pronomes e adjetivos destacados são responsáveis por designar essa personagem feminina (**toda mulher, ao se tornar mãe, encontra em si mesma todas as respostas à sua nova condição**). Tais marcas linguísticas atestam que esses argumentos são cristalizados ao longo do tempo e reproduzidos nos nossos discursos.

Podemos observar, ainda que de modo subjetivo, que a autora manifesta sua frustração no trecho “*como se uma atividade pré-formada, automática e necessária esperasse apenas a ocasião de se exercer*”. Ela enfatiza seu desapontamento e enuncia um discurso de inquietude e desagrado, sinalizando pensamentos e sentimentos vivenciados que não são observáveis frente ao mito do amor materno.

*Na realidade, a contradição nunca foi maior. Pois se abandonamos o instinto em proveito do amor, conservamos neste as características do outro. Em nosso espírito, ou antes em nosso coração, **continuamos a pensar o amor materno em termos de necessidade. E apesar das intenções liberais, vemos sempre como uma aberração, ou um escândalo, a mãe que não ama seu filho.** Estamos prontos a tudo **explicar e justificar** de preferência a **admitir** o fato em sua brutalidade. No fundo de nós mesmos, repugna-nos pensar que o amor materno não é indefectível. **Talvez porque** nos recusemos a questionar o amor absoluto de nossa própria mãe... (BADINTER, 1985, p.22. Grifo nosso).*

Ainda no trecho anterior, são acrescentadas novas razões aos argumentos construídos e ao posicionamento discursivo da autora, considerando que os efeitos de sentido produzidos pelos operadores argumentativos podem se repetir em toda a análise. Assim, o uso do advérbio *talvez* e da conjunção *porque*, provoca um efeito de sentido inverso e dissonante, dada a possibilidade em questionar o amor da própria mãe. Além disso, ao descrever aspectos negativos como no trecho: *vemos sempre como uma aberração, ou um escândalo, a mãe que não ama seu filho* e a carga semântica dos verbos *explicar*, *justificar* e *admitir*, demonstram uma posição ativa, de enfrentamento, assumida pela autora.

Hoje as mulheres rejeitam a alternativa e o sacrifício, e estão antes decididas a mudar a ordem +maternagem⁴ e da educação. (BADINTER, 1985, p. 235).

O uso do advérbio não evidencia uma negação, uma recusa, comportamento não admitido em relação à mulher. A ideia de mulher realizada caracteriza uma construção objetiva em relação à figura da mulher compartilhada pelo grupo social, um consenso que corrobora a criação de imaginários sociodiscursivos baseados em saberes de crença, determinando o que foi estabelecido como papel de uma mulher realizada na nossa sociedade.

No que tange à valorização da figura feminina, a autora aponta uma mulher que intervém por meio de sua própria identidade psicossocial quanto à escolha pela não maternidade. No trecho acima, é possível localizar um imaginário sociodiscursivo de luta contra a

4 - Psicanálise Técnica psicoterapêutica que visa estabelecer entre o terapeuta e o paciente uma relação semelhante a uma relação entre mãe e filho. In Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha]. 2008-2020, <https://dicionario.priberam.org/maternagem> [consultado em 07-10-2020].

dominação masculina, através do qual se depreende que as mulheres estão decididas a mudar a ordem do mundo, em outras palavras, o comportamento dos homens e da cultura patriarcal, exercendo seu papel dissociado do masculino e da representação maternal.

Dessa forma, são produzidos efeitos de sentido de emancipação e empoderamento, cuja realização do sexo feminino se dá pela escolha ou pela recusa em tornar-se mãe, desconstruindo o imaginário sociodiscursivo de que a experiência da maternidade é a plenitude de ser mulher. Ademais, ao decidirem procriar (*para aceitar procriar, que se partilhem com elas todos os encargos da maternagem e da educação*) querem a divisão das tarefas, considerando que as mães não possuem o monopólio do amor e os pais o da autoridade.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Na análise realizada, identificamos imaginários sociodiscursivos articulados num determinado extrato social, considerando que a linguagem e a sociedade estão relacionadas. A articulação entre a realidade social em que o discurso é produzido e as características internas desse discurso, qual seja, o aspecto linguístico, caracteriza a natureza psicossocial deste estudo.

Dessa forma, mediante o exposto, percebemos uma estratégia de aproximação da autora, ao demonstrar sentimentos de companheirismo, gerando efeitos de sentido de solidariedade com as mulheres que não desejam ter filhos ou exercer o ofício da maternagem. A autora apresenta o amor como um sentimento humano e universal, contrariando os imaginários sociodiscursivos de que ele esteja inscrito exclusivamente na natureza feminina.

Além disso, há um consenso que corrobora a criação de imaginários sociodiscursivos baseados em saberes de crença, determinando um julgamento acerca do que foi estabelecido como papel da mulher na sociedade. Na nossa análise, depreendemos que a maternidade é uma escolha e não um instinto, não é uma lei universal, como os saberes de crença nos tentam fazer crer, já que há mulheres que não são dotadas desse sentimento e não devem ser obrigadas a desenvolvê-lo artificialmente, sob o risco de criarem crianças infelizes que podem se tornar adultos doentes.

A aplicação dos postulados da Semiologia sob um corpus dessa magnitude nos fez perceber a importância desse instrumental teórico na análise dos mais diversos discursos, uma vez que permite ao analista desvelar os aspectos psicossociais que permeiam a produção de sentidos, revelando imagens, imaginários, relações de poder, contratos de comunicação, sujeitos enunciadores e modos de organização do discurso.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de ethos à análise do discurso. In: AMOSSY, Ruth. **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. Tradução Dílson Ferreira da Cruz, Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005. p. 9-28.

BADINTER, Elisabeth. **Um amor conquistado: o mito do amor materno**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Tradução de Maria Helena Kühner. 4 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução Fernando Tomaz. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas linguísticas**. São Paulo: Editora da USP, 1996.

CHARAUDEAU, P. "Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. IN: MACHADO, Ida Lúcia; MELLO, Renato. (Orgs.). **Reflexões em Análise do Discurso**. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. Tradução Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2013.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2016.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. Tradução Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2017.

CHARAUDEAU, Patrick. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. **Entrepalavras**, [S.l.], v. 7, n. 1, p. 571-591, set. 2017. ISSN 2237-6321.

DEL PRIORE, Mary. *Histórias íntimas: sexualidade e erotismo na história do Brasil*. São Paulo: Planeta do Brasil, 2011.

DE MELLO, Renata Aiala. **Especificidades e interseções entre os conceitos de imaginários sociodiscursivos, imagem de si, estereótipos e representações sociais**. Anais do SIELP. Volume 2. Número 1. Uberlândia: EDUFU, 2012. ISSN 2237-8758.

DORTIER, Jean-François. **Dicionário de ciências humanas**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. O ethos em todos os seus estados. In: MACHADO, Ida Lúcia; MELLO, Renato. (Orgs.) **Análises do discurso hoje**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010, v. 3. p. 117-135.

MENDES, Emília. Algumas configurações dos imaginários e dos ethé de “ladrão” na cultura brasileira. EID&A – **Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**. Ilhéus, n. 3, p. 16-29, nov. 2012.

MOURA, João Benvido de. **Análise discursiva de editoriais do jornal Meio Norte: um retrato do Piauí**. Teresina: EDUFPI, 2020.

PROCÓPIO, Mariana Ramalho. **O ethos do homem do campo nos quadrinhos de Chico Bento**. 2008. Dissertação de Mestrado. Belo Horizonte: FALE/UFMG.

TOMAZ, Patrícia Rodrigues. **Discurso, Retórica e Mediação de Conflitos**. Teresina: EDUFPI, 2020.



“FRÁGIL, INFANTIL E BOBA, SÓ PORQUE SOU SURDA”: O DISCURSO SOBRE SURDEZ EM MALHAÇÃO - TODA FORMA DE AMAR¹

Valéria Ribeiro de Oliveira²
Alan Lôbo de Souza³

INTRODUÇÃO

Este artigo compreende um estudo sobre o funcionamento discursivo da única personagem surda⁴ na série *Malhação*, bem como a posição de mulher surda que ela ocupa. Para tanto, buscaremos esclarecer os modos pelos quais os sentidos são constituídos através do discurso proferido pela personagem. Neste material, o estereótipo, o imaginário e a memória discursiva observadas no discurso de “Milena” são produzidos em meio a um contexto sexual vivido pela personagem adolescente surda. É sobre como este corpo é constituído e quais os sentidos que o atravessam que propomos um gesto de análise discursiva. Afinal, segundo uma compreensão tácita da Análise de Discurso materialista (doravante AD), a língua não é transparente, mas opaca, no que nos estimula a analisar o modo como esse discurso materializa-se a partir de outros dizeres, da/na história e do imaginário do/sobre o povo surdo em relação à sociedade onde vive.

Nesse sentindo, objetivamos compreender a historicidade, pois “no discurso temos o social e o histórico indissociados” (ORLANDI, 2017, p.16), ou seja, existe um funcionamento interdiscursivo que incide sobre o sujeito surdo, marcada pela historicidade que compõe a personagem na telenovela. Por conseguinte, cientes de que é preciso compreender o personagem enquanto sujeito do discurso,

1 - Trabalho apresentado no GT 3- Discurso e narrativas midiáticas do III Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Graduanda de Licenciatura Plena em Letras/ Português da Universidade Estadual do Piauí (UESPI). E-mail: < walleryap2@hotmail.com >

3 - Doutor e Professor do curso de Licenciatura em Letras-Português da Universidade Estadual do Piauí (UESPI). E-mail: < alan.lobo@prp.uespi.br >

4 - Na história, Milena perdeu a audição por conta de uma meningite, denominada segundo o Ministério da Saúde de surdez de cóclea ou nervos auditivos. Giovanna Rispoli, a atriz que interpreta a personagem em questão, fez aulas de Libras (Língua Brasileira de sinais) para atuar.

pretendemos descrever os possíveis efeitos de sentido produzidos no discurso de Milena, na medida em que “aquilo que numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada, determinada pela a luta de classes, determina o que deve e pode ser dito.”(PÊCHEUX, 2014,p.147).

A fim de alcançar os objetivos desta pesquisa, destacaremos a inserção dos surdos em contextos sociais, abordando os direitos de inclusão na sociedade brasileira, levando em conta as dificuldades e os estereótipos sobre a capacidade intelectual dos surdos. Para tanto, faremos uma abordagem sobre as associações do sujeito surdo em relação à sexualidade, especialmente em relação ao modo como a mulher é discursivamente construída, sem perder de vista o modo como os discursos sobre a surdez também caracterizam o tratamento diante de uma personagem surda.

OS SURDOS E SUAS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO

Ortiz (1985) adverte que não se deve “pensar a diferença como um ser, uma essência, ela é sempre relacional e encontra-se situada num contexto determinando. Toda diferença é produzida socialmente e é portadora de sentido histórico” (ORTIZ, 1985, p.14). Acerca disso, podemos considerar em um contexto social e histórico as dificuldades que os surdos enfrentam e até os dias atuais sofrem, por não serem incluídos em ambientes culturais. De fato, poucas são as atividades que incluem intérpretes, legendas ou janelas com intérpretes em programas de TV ou filmes brasileiros que, de alguma forma, facilite o acesso à comunidade surda. Essas barreiras, contudo, são bem antigas.

Strobel (2008b) coletou publicações sobre a história dos surdos no mundo e, segundo a autora, não se pode comprovar a veracidade dos acontecimentos, possivelmente registrados por ouvintes. Porém, o árduo percurso se inicia na idade antiga e está presente nos dias atuais. Observando as grandes divergências sobre o sujeito surdo, a pesquisadora afirma que eram “sujeitos estranhos e objetos de curiosidade da sociedade” (STROBEL, 2008, p.19).

Apesar disso, alguns acontecimentos foram de extrema importância para as conquistas atuais, enquanto outros foram totalmente desastrosos, causando um grande atraso para a educação

dos surdos e o ensino da língua de sinais. A implantação de escolas para surdos na França e Espanha marcaram o início da possível inclusão e almejada escola para surdos. No entanto, o motivo do retrocesso ocorreu no ano de 1880, após o famoso Congresso de Milão, na Itália, onde foi oficialmente proibido o ensino da língua de sinais, favorecendo, assim, o oralismo, e, por sua vez, resultando no congelamento do ensino inclusivo por cerca de 100 longos anos.

Alguns defensores resistiram e insistiram no ensino da língua de sinais e logo vieram os resultados: a criação de instituições dedicadas ao ensino inclusivo. Reily (2004) esclarece que “a língua de sinais que conhecemos hoje no Brasil, utilizada pelos surdos, teve origem na sistematização realizada por religiosos franceses”. Mais especificamente, com a chegada do professor francês em 1855, *Henest Huet*, francês e professor surdo, que, a convite de D. Pedro II, trouxe o “método combinado” para trabalhar com surdos no Brasil. (REILY, 2004, p.114). A educação do surdo no Brasil data do século dezenove, na década de 50, sob a Lei nº 839 de 26 de janeiro 1857, assinada por D. Pedro I, quando aconteceu a fundação do Imperial Instituto dos Surdos-mudos. A fundação deste instituto deve-se à *Ernest Huet*, primeiro diretor do INES (Instituto Nacional de Educação para Surdos) no Brasil.

Em 1987 foi fundada a FENEIS (Federação Nacional de Educação e Integração dos Surdos), também no Rio de Janeiro. De acordo com o FENEIS, no Brasil, existem algumas ONGs que ministram aulas de teatro e dança para os surdos, mas são pouco conhecidas. Entre elas, destaca-se a Associação Velazquez de Assistência ao Surdo (AVAS), no Rio de Janeiro, que iniciou suas atividades em 1994 com o Teatro Brasileiro de Surdos (TBS) e o projeto Desvendando o Universo Popular, que desenvolve atividades como poesia, dança e expressão corporal, integrando a comunidade surda, cujo objetivo é contribuir para a inclusão do surdo, através da chamada cultura popular (FENEIS, 2010). No Brasil, existe uma política vigente de inclusão na cultura surda⁵, por meio da Lei nº 10.436/2002, quando o país reconheceu a Língua Brasileira de Sinais (Libras) como a Língua materna das comunidades surdas brasileiras, que defende a participação em atividades sociais.

5 - Segundo Strobel (2008, p.22), “Cultura surda é o jeito de o sujeito surdo entender o mundo e de modificá-lo a fim de torná-lo acessível e habitável, ajustando-os com as suas percepções visuais, que contribuem para a definição das identidades surdas e das ‘almas’ das comunidades surdas. Isto significa que abrange a língua, as ideias, as crenças, os costumes e os hábitos de povo surdo”.

Mesmo com todo esse amparo das instituições, ainda hoje existe um distanciamento considerável dos surdos em atividades sociais.

Para muitos sujeitos da nossa sociedade a palavra “igualdade” não faz nenhum sentido, é uma palavra sem-sentido. Em sua memória discursiva, esse sujeito não foi afetado por este processo de significação. Como dissemos, os sentidos resultam da experiência de uma memória. (ORLANDI, 2017, p.167)

Com efeito, as palavras “inclusão” e igualdade social têm sido bastante mencionadas em nossa sociedade, não só relacionadas a negros e mulheres como aos surdos e à luta ao ensino da disciplina obrigatória de Libras nos cursos de licenciatura, porém essas ações estão bem longe de satisfazer as condições de igualdade social. Consequentemente, esses sujeitos ainda são afetados por uma extrema desigualdade social.

OS DESLOCAMENTOS DO SUJEITO MULHER-SURDA

Em nosso material de análise, é válido fazer uma aproximação entre gênero e surdez, pois, assim como as mulheres ouvintes são vítimas do sistema patriarcal, as mulheres surdas foram apagadas durante o percurso de sua existência.

(...) As identidades surdas são construídas dentro das representações possíveis da cultura surda, elas moldam-se de acordo com o maior ou menor receptividade cultural assumida pelo sujeito. E, dentro dessa receptividade cultural, também surge aquela luta política ou consciência oposicional pela qual o indivíduo representa a si mesmo, se defende da homogeneização, dos aspectos que o tornam corpo menos habitável, da sensação de invalidez, de inclusão entre os deficientes, de menos valia social. (PERLIN, 2004, p.77-78)

Do mesmo modo que ocorre na cultura dos ouvintes, a cultura de homens e mulheres surdas também resiste às desigualdades sociais e de gênero, às diferenças em oportunidades de trabalho, principalmente em relação a mulheres surdas. “Pelo fato de não ser capaz de ouvir, acreditava-se que o surdo não poderia ser educado. Tal concepção retirou do surdo todo e qualquer direito assegurado, condenando-o a viver à margem da sociedade” (COSTA, 2017, p.4). Isso ocorreu (e ainda ocorre) por falta de uma compreensão cultural

que ultrapassa a deficiência auditiva, pois, no universo dos surdos, há uma heterogeneidade tanto em identidade quanto em graus de surdez.

As mulheres surdas também enfrentam dificuldades culturais. Tal diferença está em como são distribuídas as oportunidades de acessibilidade entre homens e mulheres surdas, não muito distante do que ocorre com as mulheres ouvintes, na medida em que sempre lhes são oferecidas funções inferiores às de homens. Segundo Silva (2010), as mulheres surdas “hoje têm mais acesso à informação e aos estudos, ingressam no mercado de trabalho e ocupam bancos acadêmicos, podem optar pela maternidade, demonstram uma evolução.” (SILVA, 2010, p.4). De fato, é um cenário bastante relevante, apesar de incipiente, para o povo surdo e a mulher surda em especial.

Essas mobilizações têm colhido algumas representatividades, inclusive na mídia brasileira, dando ênfase a uma personagem surda em uma série de grande visibilidade, principalmente entre jovens e adolescentes, como visto em “Malhação”. Na história dos surdos no mundo, Strobel (2008b) afirma que a primeira atriz surda estreou no filme chamado “Filhos do silêncio” (1986), onde a atriz Marlee Matlin conquistou o Oscar de melhor atriz principal nos Estados Unidos.

Já no Brasil foi lançada, no ano de 2019, na Netflix, a série Crisálidas, gravado em Florianópolis com o apoio da Universidade Federal de Santa Catarina, abordando as dificuldades dos surdos e a diversidade de gêneros dentro da comunidade surda. Trata-se da primeira série de ficção em Libras e Português realizada no Brasil, que conta com a participação de surdos, homens e mulheres, em sua produção e elenco.

ANÁLISE E POSSIBILIDADES DE SENTIDO

Em *Malhação - Toda forma de amar*, a personagem é interpretada pela atriz Giovanna Rispoli (ouvinte)⁶ que faz o papel de surda. A cena analisada, transmitida pela rede globo no dia 21 de janeiro de 2020, passa-se na casa de Milena, pois o pai dela está viajando-a, momento em que ela aproveita a ausência do pai para ficar à vontade com seu namorado, Daniel, e amigos em comum. Durante a cena, Milena

6 - Embora a atriz seja ouvinte, como dito anteriormente, essa particularidade não implica mudança na produção de sentidos, haja vista que o que está em análise é a personagem e os sentidos construídos ao longo das cenas em que participa, não a condição da atriz perante a surdez.

encontra-se sentada com o namorado na sala, onde também se encontram Thiago e Jaqueline (irmã de Milena). Thiago então percebe a troca de carinho entre o casal e interfere, direcionando-se para Daniel: “Pega leve aí ó! O respeito com a menina”. Milena repreende Thiago por tratá-la daquela forma, em uma primeira análise, pela sua surdez. Na sequência, em função da censura de Milena, ele fica envergonhado, pede desculpas e promete que não vai mais interferir no namoro de sua cunhada.

Segundo Pêcheux (2014), existem duas formas de esquecimento: no primeiro, o sujeito acredita que o que ele fala é inédito, que nunca foi dito antes, isso de forma inconsciente. No segundo esquecimento, por sua vez, o sujeito não calcula que o enunciado pode produzir sentidos outros e/ou que podem ser interpretados de modos distintos do que ele imaginava/desejava; quando, contrariamente, dependerá do espaço e as condições dadas ao discurso, bem como às filiações ideológicas e posições assumidas perante certo discurso. É exatamente sobre esse esquecimento que se assenta as falas seguintes de Milena, foco da nossa análise.

Na cena em questão, analisaremos as formulações possíveis de dois enunciados da personagem, sublinhando o funcionamento discursivo articulado pela personagem surda ao defender-se. Buscaremos, com isso, descrever, a partir das condições de produção, os processos constitutivos que dão significação ao dito e ao não-dito, entre os locutores, como explica Orlandi (2015):

A constituição determina a formulação, pois só podemos dizer (formular) se nos colocamos na perspectiva do dizível (interdiscurso, memória). Todo dizer na realidade, se encontra na confluência dos dois eixos: o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). E é desse jogo que tiram seus sentidos. [...] O interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos. (ORLANDI, 2015, p. 31)

Baseando-se na tese de Orlandi, buscaremos compreender os processos de produção dos sentidos em torno do discurso sobre a mulher surda, sublinhado o funcionamento dos discursos produzidos na/pela história, o que torna possível distintas possibilidades de interpretação e significação por parte dos sujeitos. Feitas essas considerações, selecionamos duas SDs que correspondem ao discurso da personagem Milena:

SD 1: “Ele ia me tratar como uma pessoa **frágil, infantil e boba**, só porque sou surda...”

Diante desse registro, é possível dizer que, por um lado, os termos destacados possibilitam diferentes interpretações sobre a posição assumida pela personagem, que resultariam em dizer, possivelmente, que Milena reagiu sem firmeza ou estabilidade, que não possui instabilidade emocional, psicológica e que é uma pessoa “infantil”, isto é, que tem “postura de criança”. Leitura possibilitada pela escolha lexical, como “boba”, palavra que, “vem do verbo bobar e no verbo transitivo bobear, quer dizer ou fazer bobice.” (DÍCIO, 2020); ou seja, Milena, por ser uma adolescente, poderia, segundo o seu cunhado, não ter o “controle” sobre certas circunstâncias, impor respeito ao namorado etc. Por conseguinte, na ausência de seu pai, poderia precisar de alguém que lhe “defendesse”, no caso Thiago, o namorado de sua irmã.

Por outro lado, essas palavras acionam também uma compreensão de que, para a própria pessoa surda, a sociedade moderna, apesar das políticas de inclusão, trata o sujeito surdo como um incapaz, um alguém que precisa de uma “força maior” para proteger-se. O imaginário e preconceito aqui é fundado também no machismo em conjunto com a questão da surdez, o que é realçado pela própria personagem quando compara seu amigo à figura do pai, um personagem com ideias altamente machistas. Em ambos os casos, o que poderia ser admitido por uma parcela da população (inclusive por homens surdos e , talvez, mulheres surdas) como um “efeito de acolhimento” pode ser lido contraditoriamente como o funcionamento do machismo e do preconceito diante do surdo.

De acordo com a história dos surdos, Strobel afirma que “A humanidade tem toda a história de surdos para comprovar como os caminhos dos sujeitos surdos foram repletos de obstáculos, riscos e limitações. Os preconceitos, estigmas e estereótipos têm raízes historicistas e culturais”. (STROBEL, 2008, p.55). Essas diferenças na cultura entre ouvintes e surdos é acionada em discursos semelhantes ao de Thiago. Como afirma Orlandi (2007) “todo discurso já é uma fala que fala com outras palavras, através de outras palavras” (ORLANDI, 2007, p.15).

Desse modo, o sujeito mulher-surda carrega um estereótipo de imaturidade, alguém sem defesas por ser surda e por ser mulher,

pois, “o interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada.” (ORLANDI, 2015, p. 29). Assim, o simbólico produzido no enunciado de Milena comporta os casos de várias mulheres surdas que convivem com esse dilema e que, mesmo depois da adolescência, são vistas como indefesas, pois esses estereótipos criam uma significação marcante para a sociedade, afetando as mulheres surdas.

SD 2: “Eu sou uma espécie de fada ou de anjo”

Nessa sequência, observa-se o efeito metafórico promovendo uma articulação entre “estrutura e acontecimento” em que a língua falha, como cita Pêcheux (2008): “todo enunciado, toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico-sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar à interpretação” (PÊCHEUX, 2008, p.53).

Uma “fada” é um ser imaginário representado numa mulher dotada de poder sobrenatural ou ainda uma mulher notável pela graça, espírito e bondade. Notadamente associado aos contos infantis, este conceito, segundo Nelly Coelho (2000), tem na tradição o fato de que “as fadas são seres imaginários, dotados de virtudes positivas e poderes sobrenaturais”, ainda “beleza, bondade e a delicadeza no trato são suas características comuns” (COELHO, 2000, p.174). Logo, esse discurso reafirma algo já dito na SD1 que associa Milena a uma pessoa frágil, pelo fato de ser uma adolescente surda. Tem, assim, uma cena atravessada por discursos relacionados às diferenças físicas, mas também associadas ao sexo da personagem. Perfaz-se, com isso, uma memória em torno da fragilidade que a mulher “possui”, segundo a ótica machista de “proteção”, de modo que se observa que não está em jogo apenas a memória em torno da surdez, mas também do machismo e do patriarcalismo.

Importante observar também a expressão “anjo” que, no sentido figurado, grosso modo, trata-se de uma pessoa dotada de uma qualidade eminente, que se destaca em relação aos demais por suas boas características. No sentido literal-religioso, são seres celestiais e puros. A bíblia relata que os anjos são seres encarregados de proteger e/ou levarem uma mensagem e cumprir as ordens de Deus “e todos os anjos de Deus o adorem” (HEBREUS, 2003, 1:6). Os anjos não podem (ou não se têm registro) ter vida afetiva, são “santos”. Esses seres

celestiais citados 248 vezes na bíblia, são seres de luz que auxiliam Deus em vários serviços e possuem uma proximidade com Ele.

Para a AD, esse efeito é chamado de *pré-construído*, conceito produzido a Paul Henry (1992) que, segundo Orlandi, compreende “a impressão do sentido lá que deriva do já-dito, do interdiscurso e que faz com que ao dizer, já haja um efeito de já dito, sustentando todo dizer.” (ORLANDI, 2017, p. 21). Ou seja, o efeito de já dito no enunciado de Milena estrutura a posição de sujeito que ela ocupa: uma mulher surda que reitera impressões e preconceitos que a sociedade imputa à sua figura. Embora não nos deteremos sobre esse conceito, essa formulação se repete em paráfrases e atitudes opostas nas figuras de outros personagens presentes na cena, o que acena para possíveis futuras análises sobre essa ocorrência.

É importante dizer que esta regularidade em torno de associações da mulher surda a uma figura infantil e/ou delicada afirma-se a partir da memória discursiva da própria personagem, do interdiscurso, quando se nota, nas paráfrases possíveis, o estereótipo em relação à impossibilidade/incompatibilidade da vida sexual da garota não apenas por ser surda, mas também por ser mulher. Essa leitura é, em parte, historicizada pela afirmação Strobel (2008b), o qual descreve que

(...) para o Egito e Pérsia, os surdos eram considerados como criaturas privilegiadas, enviados dos deuses porque acreditavam que eles comunicavam em segredo com os deuses. Havia um forte sentimento humanitário e respeito, protegiam e tributavam aos surdos em adoração, no entanto, os surdos tinham vida inativa e não eram educados. (STROBEL, 2008, p.18)

Sobre o discurso de Milena, compreende-se o que defende Orlandi: “podemos dizer que o que dizemos tem relação com outros dizeres e que isto faz parte dos efeitos de sentido de nosso dizer” (ORLANDI, 2017, p.18). Em outras palavras, existe uma construção histórica inscrita ao logo dos séculos que associa a surdez à incapacidade social e a mulher a um “sexo frágil”. É o que se vê, por exemplo, também no discurso da personagem Tiago, em um enunciado descrito anteriormente (“*pega leve aí ó, o respeito com a menina*”) em que se aproximam, entre ditos e não-ditos, efeitos de sentido machistas e preconceituosos em relação à surdez, de modo que o discurso se repete mesmo em outro contexto temporal e social e em outras formas de dizer.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreendemos que, diante das condições de produção, o sujeito surdo é resultado dos discursos – sobretudo hegemônicos – que a sociedade produz. Esse discurso “se realiza através do complexo das formações ideológicas e, especificamente, através do interdiscurso intrincado nesse complexo” (ORLANDI, 2017, p.21). Dessa forma, constata-se que o discurso sobre o sujeito mulher-surda funciona como uma memória de dizeres que foram sendo construídos durante a história e, infelizmente, retomados a partir dessas memórias.

Na SD1 observamos o estereótipo sobre a figura de mulher-surda absolutamente ativo, proporcionando à personagem uma imagem fragilizada, enquanto na SD 2 temos o discurso que transforma a imagem de Milena em um ser delicado, em meio a uma memória do sobrenatural, do mítico. Perante esses efeitos de sentido, a personagem Milena refuta apenas retomando o não-dito do personagem Thiago em um tom de ironia. Nesta materialidade ideológica, encontram-se lugares de força e poder distintos; ou seja, de um lado, um discurso aparentemente protetor; e, de outro, a negação desse discurso.

De fato, as mulheres surdas são absolutamente capazes de interagir com outras culturas, possuem seus direitos como mulheres e como surdas, pois a surdez compreende uma diferença, e não uma incapacidade. E, embora a própria sociedade dificulte esse diálogo entre culturas diferentes, é inegável que os movimentos têm conquistado um espaço social. Em suma, existem vários estudos que retratam a dura realidade da história de resistência de mulheres surdas, porém sempre surgirão novos dizeres que, expostos aos dispositivos teóricos da AD, podem ser ressignificados, quantas vezes forem possíveis, pois, como diz Orlandi, “uma vez analisado, o objeto permanece para novas e novas abordagens. Ele não se esgota em uma descrição.” (ORLANDI, 2015, p. 62).

REFERÊNCIAS

- BÍBLIA. **Hebreus**. 2^a ed. revista e atualizada. Hagnos. São Paulo: 2003.
- COELHO, Nelly. **Literatura infantil: teoria análise, didática**. Moderna. São Paulo:2000.
- COSTA, da Rosa Peterson. **Mulher surda: lutas e trajetórias**. 2017.
- DÍCIO. In: **Dicionário online de português**. Porto. 7Graus, 2020. Disponível em < <https://www.dicio.com.br/boba/> > Acesso em: 27/08/2020.
- GLOBO. **Malhação: toda forma de amar**. Globo play. Disponível em: < <https://globoplay.globo.com/v/8254280/> > Acesso em: 10/03/2020.
- HENRY, Paul. **A ferramenta imperfeita: língua, sujeito e discurso**. Tradução Maria Fausta P. de Castro. Campinas: Editora da Unicamp, 1992.
- LAGAZZI, Suzy. **O desafio de dizer não**. Campinas, São Paulo: Editora Pontes, 1988. (p. 51-62).
- ORLANDI, Eni P. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. Editora da Unicamp. 6^a ed. Campinas- SP: 2007.
- ORLANDI, Eni. P. **Discurso em análise: sujeito, sentido e ideologia**. 3^a edição. Pontes editores. Campinas- SP: 2017.
- ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 12^o edição. Pontes editora. Campinas- SP: 2015.
- ORLANDI, Eni P. **Exterioridade e ideologia**. Cad. Est. Linguísticos. Campinas- São Paulo:1996. (p. 27- 33).
- ORLANDI, Eni P; LAGAZZI, Rodrigues, Suzy (Orgs.). **Introdução às ciências da linguagem: discurso e textualidade**. 3^a edição. Pontes editores. Campinas – São Paulo: 2017.
- ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. Editora Brasiliense. São Paulo:1985.
- PÊCHEUX, Michel. [Et al] In: ACHARD, Pierre. Et al. **Papel da memória**. José Horta Nunes (trad.). Editora Pontes.Campinas- São Paulo: 1999.
- PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Eni Puccinelli Orlandi (trad.). 5^o edição. Editora Pontes. Campinas- SP: 2008.
- PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**. Uma crítica a afirmação do óbvio. Tradução de Eni Orlandi [et. al]2^a ed. Editora da Unicamp. São Paulo: 2014.

REILY, Lúcia. **Escola Inclusiva:** linguagem e mediação. Editora Papirus. Campinas, SP: 2004.

SACKS, Oliver. **Vendo vozes:** uma jornada no mundo dos surdos. Editora Imago. Rio de Janeiro: 1997.

SILVA, Ivana Gomes da. **A mulher surda hoje:** novas formas de significar o movimento surdo. UFPEL. Pelotas: 2010.

STROBEL, Karin Lilian. **Surdos:** Vestígios culturais não registrados na história. Editora UFSC. Florianópolis: 2008.

STROBEL, Karin Lilian. **As imagens do outro sobre a cultura surda.** Editora UFSC. Florianópolis: 2008a.

STROBEL, Karin Lilian. **História da educação dos surdos.** Editora UFSC. Florianópolis: 2008b.



ANÁLISE DAS NOTIFICAÇÕES DE VIOLÊNCIA ESCOLAR PELA COMPANHIA INDEPENDENTE DE POLICIAMENTO ESCOLAR DA POLÍCIA MILITAR DO PIAUÍ¹

Lia Altamir Sousa Barradas²
Cássio Eduardo Soares Miranda³

INTRODUÇÃO

A temática da violência na escola tem sido muito discutida, porém pouco se encontrou na literatura acadêmica pesquisas voltadas para as notificações dos casos de violência registrados pela Polícia Militar. A presente pesquisa, com orientação de Miranda (2018), tem como objetivo analisar as ocorrências de casos de violência notificados pelo Batalhão Escolar da Polícia Militar do Piauí ocorridos nas escolas públicas de Ensino Médio de Teresina. A questão norteadora da investigação está centrada no seguinte ponto: Quais as principais formas de violência presentes nas escolas de Ensino Médio de Teresina, notificadas pela Companhia Independente de Policiamento escolar da Polícia Militar do Piauí, no período de 2016, 2017 e 2018?

A polícia militar no meio escolar desenvolve um trabalho ostensivo e preventivo de acordo com as necessidades das escolas, por meio de parceria com os gestores da educação, docentes e a comunidade escolar. Através da sua atuação procura identificar os tipos de notificações de violência em Teresina e como a problemática se apresenta dentro da escola. Porém, os dados a Pesquisa Nacional sobre a Saúde do Escolar (PENSE, 2015) demonstram uma complexidade com relação aos tipos de crimes, o que obriga o pesquisador a apreciar com olhar analítico os fatores que geram a violência e causam problemas de saúde e de segurança no ambiente da escola. Nos anos de 2009 e 2012, na pesquisa nacional foram identificados os casos

1 - Trabalho apresentado no GT Discurso, violência e subjetividade do III Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Graduada em Pedagogia da Universidade Federal do Piauí e discente em caráter especial do Mestrado em Sociologia – PPGS/UFPI. Teresina-PI. Endereço eletrônico: liaaltamir@yahoo.com.br

3 - Professor Orientador da Universidade Federal do Piauí - PIBIC/UFPI. Teresina-PI. Endereço eletrônico: cassioedu@ufpi.edu.br

de discriminação, violência, negligência, exploração de crianças e jovens, como também agressão e crueldade.

Ao estudar o contexto de Teresina e a relação com dados nacionais dos casos violentos citados, as notificações demonstram que as escolas públicas estaduais são ambientes de vulnerabilidade social, o que dificulta a atuação dos profissionais de Educação do Ensino Médio de Teresina. A violência é evidenciada como um fenômeno social que atinge a comunidade escola, sendo reflexo dos dados apresentados pelas pesquisas nacionais de saúde na escola, como também os crimes relatados pelos levantamentos em números disponibilizados pela CIPE, são a expressão de como atos criminosos ocorrem e vão desde agressões físicas, preconceitos, discriminações, intimidações psicológicas que causam traumas e danos a psique das pessoas, sendo representadas de diversas maneiras. Os números da violência na escola são uma demonstração significativa do crescimento dos índices no sistema educacional, e para os motivos são necessários analisar quais os crimes que mais apresentam ocorrências dentro do contexto escolar.

A violência é uma realidade presente no cotidiano das escolas, por isto a necessidade da realização de ampla pesquisa por ser uma temática difícil para levantamento de dados, pois com base nos estudos da Psicanálise, é um estudo muito complexo para entender a origem da violência, assim a necessidade do embasamento teórico a luz Freud (1925-1926) e Lacan (1946) para analisar os motivos da violência, como ela se manifesta se é devido o desejo de pulsão por morte, e suas conexões com a realidade dos indivíduos que ao serem afetados por tal violência podem vir desenvolver alguns transtornos de natureza psíquica. A literatura científica que discute a violência com base em Freud e Lacan que teoriza como relação a sua manifestação.

É importante frisar que no Piauí a nomenclatura organizacional do policiamento escolar é Companhia Independente de Policiamento escolar – CIPE da Polícia Militar do Piauí - PM/PI, fornecidos por meio de seu sítio na internet faz uma breve apresentação da sua criação foi por meio da Lei Estadual número 6.199, de 27 de março de 2012, que sua estrutura organizacional é responsável pelo policiamento preventivo e ostensivo das escolas públicas com circunscrição em todo Estado. (PIAUI, 2012). Portanto, sua participação no projeto é uma análise dos seus dados com objetivo e com base na psicanálise

estudar como a violência afeta a saúde mental dos jovens do ensino médio e toda a comunidade escolar.

As notificações de violência a partir da pesquisa sobre como é identificada pelo policiamento escolar da Polícia Militar no Brasil

A escola em períodos passados era ambiente imune da violência, quando ocorria havia intervenções efetivas e por muitas vezes rígidas pela própria direção escolar. No entanto hoje a realidade é outra que resultou no aumento de casos violentos que se deve ao ambiente escolar hostil, levando a gestão pública escolar e a comunidade exigir do Estado obrigação de dar suporte ou anteparo policial quando necessário e solicitado pela direção da escola, pois esta não consegue resolver de forma incisiva as ocorrências. A violência dentro da ultrapassou seus limites, e os gestores por não saber lidar com distúrbios violentos, buscou a segurança pública, assim, passando a responsabilidade para esta de solucionar o problema que extrapolou a preparação dos profissionais de Educação, que pedir ajuda e por não conseguir contornar o problema resolveram chamar a polícia, ou seja, a sensação de insegurança chegou à escola.

Ao estudar os teóricos como Lacan (1948) no que diz respeito à violência e agressividade se dar conta que ocorre oposição, devido não haver semelhanças não há identificação e nem estruturação para se identificar as respostas da necessidade do Estado usar o policiamento para dar novamente a sensação de segurança dentro da escola. Como a agressividade se expressa e a comparação com a violência? Tornou-se uma questão relevante na necessidade de descrever as principais formas de ocorrência de violência nas escolas públicas estaduais do ensino médio em Teresina.

Na análise das notificações de violência escolar no Piauí pela Companhia Independente de Policiamento Escolar, desde 2012, (PIAUI, 2012), que é conhecido pela sua abreviação de CIPE. Sendo que até o ano de 2012 era chamado por Pelotão Escolar, cuja sua origem é do ano de 1992, portanto no ano de 2019, completa 27 anos de existência.

Por este motivo se tornou o objetivo central desta pesquisa, devido encontrar poucos dados sobre como a violência se manifesta no meio escolar, buscou-se estudar as notificações da Polícia Militar para entender o porquê da necessidade de companhia de policiamento

escolar na cidade de Teresina e como o viés da violência se tornou um evento de notificação da educação, e da saúde mental, sendo o CIPE um dispositivo de grande relevância para estruturar combate à violência nas escolas. Segundo o IBGE:

As crianças, os adolescentes e jovens estão entre as principais vítimas da violência na vida cotidiana, sendo está à primeira causa de morte dos adolescentes e jovens brasileiros. Destaca-se, também, que adolescentes e jovens estão entre os principais autores de agressão. (PENSE 2009, p.36).

Quando se analisam os dados da Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar realizada pelo IBGE em 2009 ver que a criança e o adolescente em idade escolar estão entre as principais vítimas da violência e uma das formas que o Estado encontrou para combater de forma ostensiva e preventiva foi colocar o aparato policial também presente na escola.

No entanto, com o aumento da violência na escola é demonstrado como reflexo no ambiente escolar e fazendo com que o Estado tomasse providências através do seu aparelho repressor ostensivo que a polícia militar para dar suporte ou anteparo policial quando a gestão escolar necessitar de apoio para resolver conflitos violentos. Quando se pesquisa a violência se descobre que vários são seus motivos e a direção escolar quando chama a PM é por que não consegue resolver de forma incisiva os conflitos, e neste observasse que os atos violentos já ultrapassaram dos limites da escola, e os gestores ao não dar conta do problema, solicitam a ajuda da polícia, por não conseguirem resolver de forma mediadora o problema. Ou seja, a sensação de insegurança chegou à escola.

Segundo Giordani, ao estudar violência na escola segundo a percepção de alunos e professores na escola pública na cidade de Porto Alegre – RS, devido existir quatro categorias discursivas de violência: violência entre os pares, violência entre alunos e professores, violência extramuros e as ações de enfrentamento. Isto se faz refletir que sobre os casos de conflito, pois a escola deveria ser considerada ambiente “imune da violência”, porém as crianças e os adolescentes estão expostos atos violentos, devido as desigualdades sociais. O ambiente escolar deveria educar e proteger de qualquer tipo de violência, e quando ocorresse algum conflito era dever e obrigação do gestor escolar a realização de intervenções pela própria direção escolar para resolver os problemas tomando medidas cabíveis para

proteger e educar os adolescentes. Porém não é isto que ocorre segundo dados do UNICEF (2012) a escola é ambiente hostil, segundo a autora, podendo ser considerado violento para a população jovem e com práticas excludentes que geram violência contra os adolescentes. (GIORDANI; SEFFNER; DELL'AGLIO. 2017. p. 104).

Outro ponto que chama atenção na pesquisa é a respeito da ausência divulgação nos meios de comunicação dos dados de notificações de violência nas escolas de Teresina, devido segundo a gestão do policiamento escolar a midiaticização pode causar evasão escolar nas escolas que podem apresentar este problema. A gestão pública em educação tem divulgado nos meios de comunicação que a militarização na escola seria uma medida preventiva para evitar atos criminosos, e pontuar que uma das bandeiras do poder estatal para higienização da escolar para evitar violência e aumento das notícias negativas que tratam sobre o assunto na mídia. E como também ao identificar as escolas com os maiores índices de ocorrências de violência registradas tem buscado resolver o problema, quando constata o aumento de determinadas ocorrências, quais as estratégias são utilizadas para evitar tais ocorrências de violência.

Um ponto que chama atenção no aumento da violência é a pesquisa realizada com apoio das Organizações das Nações Unidas – ONU, com relação ao aumento das notificações de violência em todo mundo, como relata a reportagem que aponta que quase um terço dos estudantes no mundo já sofreu algum tipo de intimidação psicológica ou violência física no mês de dezembro de 2019.

Quase um em cada três estudantes, ou 32%, foi intimidado na escola pelo menos uma vez no último mês. A mesma proporção foi vítima de violência física, segundo a pesquisa “Por trás dos números: Acabar com a violência escolar e bullying”. O estudo foi divulgado esta terça-feira pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura, UNESCO, no Fórum Mundial de Educação. (ONU, p. 01, 2019)

A violência está muito relacionada para campo físico mais comum na maioria dos casos com os alunos do sexo masculino, segundo a ONU, estando atrelado ao dano físico mais comum entre os meninos em várias partes do mundo. Já com relação às meninas a violência psicológica, assédio e a opressão atingem mais os alunos do sexo feminino podendo ser usados meios de comunicações como

internet e telefone móvel como meio de atingir as vítimas. Porém muitos destes casos não são reconhecidos como violência, pois não são notificados e quando não são nomeados, isto faz lembrar Lacan na sua obra sobre Psicanálise (1946; 1948), que não existe reconhecimento das ocorrências, pois quando não se nomeia, não se cria, por tanto a necessidade de colocar a nomeação para o reconhecimento do dado da violência no ambiente escolar.

Para Sastre, quando ele fala do curso de Pedagogia a importância de introduzir nas suas disciplinas básicas da UNIFESP, a necessidade fazer a relação da Psicanálise e a Pedagogia para estudar as relações sociais e os impasses contemporâneos que a Escola vem sendo confrontada, e a violência esta inserida neste contexto nas relações professores, alunos, gestão e toda comunidade escolar.

A UNIFESP - Universidade Federal de São Paulo, no curso de Pedagogia oferece a disciplina “Psicanálise e Educação”. Objetiva introduzir o aluno às principais reflexões, discussões e articulações sobre a relação entre a Psicanálise e a Educação, tais como: contribuições da Psicanálise às instituições escolares e análise dos impasses da educação contemporânea, relação professor-aluno, inclusão escolar das crianças com “necessidades educativas especiais”, (in) disciplina e violência na escola e sexualidade na escola. (SASTRE, pg.13).

Outra forma de violência que passou a ser notificada após ter sido nomeada são os casos de bullying, que antigamente eram conhecidos popularmente como “caça conversa”, e as formas que atinge as meninas e os meninos nas escolas passou a ser tratado como violência, devidos os danos casados a médio e longo prazo na vida de quem é vítima de tal ato, que antes era aceito culturalmente, mas depois de muitas pesquisas comprovou que pode ser traumático e causar danos psíquicos ao longo da vida escolar e na idade adulta por ser sentimento recalcado.

Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), o Brasil é dos países que mais existe violência e maus-tratos em vários países sendo que o Brasil apresenta índices alarmantes.

A violência é um fenômeno que se materializa nas relações constituídas de forma desigual, estando as vítimas frequentemente em situação de desvantagem social e/ou física, com maior incidência em classes populares, moradores

de periferias urbanas e regiões de baixo desenvolvimento socioeconômico⁹.

Situações de violência perpetradas contra crianças e adolescentes atentam contra as regras sociais de responsabilização dos adultos pelos menores e contraria o que se preconiza no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). (COSTA; MIRANDA, 2018, p. 01.).

Estes questionamentos são muito presentes nas rodas de debates do grupo de estudo de Miranda (2018) que a temática dos casos de violência estão presentes quando discutidos os dados da Organização Mundial de Saúde e de outras organizações que usam dados econômicos e sociais para fazer levantamento destes dados.

De acordo com a Organização Mundial da Saúde (2016), o Brasil é o país com as maiores estimativas de maus-tratos contra crianças no mundo. O dado é do estudo *“The Influence of Geographical and Economic Factors in Estimates of Childhood Abuse and Neglect Using the Childhood Trauma Questionnaire: A Worldwide Meta-Regression Analysis”*, divulgado na *“Child Abuse and Neglect”*, publicação oficial da *International Society for the Prevention of Child Abuse and Neglect*, vinculada à Organização das Nações Unidas e à Organização Mundial de Saúde (OMS). Foram pesquisados dados de abuso sexual, físico e emocional e negligência física e emocional publicado em cerca de 30 países. Os dados alarmantes chamam atenção das variadas políticas públicas que se ocupam da infância e juventude, mas, de modo especial, convoca a psicanálise ao debate, pensando na premissa lacaniana de que “deve renunciar à prática da psicanálise todo analista que não conseguir alcançar em seu horizonte a subjetividade de sua época”. (MIRANDA, 2018.).

Segundo Bento (2015) o contexto social que a sociedade escolar está inserida apresenta os motivos da necessidade do policiamento escolar. Segundo o autor português identifica o porquê do Batalhão de Policiamento Escolar na realidade portuguesa:

No contexto português, o policiamento escolar exige, de momento, um estudo qualitativo aprofundado que levante as primeiras pistas sobre a sua natureza e constituição. O Programa Escola Segura tem ganho crescente protagonismo desde que foi criado em 1992, constituindo atualmente a principal solução governamental para o problema da insegurança em meio escolar. (BENTO, 2015, p.1).

Sua abordagem teórica faz o recorte sobre o projeto escola seguro desenvolvido em Portugal para prevenir e evitar o problema da insegurança no meio escolar, como também prevenção da violência. A princípio em Portugal modelo de repressão é reativo como é colocando pelo autor, porém houve a necessidade de existir “o policiamento de proximidade traduziu-se num conjunto de programas especializados que coexistem com um panorama mais geral de prevalência do modelo reativo de policiamento”. (BENTO, 2015, p.8).

Um ponto que chama atenção no aumento da violência é a pesquisa realizada com apoio das Organizações das Nações Unidas – ONU, com relação ao aumento das notificações de violência em todo mundo, como relata a reportagem que aponta que quase um terço dos estudantes no mundo já sofreu algum tipo de intimidação psicológica ou violência física no mês de dezembro de 2019.

Quase um em cada três estudantes, ou 32%, foi intimidado na escola pelo menos uma vez no último mês. A mesma proporção foi vítima de violência física, segundo a pesquisa “Por trás dos números: Acabar com a violência escolar e bullying”. O estudo foi divulgado esta terça-feira pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura, UNESCO, no Fórum Mundial de Educação. (ONU. 2019. p. 01)

A violência está muito relacionada para campo físico mais comum na maioria dos casos com os alunos do sexo masculino, segundo a ONU, estando atrelado ao dano físico mais comum entre os meninos em várias partes do mundo. Já com relação às meninas a violência psicológica, assédio e a opressão atingem mais os alunos do sexo feminino podendo ser usados meios de comunicação como internet e telefone móvel como meio de atingir as vítimas.

Quando analisam outras pesquisas sobre violência Kaufmanner (2014) procura identificar o porquê da violência, então faz um paralelo sobre o que Freud nos seus estudos sobre as indagações de Einstein e quando ele deixou de lado a questão do Direito e do Poder passou a ver outra perspectiva a ser estudada que foi a violência. O interessante que o teórico estudado fez uma análise do que seria a realidade da violência a partir dos estudos e o contexto inserido por Freud, assim relacionando o entendimento de Kaufmanner que interpretou seus estudos analisando da seguinte forma sobre Freud:

Modificando a proposição que lhe foi apresentada, ele resolveu não se ocupar da intimidade entre Direito e Poder, mas, ao inserir no lugar desse último a palavra “nua e crua” da Violência ele abriu um novo campo para articular suas ideias. Freud explica que, aparentemente, haveria uma antítese entre direito e violência e que, contrariamente, a esta aparência inicial, ele se ocuparia em demonstrar que na verdade um derivava do outro. (KAUFMANNER, 2014, p.01)

Para Ferrari (2006) faz uma análise da diferenciação sobre agressividade e violência com pensamento de Freud quando relata a violência é inerente a sua condição humana, quando diz:

A base da crueldade, para Freud, é o egoísmo, próprio de toda satisfação sexual biológica. Sendo dessa ordem, a crueldade não supõe consideração ao outro. Originando-se nas fases pré-genitais da libido, quando ainda não se formou a compaixão pelo sofrimento do outro, e obedecendo ao impulso de apreensão do objeto, a crueldade favorece a passagem ao ato. Daí o valor atribuído por Freud à adolescência, por ser um período importante, um momento privilegiado de identificação que favorece a humanização dos adultos. Ele não deixa de considerar, no entanto, que existem situações nas quais se constata tendência à crueldade no adulto; principalmente, no adulto masculino. O sadomasoquismo é exemplo do fracasso da compaixão social, fracasso da inibição da crueldade, que faz com que a dor do outro traga prazer e mostre uma divisão subjetiva entre a intenção destrutiva e a tendência ao castigo. (FERRARI, 2006, p.54)

Com a modernização os estudiosos sobre o assunto da violência passaram a nomear toda forma de violência que antes não era notificada e era um padrão aceitável de comportamento da sociedade, por não ser existir, e com a modernidade passou a determinar padrões de comportamento e de quebra a agressividade passou a ser estudada e promoveu o reconhecimento através do conhecimento dispositivo simbólico que depende ou não de como tais situações atinge a condição de sujeito e sua estrutura social para combater a violência, a polícia militar dentro deste universo vem como o pacificador no universo da celeuma que a violência causou dentro do ambiente escolar, pois o diretor perdeu sua autoridade dentro da escola para a violência na linguagem da hierarquia dentro desta estrutura. Que Segundo Ferrari, Lacan faz um estudo profundo na sua obra.

Não foi sem sentido que Lacan esteve, então, sempre procurando o que seria o possível elemento pacificador dessa paranóia estrutural, o que permitiria aos homens viverem juntos, estando separados. Abordou a função sublimatória da identificação e depois deixou ao simbólico o papel de pacificar a paranóia, a agressividade imaginária. Ao escrever *O avesso da psicanálise* (1969-1970/1992), a pacificação surge pela necessidade de respeitar o significante mestre. Interessante é não esquecer que Lacan dava uma dupla função ao significante mestre: a de pacificação, mas também de uma violência, que é própria da linguagem (isso será comentado adiante). Nessa pacificação da tensão imaginária, agressiva, são encontradas, então, as vicissitudes do Édipo e os efeitos do ideal do eu. Isso porque o sujeito, dividido pelo semelhante, se sente agredido e agressor, inclusive de si próprio. O supereu, nessa circunstância, nada mais é que a expressão da divisão do sujeito contra ele mesmo. (FERRARI, 2006, p.57)

Ao estudar Lacan (1946) toda tentativa de colonização do outro é negação da autoridade, e dentro da escola ocorre a demonstração desta rede de significantes que podem ser recalcadas e no caso da violência isto não pode ocorrer, pois estar ligado ao real, ou seja, ato violento se tornou um mergulho no real, e passou ser um ritual de ressignificação para escrever o real da pulsão como objetivo simbólico, assim, tornando-se um sintoma social tão relevante que tem causado muitos problemas dentro da escola que tem ultrapassado o poder e a autoridade do gestor escolar de resolver, com isto foi necessário recorrer as forças de segurança para buscar através do aparato policial a busca da resolução de tais problemas que afetam tantas pessoas dentro e fora da escola.

Existe atualmente no Brasil policiamento escolar em vários Estados da Federação com projetos voltados para Escola e Polícia como é o caso do Instituto Sou da Paz no Estado de São Paulo que tem uma publicação digital chamada Caderno Polícia e Escola que relata a experiência do projeto com a comunidade e como se fosse um material informativo. O interessante que apresenta o trabalho da polícia voltada para ações preventivas para evitar violência e trabalhar a questão da paz, este projeto foi realizado pela Secretaria de Estado de Direitos Humanos com objetivo abordarem a questão da violência na escola. (INSTITUTO SOU DA PAZ, Caderno Polícia e Escola, 2002).

Tendo como embasamento teórico o Instituto Sou da Paz o livro violência na escola de Claire Colombier e Gilbert Mangel (1989), que foi uma das primeiras publicações sobre violência na escola e como foi abordada esta temática do ponto de vista das instituições pedagógicas.

Para Oliveira (2008) que estudou a policialização da violência em meio escolar partiu das experiências da Polícia Militar do Estado de Minas Gerais entre os anos de 1988 e 2017, verificando como era a relação da polícia e da gestão com relação ao debate sobre a violência na escola sendo uma ação por parte do poder público para coibir o avanço da violência devido a forma diferenciada que os casos violentos se apresentaram nas escolas públicas de Minas Gerais. (OLIVEIRA, 2008, p.14)

Para Ferrari (2006) faz uma análise da diferenciação sobre agressividade e violência com pensamento de Freud quando relata a violência é inerente a sua condição humana, quando diz:

A base da crueldade, para Freud, é o egoísmo, próprio de toda satisfação sexual-biológica. Sendo dessa ordem, a crueldade não supõe consideração ao outro. Originando-se nas fases pré-genitais da libido, quando ainda não se formou a compaixão pelo sofrimento do outro, e obedecendo ao impulso de apreensão do objeto, a crueldade favorece a passagem ao ato. Daí o valor atribuído por Freud à adolescência, por ser um período importante, um momento privilegiado de identificação que favorece a humanização dos adultos. Ele não deixa de considerar, no entanto, que existem situações nas quais se constata tendência à crueldade no adulto; principalmente, no adulto masculino. O sadomasoquismo é exemplo do fracasso da compaixão social, fracasso da inibição da crueldade, que faz com que a dor do outro traga prazer e mostre uma divisão subjetiva entre a intenção destrutiva e a tendência ao castigo. (FERRARI, 2006, p.54)

Com a modernização os estudiosos sobre o assunto da violência passaram a nomear toda forma de violência que antes não era notificada e era um padrão aceitável de comportamento da sociedade, por não ser existir, e com a modernidade passou a determinar padrões de comportamento e de quebra a agressividade passou a ser estudada e promoveu o reconhecimento através do conhecimento dispositivo simbólico que depende ou não de como tais situações atinge a condição de sujeito e sua estrutura social para combater a violência, a polícia

militar dentro deste universo vem como o pacificador no universo da celeuma que a violência causou dentro do ambiente escolar, pois o diretor perdeu sua autoridade dentro da escola para a violência na linguagem da hierarquia dentro desta estrutura. Que Segundo Ferrari, Lacan faz um estudo profundo na sua obra.

Não foi sem sentido que Lacan esteve, então, sempre procurando o que seria o possível elemento pacificador dessa paranóia estrutural, o que permitiria aos homens viverem juntos, estando separados. Abordou a função sublimatória da identificação e depois deixou ao simbólico o papel de pacificar a paranóia, a agressividade imaginária. Ao escrever *O avesso da psicanálise (1969-1970/1992)*, a pacificação surge pela necessidade de respeitar o significante mestre. Interessante é não esquecer que Lacan dava uma dupla função ao significante mestre: a de pacificação, mas também de uma violência, que é própria da linguagem (isso será comentado adiante). Nessa pacificação da tensão imaginária, agressiva, são encontradas, então, as vicissitudes do Édipo e os efeitos do ideal do eu. Isso porque o sujeito, dividido pelo semelhante, se sente agredido e agressor, inclusive de si próprio. O superou, nessa circunstância, nada mais é que a expressão da divisão do sujeito contra ele mesmo. (FERRARI, 2006, p.57)

Para Lacan toda tentativa de colonização do outro é negação da autoridade dentro da escola demonstra uma rede de significantes que podem ser recalçadas e no caso da violência isto não pode ocorrer, pois estar ligado ao real, ou seja, ato violento se tornou um mergulho no real, e passou ser um ritual de ressignificação para escrever o real da pulsão como objetivo simbólico, assim, tornando-se um sintoma social tão relevante que tem causado muitos problemas dentro da escola que tem ultrapassado o poder e a autoridade do gestor escolar de resolver, com isto foi necessário recorrer à força de segurança para buscar através do aparato policial a busca da resolução de tais problemas que afetam tantas pessoas dentro e fora da escola.

Portanto, a relevância da pesquisa é para conhecer os tipos de ocorrências mais frequente nas escolas. A polícia militar e a secretária de educação do estado do Piauí por meio de parcerias desenvolvendo um trabalho de prevenção, como também de um policiamento escola ostensivo. Essa pesquisa está vinculada ao um projeto maior que é: análise das manifestações de violência escolar: identificação, caracterização e percepção.

A pesquisa utilizando destes dados quantitativos fornecidos pela Polícia Militar do Estado do Piauí, como elementos que serviram para analisar e identificar para além de estudos psicanalíticos privilegiando Freud e Lacan, organizações institucionais e autores contemporâneos ligados à Educação, a segurança pública e a subjetividade. Tratou – se de um estudo exploratório, cuja finalidade era investigar as principais formas de violência presentes nas notificações de atos violentos nas escolas públicas de Teresina.

Na perspectiva dos dados qualitativos, segundo Gomes (2011), busca compreender os casos violentos notificados, além de conhecer como trabalha a polícia militar. A análise qualitativa só foi possível por meio destes documentos interno, servindo base para realização deste artigo que foi desenvolvido como Iniciação Científica Voluntária – ICV/ PIBIC, possibilitou conhecer as estatísticas e de como a Companhia Independente de Policiamento Escolar – CIPE trabalha para solucionar o problema da violência juntamente com a Gestão Educacional no Piauí, e a Segurança Pública ostensiva da Polícia Militar.

METODOLOGIA E RESULTADO DAS DISCUSSÕES

Os resultados deste estudo a existência de vários pelotões de policiamento escolar espalhados pelo Brasil e todos foram criados devido à necessidade de se combater a violência dentro da escola. Já que as gestões escolares não estavam preparadas para reverter o problema por meio de sua autoridade e perderam o poder de punir com relação aos alunos que agem de forma violenta. Tendo como referência os índices de violência do Brasil que aparecem em primeiro lugar entre os países pesquisados pela “Organização para a Cooperação e desenvolvimento Econômico”, como foi identificado pelos pesquisadores Garrido e Filpo (2018).

Os resultados e a discussão apresentam os números de dados internos das ocorrências notificadas pela Polícia Militar, sendo que estes números são de verificação dos gestores e comando da Companhia para desenvolver estratégias que evitem ou minimizem tais ocorrências. Assim, tendo uma relação efetiva para trabalhar formas de solucionar a violência que se apresenta no ambiente escolar, portanto, ser importante buscar a paz na escola e dar tranquilidade aos gestores, professores e alunos no diz respeito o combate da violência.

A fonte de dados principal a tabela e gráfico desta pesquisa foram fornecidas pela Companhia Independente de Policiamento Escolar – CIPE, como demonstra a tabela a seguir:

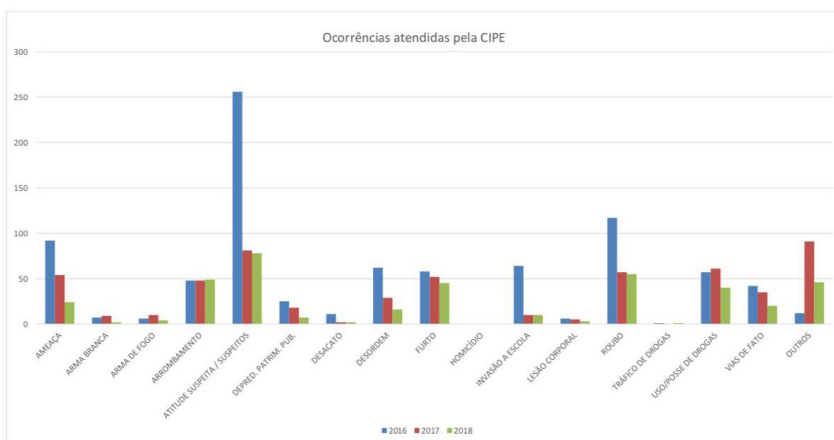
Figura 1: Tipos de crimes mais notificados pela Companhia de Policiamento Escolar

TIPOS DE OCORRÊNCIAS	2016	2017	2018	TOTAL POR CRIME	%
AMEAÇA	92	54	24	170	9,30%
ARMA BRANCA	7	9	2	18	0,98%
ARMA DE FOGO	6	10	4	20	1,09%
ARROMBAMENTO	48	48	49	145	7,93%
ATTITUDE SUSPEITA / SUSPEITOS	256	81	78	415	22,70%
DEPRE. PATRIM. PUB.	25	18	7	50	2,74%
DESACATO	11	2	2	15	0,82%
DESORDEM	62	29	16	107	5,85%
FURTO	58	52	45	155	8,48%
HOMICÍDIO				0	0,00%
INVASÃO A ESCOLA	64	10	10	84	4,60%
LESÃO CORPORAL	6	5	3	14	0,77%
ROUBO	117	57	55	229	12,53%
TRÁFICO DE DROGAS	1		1	2	0,11%
USO/POSSE DE DROGAS	57	61	40	158	8,64%
VIAS DE FATO	42	35	20	97	5,31%
OUTROS	12	91	46	149	8,15%
TOTAL	864	562	402	1828	100,00%

Fonte: CIPE

No decorrer da pesquisa ao realizar o levantamento dos dados foi possível verificar os tipos de crimes que a CIPE notificou durante os anos de 2016, 2017 e 2018 e que foram apresentados conforme a tabela e foi desenvolvida a metodologia para identificar os tipos de crimes e a relação entre os anos como estão apresentados nos resultados. Os dados coletados diretamente com a Companhia Independente de Policiamento Escolar – CIPE proporcionou a visualização demonstrativa dos índices nos anos citados.

Figura 2: As ocorrências atendidas pela CIPE.



Fonte: CIPE.

Na análise dos dados houve a necessidade de realizar uma avaliação de cada ano como está descrita a baixo nos gráficos e na tabulação. Os gráficos são comparativos e ilustrativos desta pesquisa, sendo que houve a preocupação de identificar de forma a chamar atenção para os casos notificados conforme é registrado pela Companhia Independente de Policiamento Escolar – CIPE.

Os resultados e a discussão desta pesquisa apresentam um estudo dos dados internos das ocorrências notificadas pela Polícia Militar. Tendo como base os números e os crimes que estão relacionados pelo policiamento escolar que se tornou importante para buscar a paz na escola e dar tranquilidade aos gestores, professores no diz respeito o combate da violência.

Daí ao observar como torna toda a questão da violência e de como ela prejudica o andamento da vida escolar da comunidade, demonstra-se a importância das políticas públicas que trabalham com a prevenção como colocou o comando do Policiamento da Polícia Militar.

Constata-se por meio da análise dos dados que é importante tal policiamento escolar para o combate da violência de forma efetiva e não paliativa, e que os professores e gestores estejam atentos e chamem a polícia a qualquer sinal suspeito. Infelizmente, tornou-se um trabalho difícil para a Polícia Militar devida o contingente destinado para as escolas públicas possui poucos homens para atender universo de mais de 173 escolas públicas estaduais e 304 escolas da rede municipal de educação de Teresina.

A discussão não acaba aqui no campo da educação pública, da saúde mental das crianças e jovens que fazem parte do sistema educacional do Estado do Piauí, é de suma importância discutir sobre violência, identificar os casos e como se pode trabalhar de forma efetiva para que este problema que já notificado como uma doença que afeta tantos os professores, os discentes e a gestão educacional, devendo ser estudado a fundo e trabalhar de forma desenvolver projetos como este que possibilite desenvolvimento de trabalhos voltados a melhorar a vida das pessoas.

CONCLUSÃO

A temática da violência na escola é complexa e leva a reflexão de quais estratégias são mais efetivas, ela demanda estudo, análise de dados, ações efetivas e planejamento estratégico que envolve toda a comunidade escolar. É uma temática importante as notificações possibilitam ter uma base de dados para conhecer os tipos de ocorrências com maiores números de notificações, este dados disponibilizados pela CIPE só foram possível ser conseguidos com o Comandante da Companhia de Policiamento Escolar, que foi muito prestativa e demonstrou muito interesse apresentar os dados por achar importante pesquisar para se identificar os impactos que a violência dentro da escola.

Já para nós pesquisadores conhecer os dados, cujo não são disponibilizados nos meios de comunicações oficiais, pela necessidade de se evitar evasão escolar, analisando pelo viés educacional e da saúde pública, a violência causa muitos prejuízos a sociedade como um todo, mas a escola que antes era considerada um ambiente seguro, hoje não mais, evidenciado pelas notícias diárias divulgadas nos meios midiáticos, causado danos a saúde mental das crianças e dos adolescentes, dos profissionais de Educação e toda a comunidade escolar.

Ao estudando com olhar da psicanalise, atendo como teóricos norteadores Lacan e Freud, além da orientação de outras fontes de pesquisa foi possível compreender como a violência se manifesta dentro da Escola, e a partir de outras pesquisas desenvolvidas no Brasil e em Portugal fazer uma comparativo dos casos de violência.

Verificou-se a latência da violência registrada no Brasil, no período dos três anos pesquisados, possibilitando identificar a necessidade de políticas públicas dentro das escolas e suas comunidades para diminuir ou erradicar da nossa sociedade este mau que tem nos assombrado nas ultimas décadas. O que demonstra a preocupação por parte dos gestores e da Policia Militar de buscar meios preventivos de diminuir os números da violência.

Porém não é fácil com poucos recursos destinados a prevenção, a busca de soluções efetivas, através das operações pontuais, ainda estão longe de diminuir este dados, é necessário trabalho conjunto dos gestores da Educação, com reuniões, palestras com a comunidade escolar. Os diretores e coordenadores das escolas, devem trabalhar

em conjunto e ter uma conexão direta com o trabalho preventivo da CIPE.

Neste trabalho foi possível verificar que a Companhia Independente do Policiamento Escolar – CIPE, aqui no Estado do Piauí tem esta nomenclatura, não é conhecido como Batalhão, como ocorre em outros Estados brasileiros. Que não existe uma autonomia para escolha do seu comando, pois está vinculado diretamente o Quartel General da Polícia Militar, órgão de segurança pública.

Houve constatação por meio da análise dos dados que é um trabalho árduo e constante, pois sempre que eu como pesquisadora buscava conversar com o Comandante ele estava em reunião com gestores ou realizando operações nas escolas de combate e prevenção da criminalidade no ambiente escolar.

Assim, sendo de iniciativa do comando da CIPE a orientação dos gestores como importante ter este olhar para segurança preventiva, a qualquer sinal de algo suspeito dentro da escola, já fazer o alarme, não ter medo, buscar o diálogo com os alunos, para colaborar com as ações preventivas. E com esta atitude chamar o policiamento escolar sempre que achar necessário para evitar forma ostensiva, problemas maiores que gerem crimes ou violência dentro das escolas.

REFERÊNCIAS

BENTO, Afonso de Castro. **Um estudo qualitativo do policiamento escolar português: o Programa Escola Segura** [Em linha]. Lisboa: ISCTE-IUL, 2015. Dissertação de mestrado. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/10021>. Acesso em 28 – Fev. – 2019.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar – PENSE 2009**. Rio de Janeiro: IBGE; 2009.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar – PENSE 2015**. Rio de Janeiro: IBGE; 2015. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv97870.pdf>. Acesso em: 26-fev.2019.

COLOMBIER, Claire; MANGEL, Gilbert; PERDRIault, Marguerite. **A violência na escola**. São Paulo. Grupo Editorial Summus, 1989.

COSTA, Felipe Barbosa de Sousa; MIRANDA, Cássio Eduardo Soares. **Violência Sexual entre Adolescentes Escolares Brasileiros**. 2018.

Disponível em: <http://www.adolescenciaesaude.com/imprimir.asp?id=722>. Acesso em 16 - 02 - 2019.

FERRARI, Ilka Franco. **Agressividade e violência**. Psic. Clin., Rio de Janeiro, vol.18, n.2, p.49 - 62, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pc/v18n2/ao5v18n2.pdf>. Acesso em 10 - 02 - 2019.

FREUD, S. (1925-1926). **Psicologia de Grupo e análise do Ego**. Rio de Janeiro. Editora Imago, 1996. Vol. XVIII.

GIORDANI, Jaqueline Portella; SEFFNER, Fernando; DELL'AGLIO, Débora D. **Violência escolar: percepções de alunos e professores de uma escola pública**. *Psicologia Escolar e Educacional*. São Paulo, vol. 21, n. 1, p. 103 - 111. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pee/v21n1/2175-3539-pee-21-01-00103.pdf>. Acesso em: 26 - fev. - 2019.

GOMES, Romeu. *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis - RJ. Editora Vozes: 2011. Disponível em: Acesso em: 25 - fev. 2019.

GRAZINOLI, Garrido; R., & Leal-Filpo, K. (2018). **Pelotão, alto! Militarização como resposta aos casos de violência escolar no Brasil**. *Revista Caribeña de Investigación Educativa (RECIE)*, 2(2), 94-106. Disponível em: <https://doi.org/10.32541/recie.2018.v2i2.pp94-106>. Acesso em: 17-fev. - 2019.

KAPPEL, Verônica Borges. et al. **Enfrentamento da violência no ambiente escolar na perspectiva dos diferentes atores**. *Interface (Botucatu)* [online]. 2014, vol.18, n.51, pp.723-735. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-32832014000400723&script=sci_abstract. Acesso em 15 - fev. - 2019.

KAUFMANNER, Henri. **Por que a violência?** 2014. Disponível in: <http://www.encontrocampofreudiano.org.br/2014/04/por-que-violencia.html>. Acesso 16 - fev- 2019.

LACAN, J. (1946). **Formulações sobre a causalidade psíquica**. Em *Escritos* (pp. 152-194). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

LACAN, J. (1948). **A agressividade em psicanálise**. Em *Escritos* (pp. 104-126). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

LEME, M.I.S. **A gestão da violência escolar**. *Rev. Diálogo Educ.*, Curitiba, v. 9, n. 28, p. 541-555, set./dez. 2009. Disponível em: <file:///D:/Downloads/3322-5428-1-SM.pdf>. Acesso em 15 - fev. - 2019.

MIRANDA. Cássio Eduardo Soares. **Infância, adolescência e violência. Programa Semestral do Núcleo Interdisciplinar de Pesquisas em Psicanálise e Educação - NIPSEC**. 2018.2. Disponível

em: <https://ufpi.edu.br/ultimas-noticias-ufpi/23133-nipsec-discute-as-principais-formas-de-violencia-contra-a-juventude-brasileira>. Acesso em: 10 - out. - 2020.

MIRANDA, Cássio Eduardo Soares. **Programa da linha de pesquisa: “Saúde na escola”**. 2018. Disponível em: <http://lates.cnpq.br/5708616724845522>. Acesso em: 25 - fev.-2019.

NIPSEC. RELATÓRIO DE ATIVIDADES – PROGRAMAS DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA – PIBIC/UFPI Relatório. **Análise das notificações de violência escolar pelo batalhão escolar da Polícia Militar do Piauí**. Iniciação Científica Voluntária - UFPI. 9/10. Disponível em: <https://nipsec.webnode.com/l/analise-das-notificacoes-de-violencia-escolar-pelo-batalhao-escolar-da-policia-militar-do-piaui/>. Acesso em: 10-out.-2020.

OLIVEIRA, Windson Jefferson Mendes de. **A policialização da Violência em meio escolar**. 2008. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/FAEC-84XPAH>. Acesso em: 26-fev.-2019.

ONU. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Quase um terço de estudantes no mundo sofreu intimidação ou violência física no último mês**. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2019/01/1656412>. Acesso em 23 - jan. - 2019.

PIAUI, Policia Militar. **Companhia Independente de Policiamento Escolar – CIPE**. Teresina-PI, 2012. Disponível em: <http://www.pm.pi.gov.br/cipe.php>. Acesso em: 26-02-2019.

UNICEF. **Acesso, permanência, aprendizagem e conclusão da educação básica na idade certa – Direito de todas e de cada uma das crianças e dos adolescentes**. Brasília – DF. UNICEF, 2012.

SASTRE, Edilberto. **Panorama dos Estudos Sobre Violência nas Escolas no Brasil: 1980 -2009**. Disponível em: <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/storage/materiais/0000015503.pdf>. Acesso em 15 - fev.- 2019.

SOU DA PAZ. **Caderno Polícia e Escola**. 2002. Disponível em: <http://www.soudapaz.org/upl>





A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS DE INSTAGRAMMERS SOBRE O CASO MIGUEL OTÁVIO¹

Jesica Carvalho Sales²
Lívia Fernanda Nery da Silva³

INTRODUÇÃO

Uma das ocupações mais antigas e importantes, o trabalho doméstico, se apresenta, ainda hoje, como perpetuação das hierarquias baseadas em gênero, classe e raça e tem como características históricas dominantes a comunhão das desigualdades e da desvalorização do trabalho reprodutivo. No Brasil, ele foi designado, conseqüentemente, às mulheres negras, estando, portanto, intimamente relacionado à escravidão e ao colonialismo.

Dessa maneira, este trabalho tem como objetivo analisar a construção de sentidos de *instagrammers* sobre o caso Miguel Otávio nos perfis @folhadespaulo e @noticiapretabr. Miguel Otávio tinha cinco anos de idade quando morreu ao cair do andar mais alto de um prédio de luxo, no Recife-PE, estando sob a guarda da empregadora de sua mãe, a primeira-dama de Tamandaré-PE, município distante 107km da capital pernambucana, Sarí Côrte Real. Sua mãe, Mirtes Renata Santana de Souza, no momento do acidente fatal, passeava com os cachorros da família da patroa.

Para a realização deste trabalho, utilizamos como base teórico-metodológica as concepções de Fairclough (2001), Magalhães (2003), Ramalho e Resende (2011) acerca da Análise Crítica de Discurso; de Recuero (2009), Martino (2014) e Piza (2012) sobre as redes sociais na internet; Schütz (2019) dialoga sobre o trabalho doméstico, dentre outros.

O *corpus* do trabalho é composto de uma publicação de cada perfil, totalizando duas publicações, postadas entre 2 e 7 de junho de 2020, das quais foram escolhidos cinco comentários de cada *post*, que

1 - Trabalho apresentado no GT Discurso, Identidade e Cultura do II Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Graduanda da Universidade Federal do Piauí. Teresina-PI. Endereço eletrônico: carvalhojesicama@gmail.com

3 - Professora da Universidade Federal do Piauí. Teresina-PI. Endereço eletrônico: livianeryoz@gmail.com

totalizam vinte comentários para análise. Observamos, nos sentidos construídos pelos *instagrammers*, denúncia de desigualdades sociais, pedidos de justiça, sentimento de revolta, entre outros.

PENSANDO REDES SOCIAIS NA INTERNET

As redes sociais são ferramentas que auxiliam os indivíduos a interagir entre si. Este processo pode ser feito de forma presencial ou virtual, por meio da internet⁴. Atualmente, os fenômenos sociais e a maneira de se informar foram alterados pelas redes sociais, como *Twitter*, *Instagram*, *Facebook*.

Martino (2014, p. 55) expõe que “[...] apesar de relativamente antiga nas ciências humanas, a ideia de rede ganhou mais força quando a tecnologia auxiliou a construção de redes sociais conectadas pela internet, definidas pela interação via mídias digitais”. Segundo o autor, a ideia de conexões humanas por meio de redes foi potencializada com o advento da internet, que fez com que diminuísse os fatores tempo e distância entre os usuários dessas ferramentas. Recuero (2009) salienta que, antes do século XX, cientistas preocuparam-se em entender os fenômenos sociais envolvendo redes sob entendimento cartesiano, porém, em estudos mais recentes, outras perspectivas analíticas são apresentadas sobre as interações e seus processos. A autora afirma, ainda, que

Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões. O estudo das redes sociais na Internet, assim, foca o problema de como as estruturas sociais surgem, de que tipo são, como são compostas através da comunicação mediada pelo computador e como essas interações mediadas são capazes de gerar fluxos de informações e trocas sociais que impactam essas estruturas. Para estudar essas redes, no entanto, é preciso também estudar seus elementos e seus processos dinâmicos. (RECUERO, 2009, p. 24).

4 - “A possibilidade de compartilhar dados na forma de dígitos combinada com a integração de processadores em redes de alta velocidade estabeleceu as condições, ao longo do século XX, para o desenvolvimento de uma teia de conexões descentralizadas que veio a se tornar a internet. Originalmente desenvolvida como parte de uma rede de operações militares norte-americanas durante os anos de 1950 e 1960, no período da chamada “Guerra Fria”, o sistema passou pouco a pouco para uso comum, primeiramente nas universidades e, em seguida, para o público em geral.” (MARTINO, 2014, p. 12).

Concordamos com Recuero (2009), ao pensarmos as ferramentas tecnológicas e seus espaços virtuais como uma “metáfora” por meio da qual os sujeitos se relacionam, compartilham suas realidades e expressam seus pensamentos. Assim sendo, coadunamos com a ideia da autora de situar a internet e as redes sociais como espaços para estudar as interações e as conversações de atores e grupos sociais. Dessa maneira, os fenômenos que são veiculados neles são compreendidos como estruturas sociais das quais não é possível isolar os atores e suas conexões. Segundo Martino (2014, p. 47),

Nas comunidades virtuais há imensos fluxos de informação entre os participantes — qualidade compartilhada pelas redes sociais. A possibilidade de formação de espaços de debate, troca de opiniões e eventualmente de tomada de decisões não pode ser negligenciada na medida em que indica, também, o potencial de ação das comunidades virtuais no mundo real.

Desse modo, Recuero (2009) e Martino (2014) abordam que os estudos das redes sociais podem ser aplicados na mediação da comunicação, nas interações mediadas e no fluxo de informações e trocas sociais e que o foco de pesquisas sobre este assunto na área da Comunicação não se preocupa em descrever questões tecnológicas, mas, sim, em analisar os fenômenos sociais que envolvem processos comunicacionais. Posto isto, faz-se necessário compreendermos o objeto de estudo desta pesquisa, o *Instagram*, e situá-lo no presente trabalho.

Segundo Piza (2012), a rede social *Instagram* foi criada em 2010 pelos engenheiros de programação Kevin Systrom e Mike Krieger, este, brasileiro, com o propósito de ser um aplicativo que pudesse resgatar a nostalgia do instantâneo por meio de câmeras e imagens. Por se tratar de um aplicativo, esta rede social funciona por meio de plataformas de Tecnologias da Informação ou telecomunicações – computadores, *smartphones*, *tablets* – uma estrutura tecnológica que possibilite a operacionalidade do programa. É preciso frisar que o *Instagram* é um aplicativo gratuito e, ao instalá-lo, o usuário deve se cadastrar e concordar com os termos de uso e privacidade.

Piza (2012) define o *Instagram* como um aplicativo com função de compartilhamento de imagens. Conforme a autora, a função de compartilhar fotografias está ligada à subjetividade dos indivíduos que a utilizam, que, no processo instantâneo, compartilham elementos

como localização, textos e outros aspectos simbólicos, assim podendo construir um significado para o compartilhamento.

Neste estudo, o objetivo de analisar a construção de sentidos nos comentários das postagens sobre o caso supracitado mostra a ferramenta *Instagram* como um espaço de interações e conexões que fazem parte de uma estrutura social, e que nele se encontram rastros das relações de sujeitos/grupos, denominados *instagrammers*, que são os usuários dessa rede. De acordo com Martino (2014), nas redes sociais digitais, os laços que unem os participantes não são tão rígidos, no sentido de não ser algo institucional, e que, em geral, essas redes possuem dinâmicas próprias e são formadas a partir de interesses, temas e valores compartilhados para uma direção específica. Segundo o autor, “[...] na medida em que as ações nas redes sociais *online* e na vida cotidiana se articulam de maneira cada vez mais próxima, os fatores políticos, sociais e econômicos podem ganhar em relevância” (MARTINO, 2014, p. 58). Assim, pode-se adotar o *Instagram* como um espaço de percepção e de construções de sentidos.

TRABALHO DOMÉSTICO: APONTAMENTOS LEGISLATIVOS E SOCIAIS NO CONTEXTO BRASILEIRO

O trabalho doméstico é uma força braçal que ordena e realiza a limpeza de diversos espaços físicos. Essa atividade, remunerada e não remunerada, durante séculos, foi destinada a mulheres de classes sociais diversas, além de culturas e etnias diferentes. No contexto brasileiro, o processo colonial de escravização de povos africanos, o patriarcado⁵, com a divisão do privado e público em relação à vida social da mulher, foram questões centrais para o condicionamento e a estruturação do quadro de mulheres que trabalham nessa área (BRITES, 2013; INÁCIO; COSTA, 2017; SCHÜTZ, 2019).

5 - “O patriarcado, que nasce de uma sociedade capitalista, não está consubstanciado na ideia de uma distribuição igualitária do produto social, bem como não busca considerar todos os membros da sociedade de forma igual e nem permitir que eles possam desenvolver todas as suas potencialidades. Conforme expõe XX, a cultura patriarcal não pode ser compreendida como uma forma de discriminação em si, mas sim como uma forma de manter um modo de produção discriminador, sendo ele capaz de facilitar o processo de marginalização dos grupos sociais com os quais não se consegue, ou não se quer, manter o vínculo, como no caso das minorias religiosas, das minorias étnicas e das mulheres. Com as mulheres, o patriarcado não busca fomentar a discriminação, mas sim “trabalha” na ideia de manter a extensa massa trabalhadora feminina dentro do lar. Delimitar a mulher ao espaço doméstico, assim como sobre os olhos e abraçada pelo homem, força a mulher a ser assimilada pelo patriarcado, sob o argumento de obter proteção através da obediência”. (SCHÜTZ, 2019, p. 25).

Com a Revolução Industrial e a baixa do sistema feudal (transição para o capitalismo), nos séculos XVIII e XIX, reordenaram-se as estruturas econômicas, sociais e culturais ligadas ao processo de urbanização, que teve início na Europa e depois se expandiu para outros continentes (SCHÜTZ, 2019). Nesse processo, ocorreu a divisão de trabalho, em que o lucro, a expansão de mercado e a mão de obra eram necessários. Segundo Schütz (2019),

Com o objetivo de manter as estruturas do modo de produção capitalista, nota-se uma mudança social que se dá não apenas na divisão social do trabalho, mas também na divisão sexual do trabalho, de modo a intensificar a exploração, subordinação, opressão da mulher pelo homem. Surge como consequência dessa desigualdade de gênero, a ideia de que a mulher e o homem são diferentes não apenas biologicamente, mas também socialmente, devendo, portanto, cada um exercer papéis sociais distintos. (SCHÜTZ, 2019, p. 19).

É preciso chamar a atenção para o fato que, antes e durante o período supracitado, o Brasil era uma colônia da coroa portuguesa. Ou seja, a divisão de trabalho e a lógica da utilidade das mulheres na sociedade brasileira tinha outro fator sobre as pessoas em situação de escravização, principalmente para as mulheres negras, que era permeado pela tríade de discriminação ligada a categorias como a raça, a classe e o gênero.

Segundo Inácio e Costa (2017, p. 4), “Vale explicitar que as mulheres negras escravas, além de serem discriminadas, eram inferiorizadas em relação à mulher branca, sofriam vários tipos de violência em meio à sociedade patriarcal [...]”, as mulheres negras sofriam a mesma carga de violência sofrida pelos homens negros, mas a violência contra elas era intensificada com o estupro, usado como maneira coercitiva. A racialização do trabalho doméstico é uma herança do processo de escravização dos povos africanos.

Um aspecto bem presente no trabalho doméstico no Brasil, seja no século XX ou no XXI, é a exploração por trás da relação informal de “amizade” e/ou “ajuda” da trabalhadora com a patroa, argumentam Inácio e Costa (2017). A questão legislativa do trabalho doméstico é complexa. Segundo Schutz (2019), até 1888 não havia leis direcionadas a essa atividade, e também consta que, nas legislações brasileiras do período republicano, direitos para essa categoria são escassos. Segundo a autora, isso ocorre porque essa atividade é considerada de baixa

complexidade, logo leva a pouco prestígio social. Para a pesquisadora, mesmo que haja a exclusão ou a marginalização legislativa, deve-se ressaltar a importância dessa categoria: “A importância não tange apenas a esfera social, mas também econômica, uma vez que no Brasil emprega-se aproximadamente 7,2 milhões de trabalhadores domésticos, dos quais 93,6% são mulheres negras” (SCHÜTZ, 2019, p. 41).

Por meio da leitura de Schutz (2019), percebemos que os direitos das empregadas domésticas ganharam solidificação a partir da Constituição Brasileira de 1988. Porém, foi nas primeiras duas décadas dos anos 2000 que a questão legislativa incorporou os direitos trabalhistas dessa classe:

No dia 02 de abril de 2013 foi promulgada a Emenda Constitucional 72 que alterou a redação do parágrafo único do artigo 7º da Constituição da República Federativa do Brasil. Conhecida como “PEC das Domésticas”, a PEC 66/2012 resultou na Emenda Constitucional 72/2013, que ampliou o rol dos direitos dos empregados domésticos, numa tentativa de equalizar o tratamento concedido a eles ao dos empregados urbanos e rurais, uma vez que os trabalhadores domésticos, desde a colonização do Brasil, estão colocados às margens da legislação e da sociedade brasileira. Partindo da análise das poucas modificações legislativas que asseguraram legalmente a classe trabalhadora doméstica no decorrer da história do Brasil, e da ineficácia das poucas modificações legislativas que aconteceram, defenderemos que essas medidas não foram capazes de modificar o cenário solidificado no período colonial brasileiro. (SCHUTZ, 2019, p. 13).

Dessa maneira, segundo Brites (2013), Inácio e Costa (2017) e Schutz (2019), é possível destacar que o trabalho doméstico no cenário brasileiro tem herança do período colonial, em que mulheres negras encontram-se em situações subalternas, e que ainda persiste a desvalorização social dessas profissionais, de modo que implicações de violências simbólicas de raça, classe e gênero estão situadas nesses sujeitos e no exercício da sua atividade profissional. Embora haja leis voltadas para essa categoria, a visão cultural da sociedade sobre essa atividade e quem a exerce ainda são marginalizadas e destratadas.

APONTAMENTOS TEÓRICOS-METODOLÓGICOS DA ADC: A RELAÇÃO DO TEXTO COM O SOCIAL

A Análise de Discurso Crítica (ADC) é um campo teórico-metodológico que se utiliza do discurso como um instrumento de análise social e das relações em sociedade. Desse modo, a ADC compreende o discurso como prática social. A produção de sentidos e práticas do discurso é uma relação dialética e essa é interacional e indissociável (FAIRCLOUGH, 2001; RAMALHO; RESENDE, 2011).

Fairclough (2001) e Ramalho e Resende (2011) salientam, ainda, que a ADC adota a análise textualmente orientada para além das bases linguísticas, ou seja, não há fixação apenas sobre o que é dito no texto, a ADC busca o que não está na superfície textual. Assim, a ADC se estrutura como um campo transdisciplinar – questões como poder, hegemonia, ideologia, discurso, entre outras – são elementos levantados, considerados e incorporados à análise. Segundo Ramalho e Resende (2011, p. 14),

É precisamente isso o que justifica o fato de a ADC não pesquisar a linguagem como sistema semiótico nem como textos isolados, mas, sim, o discurso, entendido como um momento, uma *parte*, digamos assim, de toda prática social. Esse conceito complexo de discurso nos permite, em pesquisas situadas, compreender o uso da linguagem como *ancorado* em estruturas semióticas e sociais, sem perder de vista a *flexibilidade* dos eventos comunicativos, que permite a *criatividade* na produção de textos.

Na mesma direção, Magalhães (2003, p. 33) esclarece que “É a concepção que, na semiologia dos discursos sociais, une e transcende o rigor das regras linguísticas e a fugacidade das práticas languageiras, colocando para além da relação entre a norma e o ato de fala o seu universo de investigação”. O referencial debatido por estudiosos e estudiosas apontam para a análise textualmente orientada (prática social) como uma intermediação que situa e relaciona as ações individuais às estruturas sociais.

Para os autores e as autoras mencionadas neste tópico, existe uma concordância da análise feita pela ADC guiada pela semiótica social. Nessa, entendemos que, no discurso, existe a composição do contexto, sujeitos participantes e enunciações. Ou, como traduzem Ramalho e Resende (2011, p. 16), discurso “[...] é o momento integrante

e irreduzível das práticas sociais que envolve a semiose/linguagem em articulação com os demais momentos das práticas: fenômeno mental, relações sociais e mundo material”.

Fairclough (2001), Magalhães (2003) e Ramalho e Resende (2011) destacam que, para se realizar uma análise por meio da ADC, é necessário definir qual ou quais discursos (o evento discursivo) se pretende analisar, entendendo-o em uma ordem discursiva, ou seja, qual lugar ou meio que esse discurso ocorre, por exemplo, “os discursos jornalísticos” – aqueles emitidos pelas empresas jornalísticas – seguem uma estrutura, possuem uma ordem, consenso de como produzir notícia, logo se configuram como um campo discursivo (aquele que tem suas próprias práticas e que produz efeitos sobre o mundo).

A própria configuração acima é uma forma de análise. Ramalho e Resende (2011) discorrem, ainda, que a utilização de categorias em análises por meio ADC podem ser utilizadas de forma dialógica com o evento discursivo e não em sua própria categoria linguística de forma fixa. Neste trabalho, adotamos a enunciação, a intertextualidade e a interdiscursividade como categorias de análise. Destacamos que essas não se excluem e podem dialogar. Segundo Magalhães (2003, p. 33-34),

Ao tratar de enunciação, referimo-nos à substância de caráter referencial que submetida a certas regras da linguagem, cristaliza-se nas situações de comunicação, nas práticas discursivas do cotidiano. Realiza-se como ato social de fala, considerado sempre na sua singularidade, porque jamais se repete. Não se confunde, no entanto, com o ato individual e intencional, uma vez que ocorre no contexto e por determinação dos atos sociais.

Magalhães (2003) salienta, ainda, que a gramática, a língua e as regras linguísticas, bem como seus atos de fala se articulam no processo enunciativo. E, assim, produzem situação comunicacional. Nessa operação, estão presentes o universo discursivo e o contexto de comunicação. Neste último, os sujeitos constroem referências, logo, na discursividade, realizam modos de dizer, mostrar e seduzir – estabelecendo diferenças entre enunciador e enunciatário – sendo essas as posições de saber e poder na medida da alternância enunciativa.

O autor supracitado ainda complementa que a enunciação não é individualizante, pois ela está inserida em um conjunto de fatores históricos, sociais e culturais. Desse modo, perceber os enunciados e as enunciações em um texto está diretamente ligado a visões de mundo e interesses em dizer, mostrar e/ou seduzir outros sujeitos a partir de determinados olhares, no sentido de que a superfície de um texto pode ofertar multiplicidade de fatores ligados a outros textos – diferentes sentidos podem coexistir – de modo que não se pode determinar ‘o’ sentido. Para Fairclough (2001, p. 136-137):

Além de incorporar ou, por outro lado, responder a outros textos, a intertextualidade do texto pode ser considerada como incorporando as relações potencialmente complexas que tem com as convenções (gêneros, discursos, estilos, tipos de atividades — veja a seguir) que estão estruturadas juntas e constituem uma ordem de discurso.

Fairclough (2001) ainda evidencia que a intertextualidade é constitutiva em um texto, o autor chama a atenção para a configuração das convenções discursivas que entram na produção do texto. Assim, a intertextualidade pode ser compreendida na ênfase das convenções (aquilo que circunda o texto) dos outros textos propriamente ditos. É evidenciado pelo teórico que pode haver confusão entre intertextualidade e interdiscursividade. Para tanto, o autor explica que o primeiro se trata da relação de um texto específico com outros e as convenções em torno destes; e a interdiscursividade é uma questão que envolve a construção de um discurso por meio de elementos combinados em ordens de discurso. A interdiscursividade é, em um primeiro momento, uma categoria representacional, ligada a maneiras específicas de apresentar as questões do mundo. Com base nos conceitos, este trabalho vale-se deles como categorias de análise junto à composição do evento discursivo que se pretende aqui analisar.

ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS DE INSTAGRAMMERS SOBRE O CASO MIGUEL OTÁVIO

Nesta seção, analisamos a construção de sentidos de *instagrammers* sobre o caso Miguel Otávio. Para tanto, o *corpus* em análise se constitui de uma 1 publicação de cada perfil, a saber: Folha

de São Paulo e Notícia Preta, postadas entre 2 e 7 de junho de 2020, das quais foram escolhidos cinco comentários em cada *post*, que totalizam dez comentários para análise. Os comentários escolhidos são transcritos aqui da mesma forma que foram postados na rede social, ou seja, com abreviações e marcas da linguagem próprias da Internet, além dos desvios ortográficos.

As publicações selecionadas foram retiradas de um universo de duas publicações no perfil @folhadespaulo e de quatro publicações no perfil @noticiapretabr, no período supracitado. Optamos por publicações feitas apenas na parte *feed* de notícias, e as publicações feitas no IGTV foram desconsideradas. Como categorias de análise, adotamos: a enunciação, a intertextualidade e a interdiscursividade. Antes de analisarmos as publicações, apresentamos o caso Miguel Otávio e os perfis dos portais de notícias selecionados.

O CASO MIGUEL OTÁVIO

Miguel Otávio da Silva Santana, 5 anos, morreu após cair do 9º andar de um prédio de luxo na cidade do Recife, em Pernambuco, no dia 2 de junho de 2020. Sua mãe, Mirtes Renata Santana de Souza trabalhava como empregada doméstica para a primeira-dama da cidade de Tamandaré-PE, Sarí Côrte Real. No momento da morte do menino, Mirtes estava passeando com os cachorros da família da patroa e deixou o filho sob a guarda da empregadora.

A morte de Miguel Otávio aconteceu durante o auge da pandemia da Covid-19 no Brasil, em que o menino foi levado para a casa da patroa de sua mãe, porque a creche onde ele ficava estava fechada e a criança não tinha com quem ficar, já que a empregada doméstica não foi liberada de suas funções. O menino caiu do 9º andar após entrar sozinho no elevador para tentar procurar sua mãe. Imagens das câmeras de segurança mostram Côrte Real apertando um botão do elevador e indo embora, enquanto a porta fechava com a criança ali.

No dia 3 de junho de 2020, a empregadora de Mirtes Renata foi presa em flagrante, sendo autuada pela polícia por homicídio culposo, isto é, quando não há intenção de matar. Foi liberada logo após pagar fiança de 20 mil reais, para responder ao processo em liberdade. Durante a repercussão do fato, alguns fatores chamaram a atenção: 1 - a polícia não ter revelado a identidade da patroa de Mirtes; 2 - Mirtes

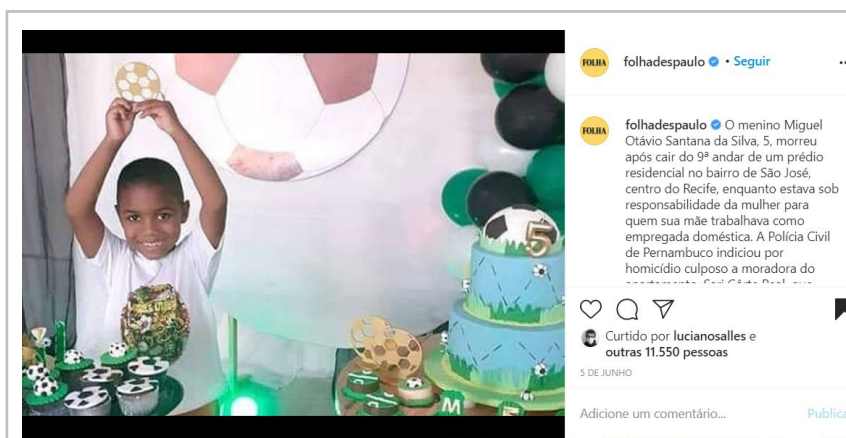
constar no quadro de funcionários da Prefeitura de Tamandaré-PE; e 3 - Cômte Real estar cadastrada no Auxílio Emergencial dado pelo Governo Federal para as famílias de baixa renda durante a pandemia da Covid-19.

A FOLHA DE SÃO PAULO E O NOTÍCIA PRETA NO INSTAGRAM

Para a realização desta pesquisa, selecionamos dois perfis de portais de notícias no *Instagram*, observando a questão da linha editorial adotada por estes. O primeiro é a Folha de São Paulo, com linha editorial tradicional. O perfil @folhadespaulo tem atualmente 2,4 milhões de seguidores e 21,5 mil publicações⁶. O segundo, por sua vez, possui linha editorial considerada alternativa – o perfil @noticiapretabr tem atualmente 248 mil seguidores e 1.817 publicações⁷. Para a organização desta pesquisa, apresentaremos primeiro a publicação e a análise de cinco comentários do perfil @folhadespaulo. Posteriormente, são analisadas a publicação e os cinco comentários do perfil @noticiapretabr.

A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS DE INSTAGRAMMERS

Figura 1: Miguel Otávio em sua festa de aniversário



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CBDAedOH4Cb/>. Acesso: 04.out.2020

6 - Dados referentes à data 04/10/2020.

7 - Dados referentes à data 04/10/2020.

Iniciamos nossa análise com a primeira publicação do perfil @folhadespaulo sobre o caso Miguel Otávio. A postagem, feita em 5 de junho, traz uma foto do menino segurando um troféu, a legenda⁸ traz informações sobre o caso e direciona o leitor para conferir mais informações no portal, com um total de 11.550 curtidas e 581 comentários. Para a escolha dos 5 comentários selecionados, fizemos primeiramente a separação desses em categorias.

Quadro 1: Comentários gerais referentes à primeira publicação analisada

Categorias discursivas	Quantidade de comentários	Exemplos
Comentários só com <i>emojis</i>	52	• 🍷🍷🍷
Comentários com <i>hashtags</i>	41	• #saricorterealnacadeia • #justiçaporMiguel
Comentários marcando outra pessoa	25	• @snoopdogg • @guilhermelima_30
Comentários questionando a construção da legenda e foto escolhida para o <i>post</i>	88	• NÃO CAIU!!! FOI LARGADO PRA CAIR • Colocam foto da vítima, mas não da responsável pelo crime
Comentários expressando tristeza	86	• Ahhh que tristeza.. sem palavras.. • Tristeza e indignação profundas
Comentários cobrando justiça	72	• Justiça para Miguel já! • Exigimos justiça!!!
Comentários questionando as ações da justiça e da mídia se os papéis tivessem sido invertidos	59	• E se fosse ao contrário, onde estaria a empregada agora?

8 - O menino Miguel Otávio Santana da Silva, 5, morreu após cair do 9º andar de um prédio residencial no bairro de São José, centro do Recife, enquanto estava sob responsabilidade da mulher para quem sua mãe trabalhava como empregada doméstica. A Polícia Civil de Pernambuco indiciou por homicídio culposo a moradora do apartamento, Sari Côrte Real, que cuidava da criança no momento da queda, ocorrida na terça-feira (2). Após pagar fiança no valor de R\$ 20 mil, Côrte Real foi liberada. A mãe de Miguel, Mirtes Renata Souza, trabalhava na casa da suspeita e levou o filho ao local de trabalho por não ter com quem deixá-lo --escolas e creches estão fechadas devido à pandemia do novo coronavírus. De acordo com as investigações da polícia, Mirtes havia descido para levar a cadela da família para passear e deixado o filho sob os cuidados da patroa. Depois disso, a criança saiu do apartamento e tomou o elevador desacompanhada. Ele caiu de uma altura de 35 metros. Leia mais em folha.com/cotidiano #folha #fsp #folhadespaulo (Foto: Arquivo Pessoal)

#PraCegoVer: Menino Miguel Otávio Santana da Silva em festa de aniversário com mesas decoradas com temática de futebol

Categories discursivas	Quantidade de comentários	Exemplos
Comentários acusando a empregadora	106	<ul style="list-style-type: none"> Ao colocar uma criança sozinha no elevador, a patroa assumiu o risco do desfecho. Dolo eventual!!! Homicídio culposo uma ova!
Outros comentários	52	<ul style="list-style-type: none"> Mandem seus textos que vamos compartilhar!!! Nas*

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CBDAedOH4Cb>

Selecionamos para análise um comentário de cada categoria que expresse sentidos explícitos sobre a publicação, a saber: questionando a construção da legenda e da fotografia escolhida para o *post*, comentários expressando tristeza, cobrando justiça, questionando a ação da justiça se os papéis tivessem sido invertidos e acusando a empregadora. Os comentários escolhidos serão descritos na próxima tabela.

Quadro 2: Comentários escolhidos para a análise

Comentários	
Comentário 1	<p>sim.rodrigues</p> <p>Peraí Folha! A câmera de segurança mostra a patroa branca (insisto na «branca» pois se fosse o contrário, esse elemento apareceria) apertando o botão do elevador com o menino sozinho dentro. Não foi um acidente. Usem o vocabulário certo para as coisas. Suspeita?????</p>
Comentário 2	<p>cardellini</p> <p>Que dor para essa mãe! Meu Deus!!! Um anjinho! 🙏</p>
Comentário 3	<p>marcoantoniocavalcanti</p> <p>Cadeia nela, essa loura da farmácia, tem que ser punida. 🙏🙏🙏</p>
Comentário 4	<p>otilia.gaió</p> <p>Fosse a empregada q tivesse deixado a criança no elevador. Tava presa e cheio d julgamentos. Mas foi a primeira dama, pagou la o valor estipulado e ta tudo certo ne? Essa criança tem PREÇO? A dor dessa mae tem PREÇO? Prcc</p>
Comentário 5	<p>souzacatiamariade</p> <p>Essa mulher foi negligente! Qualquer ser humano impediria de uma criança ficar sozinha em um elevador e como está na imagem ela apertou o 9 andar. Isso é um assassinato! Estou sentindo a dor dessa mãe. Espero que esse monstro pague!</p>

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CBDAedOH4Cb>

Como especificado na seção anterior, esta análise tem como categorias a enunciação, a intertextualidade e a interdiscursividade, com base nos critérios de análise do modelo tridimensional de Fairclough (2001), que, segundo o autor, “É uma tentativa de reunir três dimensões analíticas, cada uma das quais é indispensável na análise de discurso” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 100). As três dimensões analíticas cunhadas por Fairclough investigam o texto, a prática discursiva e a prática social. Oliveira e Carvalho (2008, p. 292) destacam que “[...] essas três dimensões estão inter-relacionadas, sendo a prática discursiva aquilo que faz a mediação entre texto e a prática social”.

Dessa maneira, observamos, neste primeiro momento, no grupo de comentários supracitados, a questão do vocabulário utilizado. No comentário 1, a *instagrammer* destaca a palavra “branca” para questionar o porquê de o perfil utilizar a palavra “suspeita”. Segundo a usuária, se fosse o contrário, uma pessoa negra, esta seria exposta. No segundo comentário, que expressa tristeza pela dor da mãe de Miguel, a usuária utiliza-se de metáfora para falar do menino – “um anjinho” – para indicar que a criança seria encantadora ou pelo fato de ser uma criança morta. De acordo com Fairclough (2001, p. 241), “As metáforas estruturam o modo como pensamos e o modo como agimos, e nossos sistemas de conhecimento e crença, de uma forma penetrante e fundamental.”

O comentário 4 traz a expressão “loura de farmácia” ao se referir à Sarí Côrte Real, a expressão configura-se, também, como metáfora, pois destaca que a empregadora não teria nascido loura, mas, sim, pintado o cabelo. Nesse sentido, podemos inferir que o *instagrammer* a qualifica como uma pessoa falsa. O comentário 5, em sua escolha lexical, usa a palavra “monstro” para caracterizar Côrte Real como alguém sem piedade.

Quanto à prática discursiva observada nos comentários, estes são produzidos por pessoas que acompanham a mídia tradicional. Como reações ao primeiro *post* do perfil sobre o caso, chama a atenção a quantidade de respostas questionando a construção da legenda e a foto escolhida pelo perfil, 88 comentários, bem como a quantidade de comentários acusando a empregadora, 106. Em relação à distribuição do texto, acontece por meio do perfil, que pode ser acessado tanto pelo celular quanto pelo computador. O consumo dos comentários pode ser feito por seguidores e não seguidores do perfil, como também por *socials medias*, pessoas que trabalham com redes sociais, por trás das postagens.

Quanto à prática social, observamos a intertextualidade entre os comentários que foram selecionados para análise, bem como com outros textos que discorrem sobre o caso Miguel, como, por exemplo, os comentários da segunda publicação analisada. Com relação à interdiscursividade, os comentários dialogam entre si para destacar, de forma explícita, acusando a empregadora; e implícita, de que Sarí Côrte Real é assina de Miguel. Os textos também coadunam entre si ao destacar que a mídia fomenta desigualdades sociais. Quanto à enunciação, as respostas à postagem enunciam sentimento de tristeza, indignação e raiva, pedidos de justiça, entre outros.

A segunda publicação analisada é um *post* do perfil *@noticiapretabr*, reproduzido abaixo, sobre o caso Miguel Otávio. A postagem, feita em 3 de junho, traz uma foto de um ursinho de pelúcia em preto e branco com a seguinte informação: **FILHO DE DOMÉSTICA MORRE EM PRÉDIO DE LUXO AOS CUIDADOS DA PATROA; MÃE TINHA FUNÇÃO DE PASSEAR COM OS CACHORROS DA FAMÍLIA.** Na legenda⁹ da postagem, informações sobre o caso e um direcionamento para o *site*, com um total de 12.539 curtidas e 422 comentários.

Figura 2: Imagem de um urso de pelúcia em preto e branco com legenda sobre o caso Miguel Otávio



Fonte: https://www.instagram.com/p/CA_hlg_J5d/. Acesso: 04.out.2020

9 - Nesta quarta-feira (3), a Polícia Civil de Pernambuco informou que a patroa da empregada doméstica Mirtes Renata, foi parcialmente responsável pela morte do seu filho, Miguel Otávio Santana da Silva, de cinco anos. O menino morreu na terça-feira (2), após cair do 9º andar da sacada de um prédio de luxo no Centro do Recife, em Pernambuco. A informação inicial era que, na hora do acidente, a empregada estava trabalhando no 5º andar do prédio, mas hoje foi revelado que, na verdade, a empregada estava cumprindo a função de passear com os cachorros da família, enquanto a patroa cuidava do seu filho. A empregadora, que não teve a identidade revelada foi presa, pagou uma fiança de R\$ 20 mil e responde em liberdade...

LEIA A MATÉRIA COMPLETA NO SITE. LINK NO STORY.

Texto: @thiago_augustto. #Noticiapreta #familia #familiapreta #empregadadomestica #negritude

Para a escolha dos 5 comentários selecionados, fizemos a separação destes em categorias, conforme a primeira análise.

Quadro 3: Comentários gerais referentes à segunda publicação analisada

Categorias discursivas	Quantidade de comentários	Exemplos
Comentários só com <i>emojis</i>	50	■■■■■■■■■■
Comentários com <i>hashtags</i>	36	#abacteriawhite #apertouobotão #culpada #sarigaspar #justiçapormiguel
Comentários marcando outra pessoa	38	@sah_sl Eu dnv @pelavidadenossasmaes
Comentários questionando as informações da legenda escolhida para o <i>post</i>	10	Tinha que ser exposta “Doméstica” não é um termo adequado de se usar
Comentários expressando tristeza	70	Que triste Que tristeza... Imagina essa mãe ■
Comentários cobrando justiça	47	Investigação já Que não haja impunidade ■
Comentários questionando a ação da justiça se os papéis tivessem sido invertidos	56	Se fosse a empregada, não teria nem direito a fiança, teria seu rosto estampado em todos os jornais, fofagem da sua prisão, reportagem na porta de sua casa, constringendo sua família. Para a elite sigilo e proteção da imagem ■■
Comentários acusando a empregadora	69	Meu Deus..... qual o nome da assassina....
Outros comentários	46	Esse país é um lixo mesmo!

Fonte: https://www.instagram.com/p/CA_hlg_J5d-/

Dentre os comentários classificados acima, selecionamos para análise um comentário de cada categoria que expresse sentidos explícitos sobre a publicação, a saber: questionando a construção da legenda e a fotografia escolhida para o *post*, comentários expressando tristeza, cobrando justiça, questionando a ação da justiça se os papéis tivessem sido invertidos e acusando a empregadora. Os comentários escolhidos serão descritos na próxima tabela.

Quadro 4: Comentários escolhidos para a análise

Comentários	
Comentário 1	letcarv Porque o nome da empregada doméstica é divulgado e o da patroa não?
Comentário 2	donaformigaatelier Meu Deus...tem coisas q eu gostaria de “desler”. Que mundo cruel! 🍷🍷🍷
Comentário 3	flaviicosta Esse é o país da justiça. Aonde ela cometeu um crime fiançavel. Responderá em liberdade. Aonde há justiça nisso? Precisamos de reforma da constituição urgentemente.
Comentário 4	claudinhamn123 Se fosse ao contrário será que a Mirtes estaria solta? E vidas negras importam só no momento da lacração em rede social? De que adianta levantar hashtags e não se condoer e indignar com uma história absurda dessas? Esse país parece errar, errar, errar e insistir em errar, meu Deus🍷🍷🍷
Comentário 5	danielaguedes_desativando Parcialmente culpada? Ela é totalmente culpada. Era a responsável pela criança. Dói ler esse tipo de notícia. 🍷

Fonte: https://www.instagram.com/p/CA_hlg_J5d-/.

Quanto ao vocabulário utilizado, os comentários fomentam as construções de sentido já apresentadas na primeira publicação. A segunda resposta selecionada traz o neologismo “desler” para enfatizar que esta é uma notícia é muito triste; o quinto comentário dialoga com o segundo, ao dizer que “Dói ler esse tipo de notícia”. O comentário 4 traz a expressão “e vidas negras importam” e continua questionando que este posicionamento só tem reflexo em redes sociais com uso de *hashtags*. O comentário 3 questiona o fato de a primeira-dama conseguir responder em liberdade pagando uma fiança, a usuária continua pedindo “reforma da constituição urgentemente”,

para enfatizar a necessidade de uma reforma do Código Penal. O primeiro comentário questiona a construção de legenda pelo perfil, o que corrobora o discurso do primeiro comentário do *post* anterior analisado.

Em relação à prática discursiva observada nos comentários, produzidos por *instagrammers* que acompanham a mídia alternativa produtora de conteúdos voltados à população negra, chama a atenção a baixa quantidade de comentários questionando a construção da legenda, apenas 10 comentários. Quanto à distribuição do texto, os comentários são distribuídos na rede social do *Instagram* por meio perfil @folhadespaulo. O consumo dos comentários é feito por usuários que seguem ou não o perfil, como também pelos produtores de conteúdo responsáveis por ele.

Nos comentários escolhidos, podemos observar que a intertextualidade acontece entre os que foram selecionados para análise, quando apresentam entre si traços de anteriores e antecipam traços dos próximos, e conversam com os comentários da primeira postagem analisada. A interdiscursividade pode ser observada quando eles coadunam entre si ao acusar a empregadora de Mirtes e ao questionar as bases do sistema que fomentam desigualdades sociais, como a mídia e a justiça. Quanto à enunciação, os textos apresentam sentidos de raiva, indignação, revolta, tristeza e cobrança por justiça.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a construção deste trabalho foi possível percebermos como as novas plataformas digitais têm modificado o modo de interação entre seus usuários e como estas ferramentas contribuem para a construção de entendimentos (sentidos) individuais que, na maioria das vezes, podem ser compartilhados em coletividade. Dessa maneira, observa-se que os sentidos construídos pelos usuários da rede social *Instagram*, em relação ao caso Miguel Otávio, destacam as relações de desigualdade que podem ser fomentadas pelas mídias, tanto as tradicionais quanto as alternativas. As respostas aos *posts* têm como sentidos principais a acusação de Sarí Côrte Real como assassina de Miguel Otávio. Pode-se concluir que os *instagrammers* evidenciam a necessidade de que seja alcançada a justiça em relação ao caso.

REFERÊNCIAS

BRITES, Jurema Gorski. Trabalho doméstico: questões, leituras e políticas. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo-SP, v. 43 n. 49, p. 422-451, mai./ago. 2013.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Tradução e Organização Izabel Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

INÁCIO, Sueley Luana Silva. COSTA, Carmem Lucia. Uma reflexão sobre o emprego doméstico no Brasil: relações desiguais no mundo do trabalho a partir do gênero. **Revista Itinerarius Reflectionis**, Jataí-GO, v. 13, n. 2, p. 1-16, mai./ago. 2017.

MAGALHÃES, Francisco Laerte Juvêncio. **Veja, isto é, leia: a imagem e a imagem nos discursos de capa das revistas Veja e Istoé; Produção e disputas de sentido no episódio das mortes de Paulo César Farias e Suzana Marcolino**. Teresina: EDUFPI, 2003.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

OLIVEIRA, Luciano Amaral; CARVALHO, Marco Antônio Batista. Fairclough. In: OLIVEIRA, Luciano Amaral (Org.). **Estudos do discurso: perspectivas teóricas**. 1. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2013. p. 281-309.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. 48f. Monografia (Curso de Graduação em Ciências Sociais com Habilitação em Sociologia) – Universidade de Brasília. Brasília (DF), 2012.

RAMALHO, Viviane; RESENDE, Viviane. **Análise de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa**. Campinas, SP: Pontes: 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

SCHÜTZ, Nathália Chichorro. **Trabalho doméstico no Brasil: uma perspectiva social, racial, de gênero e as conquistas jurídicas**. 97 f. Monografia (Curso de Graduação em Direito) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2019.



IARA DUPONT: O DESPERTAR ENTRE ARMADILHAS DO PATRIARCADO E A VIOLÊNCIA SUSTENTADA PELA MISOGINIA¹

Adriana Carvalho de Moura²
Thiago Ramos Melo³

INTRODUÇÃO

Neste trabalho buscamos analisar o discurso da escritora e cronista brasileira Iara Dupont, na obra intitulada “Demolição do patriarcado em andamento”, com o intuito de avaliar as estratégias discursivas utilizadas pela autora para elucidar e expor as armadilhas do patriarcado, sustentadas por uma sociedade misógina e com ideologias que legitimam direta e indiretamente a violência de gênero.

Trabalharemos com discursos da plataforma digital Facebook. O corpus da pesquisa é formado por um texto da escritora e relatos de três seguidoras, dentre as mais de 50 mil que a autora possui. Escolhemos a escritora Iara Dupont por sua característica de apresentar desapego aos moldes dos discursos comumente produzidos para mulheres, em plataformas virtuais.

Dupont exhibe diálogo ácido e direto, mostrando originalidade diante até mesmo de emissores, que também debatem sobre as ‘amarras do patriarcado’ e temáticas afins, que autorizam e sustentam a violência e inferiorização do gênero feminino.

É importante destacar que a cronista bloqueia os perfis de homens e mulheres que fazem comentários agressivos e abusivos em suas redes sociais (Facebook e Instagram), interpretados pela autora como falas desrespeitosas, com intuito de cimentar discursos do patriarcado. A cada postagem, Iara Dupont expõe discursos marcantes

1 - Trabalho apresentado no GT Discurso, gênero e subjetividade do II Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Graduada em Comunicação Social – Hab. Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Email: adrianamcarvalho.jor@gmail.com.

3 - Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Professor de Jornalismo (Estácio) e Publicidade e Propaganda (Aespi/Unifapi e Estácio). Email: thiago.rmelo09@hotmail.com.

acerca dessa problemática, que se apresentam, conforme relatos de suas leitoras, como conteúdo ácido, verdadeiro e duro de ler.

Nosso referencial teórico-metodológico está baseado na Análise de Discurso Crítica (ADC), por ser uma abordagem que aponta a linguagem (discurso) como forma de prática social, isto é, fator que determina como os sujeitos legitimam, negam ou perpetuam comportamentos e ações em seus contextos sociais.

A escritora afirma que seu trabalho está pautado no desejo de divulgar textos que levem as mulheres a observar e questionar as regras e mentiras lançadas sobre elas.

Por isso comecei a escrever crônicas baseadas na vida corriqueira de muitas, para mostrar como a realidade feminina é sufocante e frustrante. Lidamos todos os dias com um excesso de exigências e demandas. E poucas percebemos que as maiores correntes que nos atam saem de nossas casas, de nossos relacionamentos. A maior opressão que as mulheres enfrentam vem de seus Romeus, os homens que elas amam. São eles os carcereiros de todas. (DUPONT, 2020, s/p).

Quanto à estrutura, iniciamos a discussão refletindo brevemente sobre ideologia, conceito base para a ADC e que será retomado no tópico de análise. Em seguida, discutiremos sobre patriarcado, misoginia e violência de gênero. Adiante, faremos a análise do texto selecionado da autora Iara Dupont, bem como de três comentários de suas seguidoras.

A proposta de abordagem desenvolvida pela ADC contempla duas etapas: a primeira é a interpretação, embasada na aplicação do arcabouço teórico-metodológico sobre o texto, a fim de observar os efeitos ideológicos desencadeados por eles; e a segunda etapa é a reflexão crítica sobre a análise, feita durante nossas considerações finais. Por fim, constatamos que por meio de seus textos, a autora Iara Dupont busca expor os mecanismos de atuação do patriarcalismo e suas diversas faces de inferiorização do feminino, procurando alertar e propondo mudanças de comportamentos diante do silêncio estrutural que sustentam mulheres em situação de opressão individual e social.

IDEOLOGIA, LINGUAGEM, PODER E MUDANÇAS SOCIAIS

Trabalharemos sob a perspectiva da Análise de Discurso Crítica (ADC) mesmo sem adotar diretamente seus pressupostos metodológicos), que consiste em investigar as bases ideológicas que os discursos sustentam quando desejam manter e naturalizar práticas sociais, podendo também desencadear mudanças sociais, através do uso da linguagem. Ao falarmos de ideologia, cabe destacar inicialmente as contribuições do pensador russo Mikhail Bakhtin, fundador da primeira teoria semiótica de ideologia, cujo pensamento exerce forte influência na ADC.

Em sua proposta, Bakhtin (2006) defende que o produto ideológico faz parte de uma realidade natural/social particular de signos criados pelo homem. “Tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia” (BAKHTIN, 2006, p. 29). Um signo, bem como todos os seus efeitos (todas as ações, reações e novos signos que ele gera no meio social circundante), é um fenômeno do mundo exterior, uma parte material da realidade que a reflete e refrata, podendo “distorcer essa realidade, ser-lhe fiel, ou apreendê-la de um ponto de vista específico, etc.” (BAKHTIN, 2006, p. 30).

Na interação social, o signo aparece materializado sob formas concretas da comunicação. A palavra, segundo o autor, enquanto elemento presente em todos os atos de compreensão e em todos os atos de interpretação, é o modo mais puro e sensível dessa relação social. Enquanto signo, a palavra é neutra em relação a qualquer função ideológica e, por isso, pode preencher-se de qualquer função ideológica específica: estética, científica, moral, religiosa, e etc.

Diante disso, Bakhtin (2006) diz que a palavra é um fenômeno ideológico por excelência, funcionando como elemento essencial que acompanha e comenta toda criação ideológica, seja ela qual for:

As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios. É portanto claro que a palavra será sempre o indicador mais sensível de todas as transformações sociais, mesmo daquelas que apenas despontam, que ainda não tomaram forma, que ainda não abriram caminho para sistemas ideológicos estruturados e bem formados. A palavra constitui o meio no qual se produzem lentas acumulações quantitativas

de mudanças que ainda não tiveram tempo de adquirir uma nova qualidade ideológica, que ainda não tiveram tempo de engendrar uma forma ideológica nova e acabada. A palavra é capaz de registrar as fases transitórias mais íntimas, mais efêmeras das mudanças sociais. (BAKHTIN, 2006, p. 42).

Assumindo a posição do autor, defendemos que a ideologia se concretiza através dos discursos, no processo de interação social. Na proposta defendida pela a ADC, a análise ideológica se dá nas relações de poder e dominação estabelecidas e sustentadas através da linguagem.

O autor supracitado procura delimitar o fenômeno da ideologia, dando-lhe especificidade e distinguindo-o da circulação das formas simbólicas em geral, ao defender que os fenômenos simbólicos são ideológicos quando servem, em circunstâncias específicas, para estabelecer ou sustentar relações de dominação, isto é, relações de poder sistematicamente assimétricas.

A análise acerca da ideológica nos discursos, de acordo com a concepção proposta por Thompson, (1995, p. 75-76), está inicialmente interessada nas maneiras “como as formas simbólicas se entrecruzam com relações de poder. Ela está interessada nas maneiras como o sentido é mobilizado, no mundo social, e serve, por isso, para reforçar pessoas e grupos que ocupam posições de poder”.

PATRIARCADO, MISOGINIA E VIOLÊNCIA DE GÊNERO

Conforme Christine Delphy (2009), em seu texto para o *Dicionário Crítico do feminismo*, a palavra “Patriarcado” deriva da junção das palavras gregas *pater* (pai) e *arkhe* (origem e comando). A autora supracitada aponta que durante a “segunda onda” do feminismo no ocidente, ocorrida nos anos 70, o termo passa a representar “literalmente a autoridade do pai”.

Nessa nova acepção feminista, o patriarcado designa uma formação social em que os homens detêm o poder, ou ainda, mais simplesmente, o poder é dos homens. Ele é, assim, quase sinônimo de “dominação masculina” ou de opressão das mulheres. Essas expressões, contemporâneas dos anos 70, referem-se ao mesmo objeto, designado na época precedente

pelas expressões “subordinação” ou “sujeição” das mulheres, ou ainda “condição feminina (DELPHY, 2009, p.173).

Neste contexto, Delphy (2009, s/p.), explica que o “patriarcado designa uma formação social em que os homens detêm o poder, ou ainda, mais simplesmente, o poder é dos homens”. Sabe-se que o movimento feminista nasceu no século XIX, quanto ao surgimento dos estudos feministas na França, a referida autora destaca que eles apareceram no final dos anos 70, mas foram rapidamente enfraquecidos. E esclarece que o movimento ao ganhar força herdaram “conceitos forjados pelo movimento militante, mas sua legítima vontade de construir um lugar próprio nas esferas do conhecimento leva-os frequentemente a eufemizar seu vocabulário para se distinguir do militantismo. (DELPHY, 2009, p. 173).

Dentro deste contexto, o autor ainda expõem que nos séculos XVIII e XIX, muitos discursos foram massivamente construídos para consolidar a ideia de sociedade formada por “famílias sob a autoridade de um *pater famílias*”, *o que acarretou no que ele denomina como idade de ouro, isso porque esses discursos serviram posteriormente como contra-discursos a frente das falas feministas do século XX.*

Mas qual a ligação dos ‘discursos patriarcais’ com o surgimento da misoginia e suas faces de inferiorização da subjetividade feminina? O que existe por trás da morosidade no processo de ascensão social das mulheres?

Torna-se indispensável debater misoginia e as barreiras estabelecidas por ela para desacelerar a avanço das mulheres nos diversos contextos sociais. De acordo com Martins (2016 *apud*. MOLINA, 2013), o termo misoginia é ódio, desprezo ou crítica às mulheres. A palavra tem origem grega, originando da junção sufixo *miseo* (odiar, depreciar) e *gyné* (mulher, feminino).

Segundo Martins (2016, s/p.), o misógino tem desprezo e crítica pela mulher. “Ele idealiza a mulher, mas não admite que a mulher real seja diferente desse modelo por ele fabricado, como se fosse uma divindade. Por isso o misógino tem a concepção da mulher real como débil, inferior sem moral”.

Na perspectiva de Martins (2016), a misoginia é uma enfermidade psicológica na qual o sujeito misógino possui comportamento doentio em relação à mulher, pois a deprecia, sente ódio pelo que a mulher

representa, ou seja o feminino, porque o considera como imperfeito e incompleto e não suporta a ideia de depender de uma mulher.

O autor afirma ainda que a misoginia deve ser encarada como uma ideologia similar ao racismo, apontando que isso explica o comportamento violento de homens diante das mulheres. “É nesse contexto de que as mulheres são naturalmente frágeis que os homens misóginos se convencem de que devem exercer o poder e a dominação sobre elas. E, em consequência disso surge o menosprezo e a violência, seja psicológica ou física” (MARTINS, 2016, s/p.)

Mas quais as consequências dessa problemática? Para discorrer sobre isso, precisamos primeiro esclarecer o conceito de violência de gênero. Em seu artigo ‘Violência de gênero e a lei Maria da Penha’, Oliveira (2010, s/p.) define a violência de gênero como prática cultural, onde a sociedade incentiva “que os homens exerçam sua força de dominação e potência contra as mulheres, sendo essas dotadas de uma virilidade sensível”, explicitando em seguida que todo esse contexto de agressões (física, moral e sexual) tem como base o bombardeio que se faz preliminarmente no campo emocional das mulheres, ou seja, está associado à violência psicológica.

A negação do direito das mulheres de estudar ou de exercer atividades ligadas às demais áreas do conhecimento humano/intelectual, sem dúvida, justifica o retardo da ascensão feminina e tudo que as mantém condicionadas a atender o sistema que oprime e as conserva alienadas acerca das percepções que devem/têm sobre si mesmas ou dos contextos sociais onde estão inseridas. Notamos que a violência psicológica, naturalizada e normatizada ideologicamente ao longo do tempo, adestrou a mulher a suportar e silenciar as demais violências (financeiro ou patrimonial).

Consideramos assim, que o universo criado para atender primeiro o macho (machismo) é sustentado através do controle emocional de mulheres, controlado no decorrer da história da humanidade, através dos acessos negados nas áreas do conhecimento humano /intelectual, que permitem e conduz o sujeito transpor barreiras quando são criadas para paralisar ou ocultar identidades.

Logo, a morosidade da ascensão feminina, nas diversas esferas sociais, continua esbarrando nos obstáculos/ideologias impostos pelos discursos patriarcais, legitimados e naturalizados através do poder de fala/língua, com destaque para a forma com as mulheres são

ensinadas a pensar sobre si mesma (corpo e mente) ou sobre o que deva ser prioridade em seu processo existencial.

ANÁLISE: IARA DUPONT E O DESPERTAR SILENCIOSO

Como foi exposto, o presente artigo busca analisar o texto da escritora e cronista brasileira Iara Dupont, intitulado “Demolição do patriarcado em andamento”, com o intuito de avaliar as estratégias discursivas utilizadas pela autora para elucidar e expor as armadilhas do patriarcado, sustentadas por uma sociedade misógina e com ideologias que legitimam direta e indiretamente a violência de gênero.

Com intuito de analisar os efeitos de sentidos ofertados no texto e suas formas de legitimar práticas sociais (comportamentos/modos do sujeito agir), nos interessa analisar tanto o texto da autora (disponível em sua página no Facebook), quando dos relatos de mulheres, seguidoras da Iara Dupont, por entendermos que através destes depoimentos podemos compreender melhor como são expressos os discursos que evidenciam o silêncio estrutural que encarcera mulheres, fazendo-as sobreviver em contextos que subjulga e viola suas identidades, em especial dentro dos relacionamentos que estabelecem, sejam eles amorosos, familiares ou sociais.

Iara Dupont lançou “Crônicas para Inspirar e Despertar”, que totalizam seis E-books (167 crônicas virtuais), promove Lives no Facebook, com temas diversos e convoca mulheres que desejam identificar “os diferentes abusos que os Romeus cometem e muitas vezes as mulheres passam “batido”, pensando que é “assim mesmo”. Não é! Estamos sendo exploradas, usadas e abusadas dentro dos relacionamentos e precisamos parar de aceitar isso.” (DUPONT, 2020, s/p).

Durante entrevista para o blog O meu indizível, a cronista explica porque em suas crônicas chama os homens de ‘Romeus’. Ela argumenta que queria um termo que expressasse a loucura masculina. “Quem conhece a peça teatral Romeu e Julieta percebe que Romeu é o desequilibrado da história”, explicando que ao vê Julieta deitada na tumba, pensa que ela está morta e vez de esfriar a cabeça, surtar e se mata.

Iara mostra que a socialização do homem foi construída embasada naquilo que o favorece, do contrário, mostra-se na maioria das vezes sem equilíbrio ou agressivo. Isso é constatado nos dados alarmantes de violências praticadas contra a mulher (psicológica, física, moral, sexual, financeira), com destaque para o grande número de feminicídio, homicídio cometido pela discriminação de gênero (condição de ser mulher).

Para Dupont, o feminismo ensina a mulher fazer uma leitura correta da sociedade que vive. Ensina a pular as armadilhas do patriarcado, porque para a cronista o erro da mulher é pensar que faz parte do mundo, alegando que o gênero continua resistindo enquanto é empurrado para ‘as beiradas’.

A escritora destaca o dinheiro como fator que salvar vidas, pois quando a violência cerca a mulher, todos ficam com medo e recuam. Na entrevista, Dupont justifica isso quando diz: “não é pelo consumo, mas porque mulheres estão no meio de uma guerra social, não temos apoio do Estado e estamos cercadas por uma sociedade misógina”.

O texto de Iara Dupont a ser analisado foi publicado na rede social Facebook, no dia 7/09/2020, às 04:16, apresentando 1,3 mil de curtidas, 97 comentários e 15 compartilhamentos. Segue o texto:

“Como tem muita gente nova vou explicar uma coisa novamente. Meus textos não são verdades absolutas. Os textos são escritos para levar as mulheres a perceberem e refletirem sobre as armadilhas do patriarcado.

Quando eu menciono uma armadilha é para alertar as mulheres, para que prestem atenção em suas vidas, abram os olhos, levantem as orelhas e comecem a reparar se aquela armadilha já apareceu no seu caminho.

É para isso que servem os textos, para refletir sobre a sociedade e sua estrutura patriarcal. Não adianta me encher o saco nem querer discutir, os textos não se abrem para discussão, são apenas para que as mulheres reflitam e percebam todas as cordas que o patriarcado amarra nelas. É isso.

Me poupem de discussões de bolha, aquelas de “mas nem sempre é assim, não generalize, nem todo homem”.....Puxem essa discussão para suas páginas, porque aqui ela só me encher o saco. Discutam com o patriarcado que armou emboscadas para todas, não comigo que estou apenas alertando. Grata.

Logo no primeiro parágrafo do texto, observamos o diálogo aberto e direto que Iara Dupont procura estabelecer com suas seguidoras, marcado pelo reforço e atualização do porquê ela propaga os “escritos para levar as mulheres a perceberem e refletirem sobre as armadilhas

do patriarcado”, incluindo aquelas que estão começando consumir seus textos como verificamos em “*Como tem muita gente nova vou explicar uma coisa novamente. Meus textos não são verdades absolutas...*”. Nos trechos analisados podemos identificar que a autora procura criar um espaço para debater e alertar o público feminino acerca dos abusos e opressões desencadeados pelo sistema patriarcal.

Em sua obra *Marxismo e Filosofia da Linguagem*, Bakhtin (2006) defende o papel do meio social como organizador da atividade linguística, tecendo fortes críticas as correntes de estudo da linguagem que entendem o fato linguístico como proveniente de um ato de criação isolado, produto de um psiquismo individual, desconsiderando assim a influência do fator social e da interação verbal no processo, incorrendo, assim, no erro de separar a língua de seu conteúdo ideológico.

Sendo assim, observamos esta posição bakhtiniana no trabalho da escritora, ao propagar contra-discursos para combate às amarras que o patriarcalismo impõe na vida das mulheres, evidenciando que o fator linguístico não deriva de ações isoladas, mas do contexto e as ideologias agregadas ao meio social que se vive.

Isso também explica os discursos de embates que Iara Dupont desenvolve para defender-se dos ataques dos internautas que interpretam sua análise social acerca das marcas que o patriarcalismo traz ou deixa na vida das mulheres. Segundo a escritora, todo dia se escuta comentários do tipo “a Iara odeia homem”. Esse trecho casa com o pensamento da autora, em outro escrito, sobre o conceito de machismo enraizado⁴. Logo o comunicar-se é orientado e organizado pela atividade linguística relacionada ao meio social.

O segundo parágrafo do texto nos traz a discussão que a cronista faz acerca do processo de construção social da mulher, denominado em seus textos como ‘socialização da mulher’⁵, e destaca novamente falas insistentes, com entonação de invocar as mulheres para que observem os obstáculos que podem estar enfrentando por viverem dentro do sistema que as oprime, como ela detalha no trecho: “*Quando eu menciono uma armadilha é para alertar as mulheres, para que prestem atenção em suas vidas, abram os olhos, levantem as orelhas e comecem a reparar se aquela armadilha já apareceu no seu caminho*”.

4 - https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=3517656021622375&id=100001340366579

5 - https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=3509984845722826&id=100001340366579

Iara Dupont (2020) afirma que o processo de socialização da mulher não deixou nenhuma ponta solta, todos os fios estão muito bem amarrados. Ao falar disso, ela esclarece que o patriarcalismo mergulhou a mulher no conceito do ‘instinto materno’⁶, apontando como a falsa ideia de mulheres nasceram ou tem o dom de cuidar dos outros.

Ainda conforme as observações feitas no segundo parágrafo, percebemos que grande parte dos discursos proferidos por Iara são repetitivos, exibindo forte entonação de apelo para mulheres olhem para as armadilhas que podem estar presas. Ao fazer essa análise, notamos que Iara evidencia que nem sempre as mulheres dão conta dos abusos que suportam, da violência que sustentam por nascerem num sociedade misógina, cuja base está no bombardeio que faz preliminarmente no campo emocional das mulheres (violências psicológica), condicionando-as, dessa forma, aceitar e calar diante dos diversos tipos de violências: física, moral, financeira ou patrimonial.

No terceiro parágrafo do texto, abordaremos o principal objetivo da cronista ao inicial o trabalho ‘demolição do patriarcado’. *Veja o trecho: “É para isso que servem os textos, para refletir sobre a sociedade e sua estrutura patriarcal”.* Aqui Dupont discorre sobre o sistema estruturado para encarcerar a identidade feminina, apontando que somente através da reflexão crítica, acerca dos motivos ou interesses que levou o homem a criar um universo que o elege como ser superior, em detrimento da anulação e ocultação da subjetividade de mulheres no decorrer do tempo.

Como foi dito, Bakhtin (2006) defende que tudo que é ideológico é um signo e que todo produto ideológico surge de uma realidade natural/social particular de signos criados pelo homem. O autor afirma que a palavra é neutra em relação a qualquer função ideológica e, por isso, pode preencher-se de qualquer função ideológica específica: estética, científica, moral, religiosa, etc. *“Não adianta me encher o saco nem querer discutir, os textos não se abrem para discussão, são apenas para que as mulheres reflitam e percebam todas as cordas que o patriarcado amarra nelas. É isso”.*

Através desse trecho, ainda do terceiro parágrafo, Iara Dupont nos leva a pensar sobre as ‘cordas’, compreendidas neste estudo, como estratégias discursivas que foram feitas e que continuam sendo propagadas, nas esferas sociais (religião, legislação, cultura, política,

6 - https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=3390822157639096&id=100001340366579

educação, família [lar], arte e mídia), com intuito de paralisar ou gerar obstáculos (morosidade) no processo de emancipação da mulher, como sujeito detentor de direitos e espaço respeitado com dignidade.

Deste modo, a realidade dos fenômenos ideológicos é a realidade dos signos materialmente constituídos no processo de interação social, fruto de um consenso entre indivíduos socialmente organizados. “Razão pela qual as formas do signo são condicionadas tanto pela organização social de tais indivíduos como pelas condições em que a interação acontece” (BAKHTIN, 2006, p. 46).

Em nosso estudo relatamos, conforme Bakhtin (2006), que a interação social, o signo aparece materializado sob formas concretas da comunicação. Passaremos analisar agora o quarto parágrafo do texto: *“Me poupem de discussões de bolha, aquelas de ‘mas nem sempre é assim, não generalize, nem todo homem’”*.

Com isso, Dupont volta expor aquilo que ela denomina ser seu propósito ou firme ideia, ao criar sua página virtual. Apresenta indignação para aquilo que chama de ‘julietas-zumbis’⁷ (mulheres), que insistem não ver os ‘números oficiais’, quer dizer, os dados alarmantes sobre tipos de violências contra a mulher na atualidade.

Como foi dito, a escritora é ferrenha e bloqueia qualquer comentário agressivos de pessoas que alegam ser “exagero” ou tentam invalidar sua análise social, como fica exposto em: *“Puxem essa discussão para suas páginas, porque aqui ela só me encher o saco. Discutam com o patriarcado que armou emboscadas para todas, não comigo que estou apenas alertando. Grata.”*

Dupont explica que bloqueia por achar falta de respeito ou passar por cima do sofrimento de milhões de mulheres, que são obrigadas a se calarem, reforçando e naturalizando assim ideias do patriarcado, que não é bem assim que funciona ou que homens também sofrem na vida, etc.

Bakhtin (2006, p. 46) diz ser o caráter vivo e dinâmico do signo que o torna uma arena onde confrontam-se índices de valor contraditórios e se desenvolve a luta de classes. Aqui, “a classe dominante tende a conferir ao signo ideológico um caráter intangível e acima das diferenças de classe, a fim de abafar ou de ocultar a luta dos índices sociais de valor que aí se trava, a fim de tornar o signo monovalente”.

7 - https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=3504437186277592&id=100001340366579

Agora analisaremos os três comentários de internautas que seguem Iara Dupont. Optamos por relatos aleatórios, isto é, não estão baseados na percepção das seguidoras acerca do texto examinado acima. Escolhemos comentários que retratam as falas das mulheres que acompanham o trabalho da cronista.

O primeiro relato foi divulgado no dia 17/09/20: *“Odeio essa frase!! Faz com que as mulheres achem que têm que tolerar todo tipo de merda e que se não der certo a culpa foi dela que não edificou a porra do lar. Ah que ódio!!”* (Lilian Passos).

O trecho acima faz menção ao provérbio 14:1 - “A mulher sábia edifica a sua casa”. Constatamos uma indução religiosa para que a mulher sustente o casamento, onde sua capacidade de ser sábia ela é responsável pela harmonia lar, o que garante a ela o título de inteligência. A mensagem da internauta Lilian Passos revela o discurso, de cunho religioso, que reforça o que é dito culturalmente as mulheres. Concluimos aqui que para tornar-se o ‘único ser sábio’ a mulher precisa manter a relação.

Voltaremos a discutir o que Bakhtin (2006) falou acerca da palavra ser neutra, podendo ela preencher-se de qualquer função ideológica específica, seja ela moral, religiosa, estética, etc. Por ser neutra a palavra garante a construção dos contra-discursos e, conseqüentemente, pode promover mudanças sociais, sejam elas comportamentais ou não.

De acordo com a concepção proposta por Thompson, (1995, p. 75-76), a princípio a ideologia nos discursos está interessada nas maneiras como o sentido é mobilizado, socialmente, servindo para reforçar pessoas e grupos a ocuparem posições de poder.

Vale ressaltar que a percepção ideológica do pensamento de Thompson (1995) confere à ideologia um caráter inerentemente negativo. Ideologia, para Thompson (1995, p. 16), de uma forma mais ampla, diz respeito ao “sentido a serviço do poder”. Sua proposta contraria as correntes que defendem concepções neutras de ideologia, caracterizando-a como “‘sistemas de pensamento’, ‘sistemas de crenças’, ou ‘sistemas simbólicos’, que se referem à ação social ou política” (THOMPSON, 1995, p. 14).

Postado no dia 17/09/20, segui o segundo relato *“Por 8 anos fui assim, era sempre eu que pensava no essencial e trabalhava por isso, até que quando separei percebi que estava errado e que eu tinha que me colocar como*

prioridade. Mas na nossa sociedade é difícil fazer isso, meu atual marido e até minha família tentam me induzir a voltar a me sacrificar, mas eu enxerguei que não é exatamente assim. Seus textos me ajudam muito nessa parte, de me manter firme na escolha que eu fiz por mim, a continuar acreditando que não é egoísmo e sim auto preservação, por mais que todos aí meu redor tentem me fazer crer no contrário. Obrigada” (Dione Morais)

Conforme Delphy (2009, p.173), o patriarcado determinou a formação social onde “homens detêm o poder”, devendo ser interpretado também como condição de opressão as mulheres. Portanto, se o mundo foi criado para o macho (machismo) e que reduz a mulher a cuidar do lar, ao querer sair dessa linha ideológica, a mulher real passa a receber o desprezo social, caracterizada com sujeito egoísta.

Como menciona Martins (2016), ao considerar a misoginia uma “enfermidade psicológica”, onde o ser misógino apresenta atitudes doentias em relação à mulher idealizada pelo patriarcalismo, àquela que se sacrifica para agradar e servir o coletivo (sociedade). Logo, isso explica porque mulheres são agredidas ao querer ter sua identidade respeitada.

O autor supracitado esclarece que numa sociedade misógina, a mulher com identidade (real) deve ser “considerada um ser imperfeito”. Talvez isso explique o porquê à sociedade atual ainda não acolhe/estranha à mulher que deseje ter sua própria identidade ou simplesmente que não aceita ser serva de homens e de todo contexto social criado para proteger abusos e agressões autorizadas pelo patriarcado. Martins (2016) descreve a misoginia como ideologia semelhante àquela que gera o racismo. Para ele, isso justifica os comportamentos violentos de homens diante das mulheres.

Vamos ao terceiro comentário publicado no dia 19/09/20: “*Não contamos nem com as outras mulheres, pois a maioria ainda é machista, e te cobra para manter relacionamentos abusivos só pra manter as aparências diante da sociedade” (Adriana Recktenwld).*

Os abusos e violências diversas para manter o casamento, a harmonia do lar, limitando a voz da mulher quando precisa de ajuda e apoio. A violência doméstica deriva do machismo enraizado e são movidas pelo silêncio que mantém a misoginia, até mesmo no modo inconsciente (ideológico) como mulheres ainda se expressam quando falam de si ou diante de outras.

Segundo Van Dijk (2008), a ideologia é uma estrutura complexa que controla a formação, transformação e aplicação de conhecimentos, opiniões, posturas e representações sociais. Estas estruturas ideológicas são sistemas socialmente organizados de forma a favorecer a percepção, interpretação e ações nas práticas sociais, de modo a favorecer interesses grupais. “Desta forma, uma ideologia proporciona coerência às atitudes sociais, que, por sua vez, co-determinam as práticas sociais” (VAN DIJK, 2008, p. 48).

É a violência simbólica/ideologia que autoriza os variados tipos de violências contra a mulher, em especial a violência doméstica. O Instituto Maria da Penha aponta violência doméstica e familiar contra a mulher caracteriza-se, consoante o art. 5º da Lei Maria da Penha, como toda ação ou omissão que cerca o gênero, causando morte, lesão, sofrimento físico, sexual ou psicológico e dano moral ou patrimonial.

Em seu trabalho, Iara nos apresenta uma discussão que não romantiza e nem abraça as causas feitas por homens que afirmam caminhar também em prol da evolução feminina, pois entende que até mesmo esse olhar masculino nasceu do despertar de mulheres por mudanças sociais, seja qual for à geração.

A preocupação com relação à questão ideológica, seria entender o modo como o discurso se relaciona com outros momentos da prática social (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999). A percepção de Van Dijk (1997) possibilita enxergar como determinados grupos atuam na sociedade e em relação a outros grupos, disseminando suas ideologias nas mais diversas maneiras de interagir (em gêneros) e inculcada em modos de ser ou identificar (estilos), na luta social.

A esta compreensão, soma-se a definição de Fairclough (2001, p. 117), segundo a qual as ideologias são representações de aspectos do mundo “que contribuem para a produção, a reprodução ou a transformação das relações de dominação”. Enquanto espaço de luta, além de um instrumento de refração e de deformação do ser a serviço de uma classe dominante, o signo ideológico carrega também o potencial para superar estas formas de dominação (BAKHTIN, 2006).

No que tange a estas relações de dominação, a luta ideológica como dimensão do discurso é “uma luta para remoldar as práticas discursivas e as ideologias nelas construídas no contexto da reestruturação ou da transformação das relações de dominação”

(FAIRCLOUGH, 2001, p. 117). A luta ideológica, neste sentido, é uma luta por hegemonia.

Eagleton (1997, p. 15), ao ressaltar a dificuldade conceitual em caracterizar de forma satisfatória uma palavra cujo significado é tão abrangente e rico, caracteriza a “ideologia” como uma espécie de texto tecido com uma vasta trama de diferentes fios conceituais”.

Assumimos ideologia como a legitimação do poder de uma classe ou grupo social, como propõe Thompson (1995), mas concordamos com Eagleton (1997, p. 19) com o fato de que “nem todo corpo de crenças normalmente denominado ideológico está associado a um poder político dominante”. Desta forma, as crenças de grupos e movimentos à margem dos grupos dominantes também são ideológicas.

Este ponto é também defendido por Van Dijk (1997, 2008), precursor da Análise Sociocognitiva do Discurso, filiada a ADC. Sua proposta, que assenta-se na relação discurso-cognição-sociedade, analisa ideologias nos termos da teoria da cognição social, definindo-as como “sistemas básicos de cognições sociais fundamentais e com princípios organizadores das atitudes e representações sociais comuns a membros de grupos particulares” (VAN DIJK, 1997, p. 105). Citaremos algumas hipóteses acerca da abordagem do autor sobre ideologia:

1 – As ideologias são cognitivas. O que quer dizer que, além de serem sociais e políticas e estejam relacionadas a grupos e estruturas sociais, as ideologias possuem também uma dimensão cognitiva que incorpora objetos mentais, tais como ideias, crenças, pensamentos, apreciações e valores.

2 – As ideologias são social. Van Dijk (1997, p. 107) ressalta que “ideologias dominantes” – ideologias de (imposta por) um grupo dominante – são casos próprios de ideologias, não reduzindo todos os casos a estes. Com isso, “não apenas os grupos dominantes mas também os grupos dominados possuem ideologias que controlam a sua auto-identificação, os seus objetivos e suas ações”.

3 – As ideologias são sociocognitivas. O que equivale a dizer, segundo o autor, que ideologias são modelos conceituais interpretativos “comuns a toda sociedade que proporcionam, aos membros dos grupos, a compreensão da realidade social, das práticas cotidianas e das relações com outros grupos” (VAN DIJK, 1997, p. 108).

4 – As ideologias não são “verdadeiras” ou “falsas”. Van Dijk (1997, p. 109) prefere conceber esses modelos interpretativos como “mais ou menos relevantes ou eficazes para esses grupos conforme forem capazes de favorecer os seus interesses”. O que não quer dizer que não existam crenças “verdadeiras” ou “falsas” por em determinados grupos sociais.

5 – As ideologias podem ter vários graus de complexidade. Van Dijk (1997) argumenta que as ideologias não precisam ser sistemas de crenças perfeitamente acabados ou explícitos, de modo que estes modelos conceituais ideológicos não precisam ser essencialmente rigorosos, organizados e coerentes, desde que sejam operacionais e eficientes para orientar a interpretação e interação social.

6 – As ideologias têm manifestações que variam de acordo com o contexto. O autor argumenta que existem vários fatores sociais, sociocognitivos e pessoais que podem intervir nas manifestações ideológicas dos sujeitos nas práticas, como por exemplo, o fato das pessoas transitarem por vários grupos sociais podem fazer com que compartilhem diferentes ideologias e valores, por vezes, contraditórios.

7 – As ideologias são gerais e abstratas. Tal preposição parte do pressuposto de que as ideologias são relativamente estáveis e contínuas, isso explica porque, dentro de uma sociedade, seus membros são muitas vezes constantes e similares nas suas expressões ideológicas.

Com base nesses pressupostos, o autor resume seu conceito de ideologias da seguinte maneira:

Ideologias são modelos conceituais básicos de cognição social, partilhados por membros de grupos sociais, constituídos por seleções relevantes de valores socioculturais e organizados segundo um esquema ideológico representativo de autoindefinição de um grupo. Pra além da função social que desempenham ao defender os interesses dos grupos, as ideologias têm a função cognitiva de organizar representações sociais (atitudes, conhecimentos) de grupos, orientando assim, indiretamente, as práticas sociais relativas ao grupo e, conseqüentemente, também as produções escritas dos seus membros (VAN DIJK, 1997, p. 108).

Na perspectiva da ADC, o poder é apenas temporário, com equilíbrio instável, e com isso, as relações são passíveis de mudança. Tal entendimento remete diretamente ao conceito de hegemonia, na perspectiva gramsciana, que diz respeito ao “contínuo processo de formação e suplantação de um equilíbrio instável” (GRAMSCI, 1988, p. 423). A hegemonia caracteriza o poder de dominação que um grupo exerce sobre os demais, baseado mais no consenso que no uso da força. A luta hegemônica acontece no aspecto social, em nível discursivo.

Concluimos que os discursos propostos por Iara Dupont são enunciados de forças para alertar mulheres, pois além de expor as ideologias que mantêm o gênero preso e vítima do machismo e da misoginia, se apresentam como contra-discursos que representam a violência que cerca a vivência da mulher atual, com linguagem clara e que traz novos sentidos para a discursão social que visa despertar a sociedade sobre o modo como ainda se ver a mulher (comportamento) e, conseqüentemente, como tudo isso está ligado a manutenção das correntes/ideologias que o homem criou para adestrá-la, seguindo o padrão patriarcal, cujo objetivo é condicioná-la a categoria de submissão (sem identidade).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No ponto de vista da ADC, a relação entre discurso e hegemonia, segundo Fairclough (1997), apresenta duas considerações. Em primeiro lugar, hegemonia e luta hegemônica assumem a forma da prática discursiva no processo de interação a partir da dialética entre discurso e sociedade. Em segundo lugar, o próprio discurso é apresentado como uma esfera de hegemonia, sendo que a hegemonia de um grupo é dependente, em parte, de sua capacidade de gerar práticas discursivas que lhes dêem sustentação.

Em nosso estudo confirmamos que a linguagem é sim parte irreduzível da vida social, pois comprova que o discurso orienta e determina o modo como um sujeito ou grupo age e se representa socialmente. Para tanto, como forma de assegurar sua posição hegemônica, estes grupos dominantes buscam disseminar sua ideologia pela representação particular de mundo como se fosse a única legítima e possível.

As convenções discursivas naturalizadas são um mecanismo extremamente eficaz para “perpetuar e reproduzir dimensões culturais e ideologias da hegemonia. Por conseguinte, um objeto importante da luta hegemônica é a desnaturalização de convenções existentes e a substituição por outras” (FAIRCLOUGH, 1997, p. 80).

Logo, a partir da análise realizada no texto da Iara Dupont e nos relatos de suas internautas, podemos concluir que ao naturalizar/romantizar que o universo feminino está em grande ascensão social ou reduzir o cenário que oprime mulheres como ‘amarras sutis/descentralizadas’, continuaremos, direta e indiretamente, perpetuando e consolidando as ideologias que fomentaram o mundo criado para suprir anseios dos machos (machismo) e anular identidades femininas.

Por meio do seu trabalho, a cronista promove contra-discursos que visam combater a engrenagem que mantém de pé o patriarcalismo e todo “senso comum” que o cerca, sustentado pelo silêncio estrutural que permanece construindo uma sociedade misógina, que faz vistas grossas (autoriza) para a violência de gênero e suas formas de inferiorizar ou anular vozes e/ou existências femininas.

O trabalho da escritora alerta mulheres sobre suas condições até agora servis diante de uma sociedade que busca adestrar (alienar) seus dizeres e modos de perceber-se no mundo como sujeitos indignos de direitos sem ressalvas. Por meio dos discursos críticos que expõem a atuação do patriarcalismo e suas faces de inferiorização do feminino podem despertar alertas e mudança de comportamentos diante do silêncio estrutural que sustentam mulheres em situação de opressão individual e social.

O diálogo direto e ácido de Iara Dupont releva uma espécie de súplica para que mulheres despertem e observem as barreiras que enfrentam diariamente, em decorrência da maneira como se comportam ou aceitam abusos e opressão sem questionar de onde surge/quem cria as ‘cordas’ que as aprisionam e alimenta o Estado opressor, pois as esferas sociais (igreja, legislação, mídia, educação, etc) até este tempo fazem vistas grossas para que a mulher não adentre no campo da violência, em especial a violência psicológica.

Para combater a violência de gênero, o Estado precisa primeiramente combater a violência emocional, que encarcera e imobiliza mulheres a permanecerem em situação de abusos,

opressões e riscos. Constatamos que o pilar que coordena o público feminino a minimizar os tipos de violências, adentrar ou manter-se numa relação tóxica/abusiva (é próprio processo de socialização da mulher, construído por ideologias infiltradas nas esferas sociais, regidas pelo sistema patriarcal).

O grande número de feminicídio e as categorias de violências (psicológica, material, física, sexual e moral), provindas pela condição de ser mulher indica que a socialização do homem continua embasado nos discursos que o elegem como criatura primeira. Isso explica a falta de equilíbrio do público masculino quando é contrariado ou está em situação que precisa lidar com uma mulher com identidade (mulher real).

Que a presença masculina tem sido violenta e espaçosa na vida das mulheres justamente pela falta de diálogo aberto e direto acerca do processo existencial em ambos os sexos enfrentam socialmente, quando não enxergam as armadilhas que a misoginia impõe na vida de homens e mulheres, adestrando todos a continuar seguindo inconscientemente as ideologias que destroem a boa convivência, que não autoriza homens sentir empatia pelas mulheres, devido continuar correndo atrás do título de criatura primeira, podendo ser considerado a causa que também vem destruindo suas existências.

Nesta conjuntura, as plataformas digitais tornam-se palcos de importantes embates discursivos (contra-discursos), que podem expor os estragos sociais caso a sociedade continue silenciando os debates que podem criar um mundo melhor para mulheres e homens, onde todos possam ter suas identidades respeitadas e alforriadas das ideologias que violam seus direitos de viverem como seres empatas (humanos).

REFERÊNCIAS

BLOG O MEU INDIZÍVEL. **Entrevista com Iara Dupont**. 2017. Disponível: <<http://omeuindizivel.blogspot.com/2020/02/entrevista-com-iara-de-dupont-uma.html>> Acesso: 07/10/20.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. São Paulo: Hucitec, 2006.

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

DELPHY, C. Patriarcado (teorias do). In: HIRATA, H. et al (org.). **Dicionário Crítico do Feminismo**. São Paulo: Editora UNESP, 2009. Disponível: <<https://medium.com/qg-feminista/teorias-do-patriarcado-7314938c59b>>. Acesso em 10/09/20.

DUPONT, I. **Adquira o Combo “Crônicas para inspirar e despertar”**. Hotmart.com, 2020. Disponível: <https://hotmart.com/product/cronicas-para-inspirar-e-despertar-super-combo-volume-1-ao-4/A17093756Q?sck=HOTMART_PRODUCT_PAGE>. Acesso: 23.09.20.

EAGLETON, T. **Ideologia** – Uma Introdução. São Paulo: Boitempo, 1997.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

GRAMSCI, A. **A Gramsci reader**: selected writings, 1916-1935. London: Lawrence and Wishart, 1988.

INSTITUTO MARIA DA PENHA (IMP): **Conscientização e Empoderamento**, 2018. Disponível: <<https://www.institutomariadapenha.org.br/violencia-domestica/o-que-e-violencia-domestica.html>> Acesso: 06/10/20.

LIMA, C. R. **O Uso da leitura de Imagens como Instrumento para a Alfabetização Visual**. Curitiba: Cadernos PDE, Vol. II, 2008. Disponível: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/2483-8.pdf>>. Acesso em 16/09/20.

MARTINS, F. P. **Misoginia x Patriarcalismo e sua Relação com a Violência de Gênero**. Psicologado, [S.l.], 2016. Disponível < <https://psicologado.com.br/atuacao/psicologia-social/misoginia-x-patriarcalismo-e-sua-relacao-com-a-violencia-de-genero>>. Acesso em 09/09/20.

OLIVEIRA, G. F. Violência de Gênero e a Lei Maria da Penha. Conteúdo Jurídico, Brasília-DF: 06 out. 2010. Disponível: <<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.29209>>. Acesso em: 22.09.20.

SECCATTO, A. G.; NUNES, F. G. **A Educação pelas Imagens: Diálogos sobre as Potencialidades da Linguagem Fotográfica.** Paraná: Revista Espaço Plural, 2015. Disponível: < file:///C:/Users/Comunica%C3%A7%C3%A3o/Downloads/12837-46510-1-PB.pdf >. Acesso em 16/09/20.

THOMPSON, J. **Ideologia e cultura moderna.** Petrópolis: Vozes, 1995.

VAN DIJK, T. **Discurso e poder.** São Paulo: Contexto, 2008.

_____. Semântica do discurso e ideologia. In: PEDRO, E. (Org.). **Análise crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional.** Lisboa: Editorial Caminho, 1997, p. 105-168.

ZUTIM, S. Notícia virtual: **Um Olhar sobre a Linguagem Imagética.** Rio Claro: Stati Unespi , 2009. Disponível <http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/2010/Arte/dissertacao/noticia_virt.pdf>. Acesso em 16/09/20.





DA VULNERABILIDADE SOCIAL À VIOLÊNCIA: MULHERES EM DISCURSOS¹

Adriana Rodrigues de Sousa²

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa, fundamentada na Análise do Discurso Sociolinguística, analisa a construção de imaginários sociodiscursivos em entrevistas etnográficas realizadas com três mulheres dependentes químicas, em recuperação, internas da Casa das Samaritanas, uma entidade de acolhimento feminino, na cidade de Parnaíba-PI. As entrevistas constituíram-se em narrativas de vida que traçaram perfis de sujeitos do discurso que se desdobraram em diferentes vozes sociais, destacando também suas peculiaridades.

Percebe-se que, historicamente, no Brasil, os discursos sobre o papel da mulher na sociedade permeiam o imaginário sociodiscursivo da população. As temáticas sobre a sexualidade, o aborto, os papéis sociais, a inserção no mercado de trabalho, a participação na política, atravessaram os séculos ocupando lugar de destaque nas trocas linguageiras. Embora se reconheça as muitas conquistas femininas ao longo do tempo, o atual estado de crise pelo qual atravessa o país, fez com que os discursos misóginos ressurgissem com uma força avassaladora. Se por um lado, muitas mulheres ocupam posições de destaque, outras continuam em situação de vulnerabilidade social.

No Brasil, a figura da mulher nesta última situação, relaciona-se, majoritariamente, com a pobreza. Apesar da diminuição da desigualdade de gênero nas últimas duas décadas, as mulheres ainda realizam uma série de atividades não remuneradas como “donas de casa”. Por isso mesmo, há uma relação clara de desigualdade acerca da divisão do trabalho entre homens e mulheres (Gomes e Pereira, 2005). Consideramos que toda essa problemática social se instaura através da linguagem e que esta é concebida como a forma material

1 - Trabalho submetido ao GT 09 – Discurso, violência e subjetividade do III Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Mestranda em Letras pelo PPGEL/UFPI. Graduada em Letras-Português pelo PARFOR/UFPI. Professora da Educação Básica no município de Caraúbas – PI. Membro do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Análise do Discurso – NEPAD/UFPI/CNPq. E-mail: adri_adrirodrigues@hotmail.com

do discurso que, por sua vez, consiste na forma material da ideologia. Em virtude dessas constatações, pretendemos investigar, a partir do ponto de vista linguístico-discursivo, como essas mulheres veem o mundo que as cerca.

Temas sociais como a violência e a dependência química se constituem como material concreto e real nesta pesquisa em que os sentidos emergem das relações estabelecidas entre a vida das internas antes de morarem na Casa e a narrativa construída por elas, através das entrevistas, durante o processo de tratamento da adicção, termo relacionado à dependência química, utilizado pela entidade, no processo terapêutico de recuperação das acolhidas.

O discurso feminino, de uma forma geral, tem sido objeto de estudo de diferentes áreas do conhecimento. Em Nogueira (2006), encontramos um importante ensaio sobre o discurso de mulheres em posições de poder, estabelecendo uma articulação da psicologia com as teorias feministas e com perspectivas de cidadania. Rocha-Coutinho (2006), por sua vez, apresenta um estudo mais amplo, relacionando os estudos de gênero, a narrativa oral e a análise do discurso.

Fundamentamo-nos na Teoria Semi linguística (CHARAUDEAU, 2016; 2018), utilizando como categorias de análise, os imaginários sociodiscursivos e os saberes que os constituem. Lançamos mão, ainda, das contribuições teóricas de Machado (2018), Amossy (2016), dentre outros. Tomando como base esse dispositivo, identificamos, através de entrevistas etnográficas, levando em conta as circunstâncias dos discursos que fundamentaram os imaginários sociodiscursivos construídos acerca da mulher e os elementos narrativos envolvidos nessa construção.

A ANÁLISE DO DISCURSO SEMIOLINGUÍSTICA

A Análise do Discurso Semilinguística (doravante ADS) é uma vertente da Análise do Discurso Francesa, desenvolvida pelo linguista francês, Patrick Charaudeau, a partir de sua tese de doutorado, na década de 1980. Dentre as diversas correntes da AD, a teoria charaudeana se distingue por concepções teóricas e metodologias através das quais, entendem que o discurso depende das condições da enunciação e dos interlocutores para quem é dirigido esse discurso. Charaudeau (2016) evidencia o papel do sujeito como a

base de todo ato de linguagem. A significação do mundo é dada pelo material linguageiro da comunicação o qual representa a realidade parcialmente ou em sua totalidade.

Charaudeau (2016) apresenta o campo semiolinguístico integrando duas antinomias que explicam que “o ato de linguagem não pode ser concebido de outra forma a não ser como um conjunto de atos significadores que falam o mundo através das condições e da própria instância de sua transmissão” (CHARAUDEAU, 2016, p. 20). Nessa perspectiva, considera-se uma relação de convergência entre a Semiótica e a Linguística elucidando que uma análise semiolinguística é Semiótica porque seu objeto de estudo se organiza em uma intertextualidade e é Linguística visto que o instrumento utilizado para análise de seu objeto se constitui a partir de uma conceituação de fatos que permeiam o universo da linguagem. A referida teoria deu origem ao que hoje poderíamos chamar de Análise do Discurso Semiolinguística (ADS), na perspectiva de Machado (2016).

Conforme Moura (2012), a linguagem produz sentidos variados, visto que, exerce a função de corresponder a intenções determinadas, decorrentes das interações entre os sujeitos. Segundo Machado (2016), a maneira de se analisar o discurso na TS, se incorpora em uma concepção pragmática vinculada a uma dimensão psicossocial, conciliando nessa combinação, os elementos que compõem a citada teoria e a torna interdisciplinar.

Charaudeau (2016), em seu livro “Linguagem e discurso: modos de organização”, no capítulo “Problemas de abordagem na análise do discurso”, define a semiolinguística como um campo que integra duas antinomias: “do que nos fala a linguagem” e “como nos fala a linguagem” (p. 20, grifos do autor). Estabelecendo uma relação com nosso objetivo de pesquisa, que busca analisar, dentro dos aspectos linguísticos, as estratégias do discurso e como estas condicionam à construção dos imaginários sociodiscursivos e ethos, faz-se necessário dizer que, nessa linha, o analista, ao se deter sobre o discurso (do que nos fala a linguagem), tem como finalidade, identificar as intenções e as estratégias discursivas adotadas por quem as produz (como nos fala a linguagem), levando em conta os componentes da situação comunicativa. Essa esfera situacional, articulada entre os aspectos linguísticos e discursivos é que proporciona uma significação efetiva do estudo da língua e a constituem como fator social. Para Charaudeau:

[...] uma análise semiolinguística do discurso é Semiótica pelo fato de que se interessa por um objeto que só constitui em uma intertextualidade. Esta última depende dos sujeitos da linguagem, que procuram extrair dela possíveis significantes. Diremos também que uma análise semiolinguística do discurso é Linguística pelo fato de que o instrumento que utiliza para interrogar esse objeto é construído ao fim de um trabalho de conceituação estrutural dos fatos linguageiros. (2016, p.21)

A partir dessa afirmação, entendemos que a semiótica e a linguística se completam, ou seja, se integram e se fundamentam, por isso são necessárias aos estudos do campo semiolinguístico. Segundo Procópio (2008), a Análise do Discurso Semiolinguística leva em consideração alguns fatores que restringem e caracterizam as estratégias utilizadas no estudo dos gêneros discursivos: situação de comunicação, a identidade e os papéis dos parceiros, a finalidade do ato comunicativo, as expectativas da interação, a tematização, e as características estruturais do texto. Dentre os principais postulados da ADS estão o ato de linguagem, as circunstâncias de discurso, o processo de semiotização do mundo, as estratégias discursivas, o contrato de comunicação, a situação de comunicação, os sujeitos da linguagem e os imaginários sociodiscursivos. Faz-se necessário destacar que, somente alguns postulados foram incluídos neste estudo, e, é sobre eles que discutiremos a seguir.

O ATO DE LINGUAGEM E AS CIRCUNSTÂNCIAS DE DISCURSO

De acordo com a abordagem da ADS, o ato de linguagem não se mostra pura e simplesmente na configuração verbal, mas também, como resultado de uma dupla dimensão classificada como implícita e explícita. Trata-se de uma configuração indissociável que somada às circunstâncias do discurso e à relação entre os parceiros desse ato, constroem o sentido que é simbolizado pela referência e pela significação. Machado (2019, p.764) explicita que “de todo modo, o ato de linguagem deve ser visto como um ato comunicativo em que o “eu”, ser de fala ou de escrita, se dirige a um “tu”, em determinado local, hora e situação, ato esse carregado de intenções”. Não se trata de um ato em que a mensagem é meramente enviada a um receptor, mas, uma

atividade dialética que se dá através de um processo interrenunciativo de Produção e Interpretação entre quatro sujeitos.

Em virtude de evitar conflitos no entendimento das terminologias, Charaudeau (2001) considera necessário distinguir os conceitos de ato de linguagem, ato de fala e estratégia discursiva. O ato de linguagem trata de uma relação contratual entre parceiros dentro de um duplo circuito (interno e externo) de encenação do *dizer* e *fazer*; o ato de fala, de forma distinta, não configura a totalidade de um ato de linguagem. Mesmo que se relacione ao espaço de encenação do dizer, este ato se constitui através de qualquer fórmula verbal; e, por fim, as estratégias discursivas (legitimidade, credibilidade e captação) que, junto ao *contrato*, se fazem responsáveis por uma *expedição* bem sucedida do ato de linguagem, referindo-se à

postura do sujeito comunicante em relação ao sujeito interpretante, levando em consideração o espaço do dizer e a relação contratual do fazer.

A relação que o sujeito, tanto o enunciador quanto o interpretante, sustenta diante do propósito linguageiro e em face um do outro, é verificada pelas condições de produção/interpretação do ato de linguagem. Essas condições recebem a definição de *circunstâncias de discurso* e se referem aos saberes partilhados entre os protagonistas do ato acerca das práticas sociais pertencentes ao grupo do qual faz parte. Conforme preconiza Charaudeau (2016, p.31), “o saber que os protagonistas da linguagem constroem sobre os diferentes propósitos contidos nas trocas comunicativas não é ligado apenas às referências ou experiências vividas por eles”. Dessa forma, os saberes que os sujeitos comunicantes julgam existir entre eles é que ancoram esse saber ao qual o autor se refere e que estabelecem os *filtros construtores de sentido*. Partindo do princípio de que as *circunstâncias de discurso* tratam de conjuntos de saberes responsáveis pelos filtros construtores de sentido, Charaudeau (2016) explica que, é por meio da situação extralinguística, que a pertinência do ambiente material se dá diante dos propósitos linguageiros empregados pelos atores da linguagem.

AS NARRATIVAS DESVELANDO OS IMAGINÁRIOS

O critério mais relevante para a delimitação desta pesquisa foi a situação de vulnerabilidade e a dependência química das mulheres entrevistadas. O vocábulo “vulnerabilidade” leva em consideração as distintas situações vivenciadas pelos sujeitos para caracterizar esta condição em três dimensões, conforme preconiza o ministério da Saúde (2004): a social, relacionada aos enfoques sociais do sujeito; a programática, que se refere ao entendimento acerca das dificuldades de prevenção e de acesso a serviços e, por fim, a vulnerabilidade individual relativa ao âmbito das crenças, comportamentos e práticas subjetivas. Segundo Charaudeau (2016), as representações sociais interferem na questão identitária do sujeito configurando, dessa forma, os imaginários sociodiscursivos que circulam em determinados grupos sociais.

É através da atividade da linguagem que cada grupo social estabelece e classifica seus objetos de conhecimento, conferindo-lhe valores, a partir de experiências vivenciadas. Os imaginários se constroem relacionando dados racionais e afetivos, a partir dos conhecimentos que temos do mundo, porém, não há total liberdade para o sujeito tematizar seu discurso. A situação de comunicação na qual está inserido o sujeito, impõe a ele e seu interlocutor, um certo propósito de acordo, na construção e intenção do discurso. Os imaginários sociodiscursivos não têm intenção de estabelecer verdade, mas, propor uma visão

de mundo e analisar em qual situação comunicativa eles se inscrevem de acordo com seus testemunhos, conforme propõe Charaudeau (2015, p.207):

Os imaginários sociodiscursivos circulam, portanto, em um espaço de interdiscursividade. Eles dão testemunho das identidades coletivas, da percepção que os indivíduos e os grupos têm dos acontecimentos, dos julgamentos que fazem de suas atividades sociais.

Nesse sentido, o homem constrói seu saber, ao sentir a realidade que a ele se apresenta, através de um sistema de pensamento apreendido por ele no grupo social do qual faz parte. Partindo da noção de representação social, a qual arquiteta os sistemas de saber e fundamenta a noção e classificação dos imaginários sociodiscursivos,

Procópio (2008) explica que esse conceito se constrói através de diversos saberes que estão presentes na sociedade. São eles que nos dão base para compreender os discursos circulantes no meio social e servem como argumentos para a criação desses imaginários. Há vários estudos, em diversas áreas, acerca do conceito de “representação social” como na Sociologia, Psicologia, Antropologia e na Análise do Discurso, sendo esta última, nossa área de maior interesse nesta pesquisa.

Conforme Amossy (2006), as representações são produzidas historicamente e têm como finalidade, produzir uma consciência e um mundo compartilhado internamente pela maioria dos indivíduos desse grupo social, fazendo com que o sujeito seja habitado por elas, de forma coletiva, condicionando-o a produzir uma significação desse mundo e de si mesmo.

A posição do sujeito e as condições de produção que permeiam a realidade por ele interpretada são os elementos que fabricam essa percepção do contexto no qual estão inseridos. As crenças, de acordo com o ponto de vista dos teóricos marxistas da ideologia, se materializam na linguagem e são construídas através desses modelos que exercem um papel de camuflar o real, impondo ao sujeito a percepção de uma realidade única. Um ponto de vista mais subjetivista que relaciona a objeção a mudanças e a contrariedade ao que é novo, a uma ideologia que executa uma função de orientação do comportamento de grupos sociais condicionando-os a essa resistência (CHARAUDEAU, 2015).

Segundo Spradley, a cultura é “o conhecimento adquirido previamente que as pessoas usam para interpretar experiências e gerar comportamentos” (p.5). É necessário se compreender que essa pesquisa deve se configurar como um mecanismo de análise dos discursos sociais que precisam de um contexto definido possibilitando, dessa forma, uma compreensão do universo feminino e de suas reais necessidades, através dos saberes de conhecimento e de crença, dando a esses processos discursivos, uma interação com o mundo, enquanto realidade, e da linguagem como fator e produto social.

Os saberes sociais, constituídos a partir das representações se estruturam dentro do discurso, já que não existem fora dele, atuando como um meio simplificado de crenças e conhecimentos com o intuito de conduzir, de forma prática, a orientação e atuação dos indivíduos no mundo que o cerca. Conforme Charaudeau (2015), os saberes são

maneiras de dizer configuradas pela linguagem e dependentes dela cooperando para a construção de um sistema de pensamentos. Ao discutir sobre saberes, enquanto representações sociais, o autor situa a noção de imaginários dentro do arcabouço da análise do discurso, em especial, na Teoria Semiológica. É através de uma racionalização discursiva que se constrói o real como um universo significado. São denominados de “imaginários discursivos”, no entanto, pelo fato de circularem no interior de um grupo social, são intitulados de “imaginários sociodiscursivos”.

De acordo com Charaudeau (2015), a construção dos imaginários sociodiscursivos se agrupa em dois tipos de saberes: os saberes de conhecimento e os saberes de crença, definidos pelo autor como:

Os *saberes de conhecimento* visam a estabelecer uma verdade sobre os fenômenos do mundo. Eles são oferecidos como existindo além da subjetividade do sujeito, pois o que funda essa verdade é algo exterior ao homem. Esses saberes dizem respeito aos fatos do mundo e à explicação que se pode dar sobre o porquê ou o como desses fenômenos. [...] Os *saberes de crença* visam a sustentar um julgamento sobre o mundo. Referem-se, portanto, aos valores que lhe atribuímos e não ao conhecimento sobre o mundo, que é um modo de explicação centrado na realidade e que, supostamente, não depende de julgamento humano [...] (p.197 e 198, grifos do autor).

De acordo com Procópio (2008), princípios relacionados à racionalidade e afetividade na simbolização do mundo e das relações que o permeiam corroboram os imaginários sociodiscursivos. Estes são criados e apregoados pelos discursos circulantes no meio social. Assim, os saberes de conhecimento e os saberes de crença fundamentam as estruturas sociais, demarcando ideias e valores, construindo o real como universo de significação.

O modelo de relação determinante entre o sujeito e o mundo é o que diferencia, essencialmente, os saberes de conhecimento e os saberes de crença. No primeiro, o mundo se sobrepõe ao homem, a partir da verificação comprovada, relacionando os modos de ver e de dizer das ciências, por meio de teorias e procedimentos metodológicos (saberes científicos), fundamentando e legitimando um argumento; ou, experimentada e universalmente compartilhada sem compromisso com a comprovação acerca dos esclarecimentos e explicações do mundo. No segundo, o homem é que se sobrepõe ao

mundo trazendo uma explicação deste, a partir do ponto de vista do sujeito, não sendo, portanto, verificável. Conforme Charaudeau (2015), a utilização desses saberes se dá por adesão dos indivíduos através de uma dimensão associada à *revelação*, num ambiente de explicações fundamentadas e reconhecidas fora do sujeito, sem comprovação, encaradas como verdadeiras pelo indivíduo e, associada à *opinião*, numa esfera em que um determinado sujeito se impõe ao mundo por meio de um engajamento, tomando partido para expressar um julgamento sobre os fatos do mundo.

De acordo com Charaudeau (2017), para haver uma justificação para uma adesão ao saber de revelação, é necessário que existam textos que confirmem e testemunhem essa verdade, de certa forma, “transcendental”, apresentando um atributo sagrado e absoluto. São as doutrinas (religiosas ou profanas) que desempenham esse papel de referência aos valores aderidos pelos sujeitos. “as doutrinas são um saber de opinião maquiado como saber de conhecimento e são usadas como modelo de pensamento e de comportamento para os indivíduos que vivem em sociedade” (SILVA, 2017, p.30). Segundo Charaudeau (2011), elas apresentam características em comum com as ideologias, já que, segundo o autor, essas últimas fundam um “conjunto de representações sociais” que se reúnem numa sistematização de convicções partilhadas.

Os saberes científicos ou de experiência não são completamente fechados, pois, podem ser colocados à prova e contestados a partir de uma nova teoria ou método que refute sua validade, ao contrário do saber de revelação, o qual é plenamente fechado acerca de uma evidência sustentada por enunciados de valor, aderidos pelo sujeito, através de uma verdade revelada. Nesse sentido, podemos inferir que a ideologia é um sistema de pensamento heterogêneo, pois se constrói por saberes de conhecimento, como também, por saberes de crença.

No que tange os saberes de opinião, entendemos que sua construção se dá por motivações variadas e distintas, resultando de um movimento de apropriação de um sujeito acerca de um saber dentre aqueles que circulam em meio aos grupos sociais. A base de sustentação dos argumentos está em lógicas afetivo-rationais: necessidade, probabilidade, verossimilhança. Esse saber é, ao mesmo tempo, pessoal e social. Embora se trate de um julgamento de um sujeito específico, este faz uso dos saberes circulantes. Acerca desse saber “quando aparece sob uma enunciação generalizante, como no

caso dos provérbios, máximas e ditados, o sujeito sabe que esse saber é discutível, comprovam o fato de que a todo provérbio responde um contraprovérbio” (CHARAUDEAU, 2017, p.584-585).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, por considerar aspectos subjetivos por abordar representações sociais, crenças e opiniões relacionadas a um meio social. Ela leva em consideração todos os componentes de uma situação de comunicação em suas interações e influências recíprocas, ou seja, defende uma visão holística dos fenômenos estudados. Por se tratar também de uma pesquisa de campo, que estabelece relações com pessoas, fizemos uso da etnografia.

Para isso, consideramos necessário montar um *corpus* representativo, constituído por entrevistas gravadas com três mulheres moradoras da instituição. Para a realização da coleta de dados, seguimos os passos seguintes: observação participante, entrevistas etnográficas, narrativas e registro das atividades diárias realizadas pela Casa, durante dois meses. As entrevistas foram realizadas entre os dias 02 e 10 de março de 2020. Para seleção da amostra, adotamos critérios tais como: idade, grau de escolaridade e o tempo no qual as internas estão na Casa. As entrevistas tiveram um roteiro previamente elaborado contendo os seguintes direcionamentos: falar sobre a condição econômica e familiar antes de entrar numa situação de vulnerabilidade social; acontecimentos que as levaram a essa condição; motivos que as fizeram buscar o acolhimento na Casa das Samaritanas; projeções para um futuro fora da instituição.

O roteiro auxiliou no sentido de conduzir as entrevistadas para que tivessem a possibilidade de se situarem dentro de suas próprias narrativas. Para efeito de anonimização, os nomes foram omitidos, sendo substituídos por nomes de flores: Girassol, Orquídea e Tulipa.

OS IMAGINÁRIOS SOCIODISCURSIVOS E A QUESTÃO DE GÊNERO

A Casa das Samaritanas surgiu com a finalidade de atender ao público feminino, visto que, em Parnaíba, não havia espaço para acolhimento de mulheres. A situação de risco na qual vivem, antes de chegarem à entidade, diverge do universo masculino. Nesse sentido, percebemos que as narrativas revelam imaginários sociodiscursivos que circulam na sociedade, por exemplo: para ter acesso às drogas, as práticas se diferenciam quando homens e mulheres são separados em grupos distintos. Os homens praticam roubos e furtos; as mulheres comercializam o próprio corpo: *“a oportunidade de ter o dinheiro na mão porque andava com traficantes”*; *“tive acesso...”*.

A oportunidade de ter o dinheiro na mão porque eu andava com traficantes e eu pude consumir porque eu tive esse acesso...**primeiro vem** o cigarro, **logo depois** vem a maconha, **vamos cheirar** um loló, **depois** do loló, **vem a cocaína e por final de tudo**, eu conheci o crack...que foi a minha derrota. (Orquídea)

De tudo, fumar cigarro, beber, eu comecei aos 13, 14 anos, adolescente mesmo, e o crack...eu conheci o crack, já tinha 18, 19 anos...foi quando o crack realmente chegou em Parnaíba. (Orquídea)

Procuramos demonstrar as sequências e os princípios narrativos que organizaram a fala das entrevistadas, mostrando uma cronologia contínua nas narrativas, com progressão e ritmo em expansão. Esses elementos nos informaram o quanto as lembranças estão arraigadas na memória das acolhidas configurando os saberes de conhecimento (nesse caso, saber de experiência) na explicação de como se dá o processo do vício, através de conectivos linguísticos: *“primeiro vem...”*; *“logo depois vem...”*; *“depois do loló, vem a cocaína...”* *“e por final de tudo...”*. A encenação narrativa revela parceiros e protagonistas inscritos numa situação de comunicação na qual o narrador conta sua própria história através de pontos de vista internos e subjetivos. Esses procedimentos dizem respeito à identidade das entrevistadas, da posição de vulnerabilidade na qual se encontram e as visões de mundo que elas constroem a partir disso. Todas são mães e, embora estejam numa condição vulnerável, não se abstém da responsabilidade que,

ancorada nos saberes de crença de revelação, delegam à mãe o papel de cuidadora basilar. Esses saberes são revelados pelas ações que deixaram de ser realizadas ou passarão a ser.

Eu fumei, tava buchuda, **quando tive o menino fumei mais não...**parei de fumar...**depois do resguardo, fumei de novo.**
(Girassol)

Arrumar uma casa pra mim. **Pra eu mais o meu filho.**
(Girassol)

Quero ver meus filhos formados...eu tenho um sobrinho que tá em Goiânia fazendo doutorado em matemática e o maior sonho dele é eu tá lá com ele...(Orquídea)

Eu tô com as duas filhas minhas...vou levando a vida com as meninas. (Tulipa)

Os imaginários sociodiscursivos são construídos por diversos tipos de saber que respaldam os discursos que circulam em nosso meio social. Em nossa análise, o saber de crença de revelação ancorado em princípios e ideologias, se destaca nos discursos das entrevistadas, pois entendemos que as subjetividades se constituem a partir de um universo partilhado e construído socialmente.

Os resultados apontaram para a construção de imagens antagônicas, visto que identificamos passagens que demonstram resignação, vergonha e impotência em outros momentos, empoderamento, esperança e superação. Estas imagens, construídas a partir da ótica das mulheres acolhidas, forneceram elementos para um conhecimento e um reconhecimento delas próprias, fortalecendo suas identidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa procurou analisar a construção dos imaginários sociodiscursivos, a partir das visões de mundo que essas mulheres compartilham entre si e com o universo no qual estão inseridas. Essas mulheres fundamentam suas crenças nas suas próprias experiências, evidenciando, dessa forma, a insegurança e o sentimento de desamparo, por ser mulher e dependente química numa sociedade tão desigual e preconceituosa. Por outro lado, o fato de ter um lugar de apoio, com a possibilidade de serem vistas com outro olhar, desperta um sentimento de esperança.

Conhecer e estudar as narrativas de vida de mulheres em situação de vulnerabilidade social é um modo de compreender experiências e visões de mundo peculiares a essa condição, como também, problemáticas inerentes ao gênero feminino, contribuindo para uma discussão necessária acerca do tratamento desigual entre homens e mulheres, tanto na condição de vulneráveis como no meio social, de maneira geral.

Dar visibilidade a ações como esta, através de uma pesquisa científica, é uma forma de trazer à baila, discursos reais, de pessoas vitimizadas e oprimidas por uma sociedade tão desigual, preconceituosa e misógina, possibilitando, através da linguagem, grandes transformações sociais e humanas. Há poucas pesquisas, no universo da teoria Semiolinguística, que investigam como se dá a percepção do universo feminino, a partir da ótica das próprias mulheres, e a possibilidade de relacionar a linguagem com sua exterioridade, numa perspectiva funcional é de grande valia, tanto para o universo acadêmico, quanto para o social.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. **A argumentação no discurso**. São Paulo: Contexto, 2016.

ARISTÓTELES. **Retórica**. Lisboa: Imprensa nacional – Casa da Moeda, 2005.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. Tradução Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. 2 ed. São Paulo: Conceito, 2015.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. (Coordenação da equipe de tradução de Ângela M. S. Corrêa e Ida Lúcia Machado). 2ª ed. 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2016.

CHARAUDEAU, Patrick. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. Traduzido por André Luiz Silva e Rafael Magalhães Angrisano. *Entrepalavras*, Fortaleza, v. 7, p. 571-591, jan./jun. 2017.

GOMES, Mônica Araújo; PEREIRA, Maria Lúcia Duarte. Família em situação de vulnerabilidade social: uma questão de políticas públicas. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 357-363, Apr. 2005. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232005000200013&lng=en

&nrm=iso>. access on 19 Aug. 2020. <https://doi.org/10.1590/S1413-81232005000200013>.

MACHADO, Ida Lucia. **Reflexões sobre uma corrente de Análise do Discurso e sua aplicação em narrativas de vida**. Coimbra, Portugal: Grácio editor, 2016.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (orgs.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2015. p. 11-29.

MOURA, João Benvido de. **Análise discursiva de editoriais do Jornal Meio Norte, do Estado do Piauí**: a construção de imagens e as emoções suscitáveis através da argumentação. 2012. Tese (Doutorado em Linguística). Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG, Belo Horizonte-MG.

MOURA, João Benvido de; BATISTA JÚNIOR, José Ribamar Lopes; LOPES, Maraisa. **Discurso, memória e inclusão social**. Recife: Pipa Comunicação, 2015.

Nogueira, M. (2006). Os discursos das mulheres em posições de poder. *Cadernos De Psicologia Social Do Trabalho*, 9(2), 57-72. <https://doi.org/10.11606/issn.1981-0490.v9i2p57-72>

PROCÓPIO, Mariana Ramalho. **O ethos do homem do campo nos quadrinhos de Chico Bento [manuscrito]**. 2008. 142 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras, Minas Gerais. 2008.

ROCHA-COUTINHO, Maria Lúcia. A narrativa oral, a análise de discurso e os estudos de gênero. **Estud. psicol. (Natal)**, Natal, v. 11, n. 1, p. 65-69, Apr. 2006. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-294X2006000100008&lng=en&nrm=iso>. access on 19 Aug. 2020. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2006000100008>.

SILVA, Marta Aguiar da. **Imaginários sociodiscursivos da mulher em situação de rua na mídia**: uma análise discursiva de notícias de jornais impressos de Minas Gerais e Rio de Janeiro. 2017. 158f. Dissertação (Mestrado em Letras) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa. 2017. Disponível em <https://www.locus.ufv.br/handle/123456789/11703> Acesso em 05 de julho de 2020.

SPRADLEY, J. **The ethnographic interview**. Forth Worth: Hancourt Brace Jovanovich College, 1979.

AS NOTÍCIAS CIENTÍFICAS NO WEBJORNALISMO DO PORTAL PIAUIENSE GP¹

Isla Adriana Fonteneles Gadêlha²
Cristiane Portela de Carvalho³

INTRODUÇÃO

A Ciência, apesar de ser uma área vasta que apresenta informações relevantes para a sociedade e dissemina conhecimento todos os dias, ainda possui espaço pequeno dentro dos meios de comunicação de massa. Ao longo dos anos, cientistas e jornalistas trabalham em conjunto para que esta modalidade chegue com mais facilidade e seja transmitida de maneira simples às pessoas, surgindo, assim, o Jornalismo Científico (JC). Bertolli Filho (2006, p. 3) explica que essa área do jornalismo “trata de temas complexos de ciência e tecnologia e que se apresenta, no plano linguístico, por uma operação que torna fluida a leitura e o entendimento do texto noticioso por parte de um público não especializado”, obedecendo a preceitos exigidos para a produção de um texto jornalístico.

Uma das maneiras mais ágeis de propagar o conhecimento científico é a internet, através do Webjornalismo, ou seja, o jornalismo praticado na internet e que possui grande alcance junto a todos os tipos de público. Canavilhas (2004, p. 2) destaca que “a web, por exemplo, entrou rapidamente nas rotinas de produção noticiosa, pois permitiu reduzir o tempo de pesquisa que antecede qualquer trabalho. Com um vasto repositório de informação disponível 24 horas por dia e à distância de um simples gesto, tudo se tornou mais fácil”. Obedecendo a alguns critérios, tais como senso de impacto, *timing*, significado e proximidade com o leitor, as notícias são publicadas a todo o momento na web, com objetivo de deixar o internauta sempre conectado e informado.

1 - Trabalho apresentado no GT 2 - Discurso e Narrativas Midiáticas - do III Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Graduanda do Curso de Comunicação Social - Habilitação Jornalismo - da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (2019-2020) da UFPI (PIBIC/UFPI). Teresina-PI, Brasil. E-mail: fontenelesisla@gmail.com.

3 - Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Docente do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Orientadora da pesquisa. Teresina-PI, Brasil. E-mail: crisportela14@yahoo.com.

Devido à quantidade de possibilidades que possuem, os portais são os preferidos para consumo de informações, como destaca Ferrari (2009, p. 30): “o conteúdo jornalístico tem sido o principal chamariz dos portais. Pela possibilidade de reunir milhões de pessoas conectadas ao mesmo tempo, os sites do gênero assumiram o comportamento de mídia de massa”.

Outras ferramentas que a internet possibilita ao Webjornalismo são os recursos multimidiáticos. Assim, o jornalista pode repassar as informações diárias por meio não só de texto, mas também pode utilizar fotos, áudios, vídeos, *hiperlinks*, dentre outros. “No contexto do webjornalismo, a multimedialidade caracteriza a convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico em um mesmo suporte” (MIELNICZUK, 2003, p. 48).

Seletividade, informação atrativa, fidelidade na escrita, dentre outras, são características que todo jornalista deve ter, como descreve Lage (2014, p. 21):

saber selecionar o que interessa e é útil ao público (o seu público, o público-alvo); buscar a associação entre essas duas qualidades, dando à informação veiculada a forma mais atraente possível; ser verdadeiro quanto aos fatos [...] e fiel quanto às ideias de outrem que transmite ou interpreta; admitir a pluralidade de versões para o mesmo conjunto de fatos, o que é um breve contra a intolerância; e manter compromissos éticos com relação a prejuízos causados a pessoas, coletividades e instituições por informação errada ou inadequada a circunstâncias sensíveis.

No JC, além de obedecer aos critérios básicos para a produção de conteúdo na web, o jornalista torna-se uma espécie de “tradutor” na hora de repassar as informações vindas dos pesquisadores e cientistas, para que haja entendimento do grande público e, assim, maior alcance dessas matérias. “O casamento maior da ciência e do jornalismo se realiza quando a primeira, que busca conhecer a realidade por meio do entendimento da natureza das coisas, encontra no segundo fiel tradutor, isto é, o jornalismo que usa a informação científica para interpretar o conhecimento da realidade” (OLIVEIRA, 2002, p. 43).

Com isso, é necessário que o jornalista possua uma espécie de *feeling* específico e maior domínio sobre assuntos discutidos no meio científico. Para Bertolli Filho (2006, p. 1), “nos últimos anos as

empresas de comunicação passam a buscar, com maior insistência, profissionais que demonstrem capacidade de compreensão do discurso científico e habilidade para repassar os conteúdos para um público interessado em se inteirar sobre as últimas novidades da ciência”.

Além disso, é necessário destacar que o jornalista científico deve entender que há duas maneiras distintas de falar sobre ciência: a divulgação científica e a comunicação científica. A primeira está ligada à utilização de técnicas e recursos para a veiculação de informações sobre ciência, tecnologia ou áreas afins, ao público leigo, já a segunda “diz respeito à transferência de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações e que se destinam aos especialistas em determinadas áreas do conhecimento” (BUENO, 2010, p. 2).

Dentro dos portais brasileiros, o JC ainda procura se encaixar, pois ainda não há equipes de jornalistas que trabalhem exclusivamente nesta área, diferentemente de outras editorias, como Política, Polícia, Entretenimento, etc. No JC brasileiro, de maneira geral, ainda predominam matérias feitas por grandes veículos de comunicação localizados principalmente no eixo Rio - São Paulo.

É importante ressaltar, no entanto, que a publicação de conteúdos científicos em portais de grande alcance contribui para deixar os leitores mais informados sobre assuntos, como saúde, meio ambiente e outros, que causam impactos na vida da sociedade como um todo. Para Bueno (2010, p. 4), “a divulgação da C&T pela imprensa (que ocorre prioritariamente graças ao jornalismo científico) incorpora novos elementos ao processo de circulação de informações científicas e tecnológicas porque estabelece instâncias adicionais de mediação”.

No JC, os cientistas e pesquisadores são fontes essenciais para fornecer informações que completam as notícias científicas. Por isso, o bom relacionamento entre estes profissionais e os jornalistas é fundamental para que o compartilhamento de dados ocorra de forma eficaz.

Dessa forma, a presente pesquisa analisa as matérias de cunho científico divulgadas no portal de notícias piauiense GP1, que se encontra entre os mais acessados do Estado e possui uma editoria específica sobre Ciência & Tecnologia (C&T).

Apesar da existência desta editoria, o número de matérias coletadas na pesquisa ressalta a ideia de que o JC ainda é pouco divulgado pelo portal analisado. Apenas 19 matérias de cunho científico foram publicadas pelo GP1 nos meses de outubro e novembro de 2019. A análise qualitativa da pesquisa considerou os seguintes critérios: uso das fontes de informação e dos recursos multimidiáticos. Para isso, a metodologia utilizada é a Análise de Conteúdo (AC), pois permite apresentar os resultados quantitativos e qualitativos da pesquisa.

A análise quantitativa trata da frequência com que as notícias sobre ciência são publicadas pelo portal e, conseqüentemente, a importância dada a este tipo de conteúdo. E a análise qualitativa permite criar categorias temáticas das matérias, além de entender a maneira como são apresentadas ao público, a partir do uso das fontes de informação e dos recursos multimidiáticos utilizados para explicar, de maneira dinâmica e descomplicada, os assuntos científicos.

A DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA NO WEBJORNALISMO

Com a chegada do Webjornalismo na *World Wide Web*, no fim do século XX, tudo se tornou mais rápido, interativo e “palpável”. Veículos de informação brasileiros, como o Jornal do Brasil e Folha de S. Paulo, que já possuíam grande alcance em versão impressa, foram os primeiros a entrar no mundo virtual e perceber o poder do jornalismo online.

Ainda pouco explorada, a ferramenta era utilizada apenas como uma espécie de periódico, onde havia a divulgação de conteúdos já apresentados em outros veículos (impressos, rádio e televisão), como destaca Mielniczuk (2003, p. 3):

num primeiro momento, os produtos oferecidos eram reproduções de partes dos grandes jornais impressos, que passavam a ocupar o espaço na internet. É muito interessante observar as primeiras experiências realizadas: o que era chamado então de “jornal online”, na web, não passava da transposição de uma ou duas das principais matérias de algumas editorias.

Apesar do modo de repassar informações ser considerado inovador, principalmente no mundo do jornalismo, a tática de apenas

reproduzir conteúdos dentro da internet não agradou muito o público e logo se tornou desnecessária. Canavilhas (2001, p. 2) explica que:

apesar do inquestionável interesse da difusão destes conteúdos à escala global, é um completo desperdício tentar reduzir o novo meio a um simples canal de distribuição dos conteúdos já existentes. Olhar para o actual jornalismo online é algo semelhante a imaginar a transmissão de um telejornal onde alguém lê simplesmente um jornal frente a uma câmara.

Sendo assim, explorando as diversas possibilidades do Webjornalismo, como velocidade, instantaneidade, maior interatividade, os veículos de informação adentraram neste mundo e logo passaram a produzir conteúdos específicos para o meio online. Canavilhas (2004) explica também que:

a avalanche informativa, o aumento da velocidade noticiosa e as novas formas de contactar os agentes da notícia são apenas algumas das alterações sofridas pelo jornalismo em consequência do aparecimento da Internet. Por isso, o impacto das novas tecnologias na prática jornalística tornou-se um novo e vasto campo de pesquisa para os investigadores do fenómeno. (CANAVILHAS, 2004, p. 4).

A interatividade, por exemplo, pode ser considerada como um dos principais elementos dentro da web, pois possibilita a interferência direta do internauta, que pode “participar” dos conteúdos acessados. Barbosa (2001, p. 5) destaca que a interação acontece:

seja através de e-mail à redação, sugerindo assuntos a serem abordados, de mensagem enviada diretamente ao redator da matéria, ou ainda através da opção “envie seus comentários sobre esta matéria” [...] o leitor terá participação ativa, interferindo no conteúdo e opinando diretamente na produção da informação e [...] com o uso de outras ferramentas como os hipertextos e hiperlinks o jornalista pode fornecer conteúdo de notícia original – tanto através de hiperlinks para documentos e informações em bancos de dados como para matérias de editorias diferentes mas que se complementam entre si, dando ao leitor maior chance de análise e de conhecimento sobre determinado assunto ou fato. (BARBOSA, 2001, p. 5).

Com isso, os portais podem explorar ainda mais as possibilidades que o Webjornalismo oferece, como a grande quantidade de recursos

multimidiáticos (fotos, vídeos, *hiperlinks*, etc.), que deixam as notícias ainda mais completas e interativas. Essa multimídia nada mais é que a junção de formatos já trabalhados nas mídias tradicionais – texto, imagem, áudio – em um único local, ou seja, na internet. Para Canavilhas (2001, p. 5):

o jornalista passa a ser um produtor de conteúdos multimídia [...] Por sua vez, o utilizador do serviço não pode ser identificado apenas como leitor, telespectador ou ouvinte já que a webnotícia integra elementos multimídia, exigindo uma “leitura” multilinear. A utilização destes recursos obedece a critérios directamente ligados com o conteúdo informativo e com as características daqueles elementos multimídia.

Com essas ferramentas, os portais podem criar conteúdos direcionados a todos os tipos de público, a partir de editorias específicas, como Moda, Política, Polícia, Cidades, etc. É neste contexto que o JC, mesmo que ainda a passos lentos, ganha mais visibilidade. Segundo Oliveira (2002, p. 10), “o JC ainda está engatinhando no Brasil [...] é necessário termos uma cultura científica no país, como temos a do futebol, e mostrar que a divulgação científica tem tudo a ver com cidadania”.

O JC é um gênero jornalístico que aborda temas nas áreas de Ciência e Tecnologia (C&T), tornando o conhecimento científico, obtido através de pesquisas e estudos feitos por cientistas e pesquisadores, mais acessível e o divulgando de forma clara para um público não familiarizado com a linguagem científica e/ou com assuntos abordados nesta área. Para Bertolli Filho (2006, p. 3):

a condição de gênero implica que o jornalismo científico atua, em princípio, em conformidade com os procedimentos rotineiros de qualquer outra expressão jornalística. O contato com as fontes, a obtenção e checagem das informações e a formatação do texto noticioso, com o emprego de um vocabulário de fácil compreensão são algumas das tarefas requeridas do jornalista, qualquer que seja a especialidade.

Oliveira e Noronha (2005) acreditam que o surgimento das plataformas online ajudou tanto no compartilhamento de notícias sobre C&T para o grande público como na comunicação entre os pesquisadores dessas áreas.

A comunicação científica, como processo fundamental no desenvolvimento científico, se beneficiou com o surgimento das comunicações em rede, pela agilização da comunicação, compartilhamento de informações e interligação de pesquisadores e instituições. O próprio conceito sob o qual foi desenvolvida a Internet e a Web influenciaram as modificações ocorridas, pois desde seu surgimento a rede foi utilizada pelos cientistas para agilizar e otimizar suas comunicações. (OLIVEIRA; NORONHA, 2005, p. 88).

Bueno (2009, p. 119) acredita que “a evolução do jornalismo científico brasileiro está também em sintonia com a própria evolução da indústria da comunicação em nosso país, que tem experimentado, sobretudo, nas últimas décadas, uma mudança drástica, no sentido de uma profissionalização e de uma segmentação crescentes”. O autor destaca ainda que o número de títulos relacionados à C&T cresce consideravelmente, principalmente nos veículos especializados. Assim, alguns espaços específicos na chamada imprensa de informação geral se destacaram ao longo dos anos.

Para que as matérias de cunho científico sejam publicadas é necessário (como em todas as outras áreas do jornalismo) que se encaixem em alguns critérios, como senso de oportunidade (quando assuntos já publicados voltam a despertar interesse no mundo da ciência), *timing* (quando um evento diferente chama a atenção pública), impacto (quando se percebe que um determinado tema pode atrair a atenção do público), interesse humano (matérias que envolvem as emoções humanas), dentre outros.

Apesar do crescimento do JC, nas últimas décadas, dentro dos meios de comunicação e dos avanços na área para chegar ao grande público, Bueno (2009, p. 121) relata que:

é necessário reconhecer que o trabalho de divulgação científica, no Brasil, continua sendo obstaculizado pela ausência de uma “cultura de comunicação” nos nossos principais centros geradores de C&T (universidades, institutos e empresas de pesquisa), que, em sua maioria, ainda não elegeu a democratização do conhecimento científico como uma de suas prioridades e que pratica a doutrina do *low profile* no que diz respeito à interação com a sociedade.

Há ainda algumas questões que dificultam o trabalho do jornalista que cobre ciência, principalmente na hora de conseguir

informações, pois há, por exemplo, fontes inacessíveis. No JC brasileiro, grande parte do conteúdo é reproduzida, muitas vezes, de fontes externas, com base em estudos feitos fora do país. Como destaca Bueno (2009, p. 122), “o jornalismo científico brasileiro ainda mantém sua posição de dependência em relação a fontes externas, repercutindo, prioritariamente, a ciência e a tecnologia que são produzidas no mundo desenvolvido, subestimando, em grande parte, a contribuição brasileira, notadamente a que ocorre fora do eixo Rio – São Paulo”.

Como já abordado anteriormente, esta área, porém, vem crescendo e conquistando espaço dentro dos meios de comunicação, ainda que a passos lentos. Oliveira (2002, p. 14) explica que “a divulgação científica aproxima o cidadão comum dos benefícios que ele tem o direito de reivindicar para a melhoria do bem-estar social”. A autora acredita que o JC pode contribuir também para uma visão mais clara da realidade, pois permite que as pessoas localizem com clareza as causas e os efeitos dos problemas que enfrentam na vida cotidiana.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Após extensa revisão de literatura, incluindo teóricos importantes do JC e do Webjornalismo, que expressam opiniões consideráveis acerca do assunto discutido, esta pesquisa coletou e quantificou as matérias de cunho científico publicadas no portal GP1, nos meses de outubro e novembro de 2019, perfazendo um total de 19 matérias (Tabela 1).

Quadro 1: Corpus da Pesquisa

Título da Matéria - Portal GP1	Data
Vacina para rinite reduz significativamente número de crises alérgicas	04/10/2019
Nobel de saúde vai para pesquisa que ajuda no combate ao câncer	07/10/2019
Nobel de Química vai para desenvolvimento de baterias usadas em celulares	09/10/2019
Brasil tem mais de 83 mil km de rios poluídos, aponta ANA	09/10/2019
Olga Tokarczuk e Peter Handke ganham o Prêmio Nobel de Literatura	10/10/2019
Brasileiro com câncer terá alta após terapia genética obter sucesso	11/10/2019
Pesquisadores atingem feito histórico na computação quântica	23/10/2019
Isopor se degrada mais rápido do que a ciência pensava, diz estudo	29/10/2019
Com manchas de óleo, Maragógi decreta estado de alerta máximo	30/10/2019
Azevedo admite que manchas de óleo podem chegar a região Sudeste	31/10/2019
Navio grego é principal suspeito por vazamento de óleo, diz PF	01/11/2019
Pesquisadores brasileiros dizem que óleo apareceu antes de navio grego	06/11/2019
Chega a 409 número de localidades afetadas por óleo no Nordeste	08/11/2019
Produção cresce mais que capacidade para lidar com lixo no Brasil	08/11/2019
Dia Mundial da Diabete: conheça algumas complicações da doença	14/11/2019
Aquecimento global é suspeito de fazer vírus cruzar oceanos	18/11/2019
Desmatamento da Amazônia subiu quase 30% em um ano, diz Ibope	18/11/2019
Manchas de óleo deixam 17 praias impróprias para banho no Nordeste	20/11/2019
Estudo da Nasa mostra que a Amazônia já está mais seca e vulnerável	24/11/2019

Fonte: quadro elaborado pelas autoras.

As 19 matérias coletadas foram divididas, de acordo com a temática explorada, em quatro categorias, a saber: Meio Ambiente, Pesquisas, Saúde e Genética. Tendo sido contabilizadas 11 matérias na categoria Meio Ambiente, quatro em Pesquisas, três na categoria Saúde e apenas uma na categoria Genética, conforme mostra a Tabela 2.

Quadro 2: Categorias Temáticas

Categoria	Matéria - Portal GPI
Meio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> - Brasil tem mais de 83 mil km de rios poluídos, aponta ANA (09/10/2019) - Isopor se degrada mais rápido do que a ciência pensava, diz estudo (29/10/2019) - Com manchas de óleo, Maragogi decreta estado de alerta máximo (30/10/2019) - Azevedo admite que manchas de óleo podem chegar a região Sudeste (31/10/2019) - Navio grego é principal suspeito por vazamento de óleo, diz PF (01/11/2019) - Pesquisadores brasileiros dizem que óleo apareceu antes de navio grego (06/11/2019) - Chega a 409 número de localidades afetadas por óleo no Nordeste (08/11/2019) - Produção cresce mais que capacidade para lidar com lixo no Brasil (08/11/2019) - Desmatamento da Amazônia subiu quase 30% em um ano, diz ibope (18/11/2019) - Manchas de óleo deixam 17 praias impróprias para banho no Nordeste (20/11/2019) - Estudo da Nasa mostra que a Amazônia já está mais seca e vulnerável (24/11/2019)
Pesquisas	<ul style="list-style-type: none"> - Nobel de Química vai para desenvolvimento de baterias usadas em celulares (09/10/2019) - Nobel de saúde vai para pesquisa que ajuda no combate ao câncer (07/10/2019) - Olga Tokarczuk e Peter Handke ganham o Prêmio Nobel de Literatura (10/10/2019) - Pesquisadores atingem feito histórico na computação quântica (23/10/2019)
Saúde	<ul style="list-style-type: none"> - Vacina para rinite reduz significativamente número de crises alérgicas (04/10/2019) - Dia Mundial da Diabete: conheça algumas complicações da doença (14/11/2019) - Aquecimento global é suspeito de fazer vírus cruzar oceanos (18/11/2019)
Genética	<ul style="list-style-type: none"> - Brasileiro com câncer terá alta após terapia genética obter sucesso (11/10/2019)

Fonte: quadro elaborado pelas autoras.

A análise qualitativa explorou o uso das fontes de informação e dos recursos multimidiáticos presentes nas matérias coletadas. Para tanto, fez uso da Análise de Conteúdo (AC), visto que esta engloba “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens” (BARDIN, 2016, p. 48).

Assim, a AC prevê três fases fundamentais: - pré-análise (organização); - exploração do material (onde são escolhidas as unidades de codificação); - tratamento dos resultados (inferência e interpretação). Ou seja, a AC permite que o pesquisador consiga aprofundar-se no conteúdo estudado.

SOBRE O PORTAL GP1

O GP1 Piauí é considerado um dos portais de notícias mais acessados pelo público piauiense, levando informações diárias para milhares de internautas. Possui 18 editorias que tratam dos mais diversos assuntos, como política, saúde, esporte, notícias locais e nacionais, dentre outras.

O portal também é um dos poucos que abordam assuntos relacionados à Ciência e Tecnologia (C&T) dentro do Estado. Apesar da maioria das suas publicações serem replicadas de outros veículos nacionais, como o portal do grupo Estadão, o GP1 dedica uma editoria exclusiva para assuntos científicos, com publicações semanais. Isso pode demonstrar uma “tímida” tentativa do webjornalismo local apostar neste segmento.

AS NOTÍCIAS CIENTÍFICAS NO PORTAL GP1

Na coleta de dados, realizada durante os meses de outubro e novembro de 2019, foram encontradas 19 notícias científicas, sendo 10 publicadas em outubro e 09 em novembro. Essas notícias foram divididas em quatro categorias: Meio Ambiente, Pesquisas, Saúde e Genética. Tendo sido contabilizadas 11 matérias na categoria Meio Ambiente, quatro em Pesquisas, três na categoria Saúde e apenas uma matéria na categoria Genética, conforme já mencionado anteriormente.

No portal GP1 as notícias de cunho científico estão localizadas na editoria Ciência & Tecnologia (C&T), onde toda semana é publicada pelo menos uma matéria referente ao tema. Isso mostra que, embora a grande quantidade das matérias ainda faça parte, como em outros veículos, de editorias de Política, Entretenimento e Polícia, no portal analisado o JC já possui espaço, inclusive com editoria específica.

Durante a coleta dos dados, o que chama a atenção é a pouca quantidade de matérias encontradas, apenas 19 em dois meses de coleta. Observa-se também que uma temática tão importante, como Saúde, apresentou apenas três matérias em todo o *corpus* coletado.

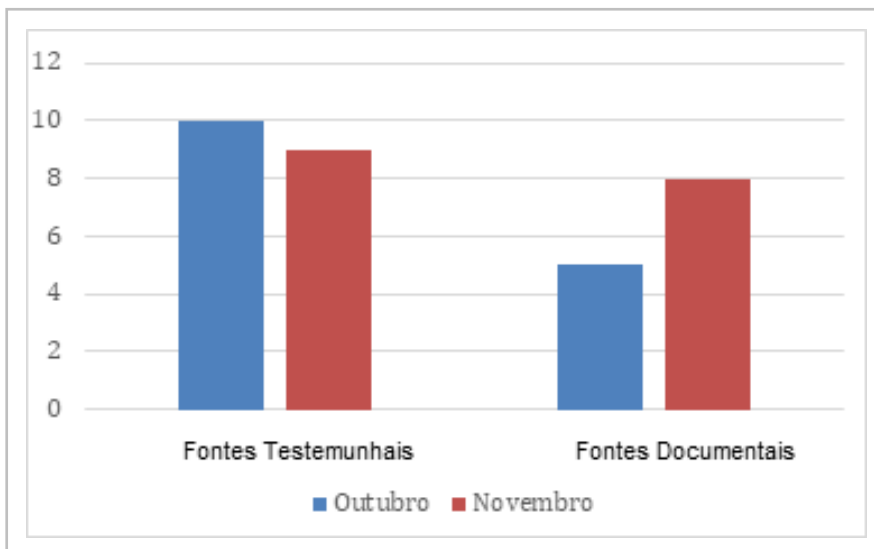
O portal, quase sempre, replica notícias de veículos nacionais, como o Estadão. Das 19 matérias coletadas, apenas uma, intitulada “Estudo da Nasa mostra que a Amazônia já está mais seca e vulnerável”, publicada no dia 24/11/2019, foi elaborada por uma jornalista do próprio GP1. No caso das temáticas abordadas, a grande quantidade de matérias na categoria Meio Ambiente (11 no total) acontece pelo fato de, no período da coleta de dados, ter ocorrido um derramamento de óleo nas praias do Nordeste brasileiro.

USO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO

No que diz respeito às fontes de informação presentes nas matérias analisadas, como já destacado anteriormente, é fundamental que o jornalista científico tenha uma boa relação com elas. Apesar dos vários tipos presentes no jornalismo, Bueno (2011, p. 55) destaca que “as fontes que respaldam a cobertura de ciência, tecnologia e inovação (CT&I) são de vários tipos, mas podemos agrupá-las, simplificadaamente, em duas grandes categorias: as fontes testemunhais e as fontes documentais”. As fontes testemunhais são os próprios entrevistados, que são peças-chave para qualquer tipo de cobertura jornalística. Elas viram ou ouviram, como partícipes ou observadoras, os acontecimentos. Neste caso, são cientistas, pesquisadores ou profissionais especializados, como médicos, engenheiros ou técnicos, dentre outros. Já as fontes documentais são compostas por documentos (relatórios, artigos, fotos, dentre outros) encontrados em veículos variados, que podem, inclusive, ser especializados.

O Gráfico 1 mostra as fontes, classificadas como testemunhais ou documentais de acordo com os critérios expostos no parágrafo anterior, presentes nas matérias do *corpus* analisado. Assim, é possível entender qual tipo de fonte de informação é mais utilizado nas matérias científicas divulgadas no portal GP1.

Figura 1: Fontes de informação presentes nas matérias



Fonte: gráfico elaborado pelas autoras.

Observando o Gráfico 1 nota-se que tanto no mês de outubro como em novembro, a quantidade de fontes testemunhais ultrapassa o número de fontes documentais, isso se dá porque, como já dito, as fontes testemunhais são aquelas que presenciam os acontecimentos e estão presentes em todas as matérias do *corpus*, enquanto as documentais são relatórios, artigos, fotos, dentre outros, que ajudam a agregar valor ao assunto noticiado. Apesar de estas últimas serem bastante utilizadas no meio científico, elas não foram encontradas em algumas das matérias analisadas.

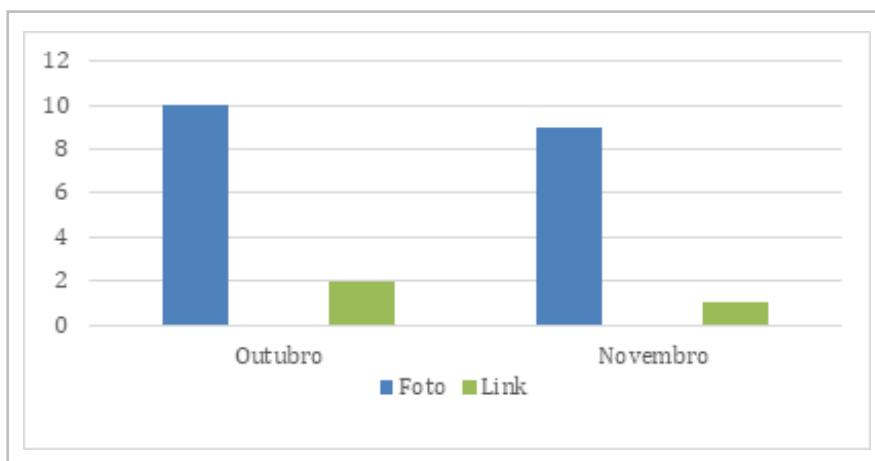
USO DOS RECURSOS MULTIMIDIÁTICOS

Quanto ao uso dos recursos multimidiáticos (fotos, áudios, vídeos, *hiperlinks*, dentre outros), que deixam as matérias mais dinâmicas e atrativas, ajudando a prender a atenção do leitor por

mais tempo dentro do veículo, Ferrari (2009, p. 39) destaca que tais elementos devem ir “além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa [...] Até mesmo o texto deixou de ser definitivo – um e-mail com comentários sobre determinada matéria pode trazer novas informações ou um novo ponto de vista, tornando-se, assim, parte da cobertura jornalística”.

Conforme revela o Gráfico 2, em todas as 19 matérias do *corpus*, há pelo menos um recurso multimidiático sendo utilizado. Neste caso, a foto é o elemento que aparece em todas elas. Entretanto, outros dois fatos chamam atenção: - a presença de *hiperlinks* em apenas três matérias; - a ausência de quaisquer outros recursos, tais como vídeo, infográfico etc.

Figura 2: Recursos multimidiáticos presentes nas matérias



Fonte: gráfico elaborado pelas autoras.

Dessa forma, é possível perceber que os recursos multimidiáticos ainda são pouco utilizados pelo portal GP1. Tais recursos, no entanto, poderiam funcionar como aliados do JC, visto que permitem tornar mais claras e acessíveis as informações sobre ciência divulgadas ao grande público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O meio virtual tem possibilitado ao Webjornalismo diversas maneiras de “refazer” o jornalismo tradicional (impressos, rádio e televisão). É por meio dele que as notícias chegam de forma mais rápida

ao leitor, além de ganharem maior dinamicidade, interatividade e mais recursos. A fotografia, já utilizada pelos meios de massa (impressos e televisão), e o áudio (antes utilizado apenas pelo rádio e televisão) se agrupam ao vídeo e ao *hiperlink*, proporcionando ao público uma nova maneira de “ler” as notícias diárias. Nas matérias encontradas nesta pesquisa, temas científicos pertinentes foram abordados, como o meio ambiente, visto que, durante a coleta dos dados, um acontecimento específico e marcante assolou as praias da região Nordeste do Brasil, no caso, um derramamento de óleo.

É interessante perceber que assuntos relacionados à saúde foram abordados poucas vezes durante o período analisado, e que, mesmo sendo um tema importante dentro do JC, obteve pouca visibilidade.

Em relação às fontes de informação encontradas no GP1, elas foram, na maioria das vezes, testemunhais, ou seja, compostas por pesquisadores e/ou autoridades nos assuntos discutidos nas notícias, o que faz lembrar da relação de dependência entre jornalista e fonte para a produção dessas matérias.

É importante atentar ainda para o fato de que a maior parte das matérias analisadas foi reproduzida de portais nacionais, como o Estadão. Isto revela que, além da prática do JC ter sido pouco utilizada, as informações publicadas deixaram de mostrar a ciência feita no Piauí.

Quanto aos recursos multimidiáticos, o portal GP1 os utilizou muito pouco. No caso dos *hiperlinks*, por exemplo, eles apareceram em apenas três matérias do *corpus* analisado. Também não houve uso de vídeos, infográficos etc. Apenas a fotografia foi um recurso presente em todas as notícias analisadas.

O GP1 já “acena” de forma positiva com a intenção em divulgar ciência, pois possui inclusive editoria (Ciência & Tecnologia) específica sobre o assunto, mesmo que a visibilidade dada a ela dentro da *homepage* do portal não tenha sido compatível à de outras editorias, como Política, Esporte, Entretenimento etc., e que as matérias científicas locais também não tenham sido priorizadas na cobertura jornalística do veículo analisado.

Para que o JC tenha efetiva visibilidade no portal GP1 ainda são necessárias algumas mudanças, como: - priorizar conteúdos científicos locais; - perceber a potencialidade dos recursos multimidiáticos, para que o portal possa divulgar informações mais dinâmicas e que atraiam todos os tipos de públicos.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo online**: dos sites noticiosos aos portais locais. 2001. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/xxiv-ci/np02/NP2BARBOSA.pdf>>. Acesso em: 13 de fev./2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BERTOLLI FILHO, Cláudio. **Elementos fundamentais para a prática do jornalismo científico**. 2006. Disponível em: <www.bocc.uff.br/pag/bertolli-claudio-elementos-fundamentais-jornalismo-cientifico.pdf>. Acesso em: 10 de fev./2020.

BUENO, Wilson da C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, v. 15, n. Esp., p. 01-12, 2010. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/viewFile/6585/6761>>. Acesso em: 09 de fev./2020.

_____. **Jornalismo científico no Brasil: os desafios de uma trajetória**. In: PORTO, C. M. (Org.). **Difusão e cultura científica**: alguns recortes [online]. Salvador: EDUFBA, 2009. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/68/pdf/porto-9788523209124-06.pdf>>. Acesso em: 09 de fev./2020.

_____. As fontes comprometidas no jornalismo científico. In: PORTO, C. M.; BROTAS, A. M. P.; BORTOLIERO, S. T. (Orgs.). **Diálogos entre ciência e divulgação científica**: leituras contemporâneas [online]. Salvador: EDUFBA, 2011, p. 55-72. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/y7fvr/pdf/porto-9788523211813-04.pdf>>. Acesso em: 25 de jul./2020.

CANAVILHAS, João M. **Os jornalistas portugueses e a internet**. Comunicação apresentada no V Congresso Ibero-Americano de Jornalismo na Internet, 2004, UFBA, Salvador. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-portugueses-internet.pdf>>. Acesso em: 25 de jul./2020.

_____. **Webjornalismo**: considerações gerais sobre jornalismo na web. 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>. Acesso em: 09 de fev./2020.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

LAGE, Nilson. Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas. **Revista Pauta Geral - Estudos em Jornalismo**, Ponta

Grossa, vol.1, n.1, p. 20-25, jan-jul. 2014. Disponível em: <<https://revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/6080/3724>>. Acesso em: 09 de fev./2020.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. 2003. 246 f. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/jordi/wp-content/uploads/2016/05/Jornalismo-na-Web-uma-contribui%C3%A7%C3%A3o-para-o-estudo-do-formato-da-not%C3%ADcia-na-escrita-hipertextual.pdf>>. Acesso em: 10 de fev./2020.

OLIVEIRA, Érica Beatriz P. M de; NORONHA, Daisy P. A comunicação científica e o meio digital. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 15, n. 1, p. 75-92, 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/53/1523>>. Acesso em: 10 de fev./2020.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo científico**. São Paulo: Contexto, 2002.





PRODUÇÃO DISCURSIVA DO JORNAL DO COMÉRCIO E O DEVER DE VERDADE NA COBERTURA DO CENTENÁRIO DE TERESINA (PI)¹

Kamilo Carvalho de Almeida²
Nilsângela Cardoso Lima³

INTRODUÇÃO

O século XX foi um período marcado por inúmeras transformações e avanços econômicos, científicos e tecnológicos. Sousa (2008) destaca entre as diversas mudanças e acontecimentos a ascensão e queda de regimes totalitários, a multipolaridade, as guerras mundiais, o terrorismo, o agravamento de problemas ecológicos, entre outros. Essas modificações foram sentidas por diversos setores da sociedade, como a imprensa da Europa, que sofria uma radicalização do discurso, tinha jornais vendidos por preços baixos e possuía uma grande tendência para o visual dando destaque para as revistas. “Ainda a destacar, como indício do prestígio e importância do jornalismo no início do século XX, a institucionalização definitiva do ensino universitário do jornalismo” (SOUSA, 2008, p. 181).

Traquina (2005) também aponta os principais aspectos relacionados à prática jornalística no século XX. Segundo o autor, “talvez nenhuma outra questão tenha marcado tanto a discussão ocidental durante os dois últimos séculos como a de que é ou não o jornalismo uma profissão” (TRAQUINA, 2005, p. 91). A divisão do trabalho, o surgimento da figura do repórter, a elaboração de códigos deontológicos e a criação de associações e sindicatos também são discussões e acontecimentos marcantes para a profissão durante esse período. Cabe, ainda, a discussão sobre o formato do novo jornalismo apontado pelo teórico e chamado de *Penny Press*. A atividade destaca-

1 - Trabalho apresentado no GT Discurso e narrativas midiáticas do III Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Graduando do 7º período do Curso de Bacharelado em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo e bolsista de Iniciação Científica Voluntária (2019 – 2020) da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Email: kamilocarvalho@hotmail.com

3 - Professora do Curso de Bacharelado em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Email: nilcardoso@gmail.com

se, principalmente, por focar na informação sem dar destaque para a propaganda, por ter um público mais generalizado e por ter jornais funcionando em tempo real nessa nova modalidade.

A imprensa também passava por significativas transformações durante esse período no Brasil. Barbosa (2007) aponta a dualidade que se apresentava para a atividade, principalmente no final dos anos 1920, ao discutir sobre o jornalismo que era praticado no Rio de Janeiro: “De um lado, a imprensa que sobrevive graças aos subsídios do governo oficial e, de outro, aqueles que forjam sua autoidentidade na esteira da propalada independência política” (BARBOSA, 2007, p. 83). Assim, a substituição do modelo de jornalismo francês, voltado para o comentário sobre as questões sociais e à polêmica de ideias, pelo modelo de jornalismo norte-americano, que exigia clareza, concisão, objetividade e imparcialidade na notícia, começa a ser notória.

A busca pela compreensão da história da imprensa e do jornalismo brasileiro e de outros países não descarta o estudo sobre o jornalismo e os meios de comunicação no Piauí. Nesse sentido, este trabalho apresenta um estudo sobre o *Jornal do Comércio* com o objetivo de analisar a produção discursiva e a representação político-partidária no período de abril a junho de 1952 no conteúdo correspondente à comemoração do I Centenário de Teresina (PI). O *corpus* da pesquisa se configura em 6 (seis) edições do *Jornal do Comércio* que estão disponíveis no Arquivo Público do Estado do Piauí. A discussão sobre a imprensa piauiense é feita tomando como base Pinheiro Filho (1996), Rêgo (2001), Moraes (2010), Santos (2014) e Lima (2014). Já a compreensão da política local e nacional desse período é feita a partir da leitura de Gomes (2002), Assunção (2009), Silva (2014), Krueel (2018) e das informações disponíveis no site do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil.

A teoria e a metodologia adotadas para a compreensão da produção discursiva do *Jornal do Comércio* e o dever de verdade do impresso na cobertura do I Centenário de Teresina foram a Análise de Discurso na perspectiva de Foucault (2006, 2009) e Van Dijk (2017). Os autores oferecem uma ampla possibilidade para interpretar e analisar os discursos jornalísticos e os procedimentos de controle no processo de produção, distribuição e busca pela eficácia dos discursos presentes no conteúdo da seção “É verdade...” do jornal em estudo.

Por fim, é importante a discussão da teoria do jornalismo. Compreende-se a forma que o jornalismo era praticado e como se

apresentava ao público leitor por meio dos redatores e diretor do *Jornal do Comércio* tomando como base Beltrão (1960), Traquina (2005) e Sousa (2008). É relevante estudar a imprensa nos anos cinquenta do século XX, pois nesse período o jornalismo passava por um processo de transição em que a discussão sobre a objetividade, responsabilidade da imprensa e do jornalismo e outras questões eram constantemente debatidas nos impressos que circulavam em Teresina e em outros locais do Piauí.

IMPrensa PIAUIENSE NO ANO DE COMEMORAÇÃO DO I CENTENÁRIO DE TERESINA (PI)

A ligação da imprensa com os grupos de poder político e econômico é observada desde o surgimento das primeiras tipografias no século XIX no Brasil. Era frequente o surgimento de jornais fundados por políticos, atrelados a algum grupo familiar, para servir de instrumento de defesa dos seus partidos e combate a oposição (LUCA, 2008; MARTINS, 2011). Essa característica de imprensa com linguagem opinativa, agressiva e virulenta persistiu até parte do século XX, quando os jornais seguiam o modelo de jornalismo francês, como pontua Ribeiro (2003):

[...] eram também muito estreitas as relações do jornalismo com a política. Até a década de 1940, a maioria dos diários era ainda essencialmente instrumento político. Pequenos em termos de tiragem e de recursos econômicos, os jornais eram acima de tudo porta-vozes do Estado ou de grupos políticos que os financiavam em parte ou na totalidade (RIBEIRO, 2003, p. 148).

Mudanças na imprensa começam a ser observadas nos anos 1950 especialmente no Rio de Janeiro. Abreu (1996) insere-se na discussão sobre a imprensa brasileira desse período destacando a adoção do modelo de jornalismo norte-americano que proporcionou uma nova reformulação aos jornais e jornalistas. Ocorre o abandono do jornalismo de influência francesa marcado pelo combate, crítica, doutrina e opinião que dá espaço para o formato de jornalismo norte-americano que privilegia a informação e a notícia. “A política da atualidade não estava ausente, mas era apresentada de forma objetiva” (ABREU, 1996, p. 15).

Essas transformações também ocorreram na imprensa piauiense de acordo com Pinheiro Filho (1996). São apontadas como inovações desse período a construção de estradas e a inserção de novos meios de transportes que ocasionaram, por exemplo, o acesso aos impressos de outros locais do Brasil como Rio de Janeiro e São Paulo. Ocorreu ainda a criação da Associação Profissional dos Jornalistas do Piauí, que teve como principal presidente Arimatéia Tito Filho; o surgimento de novos impressos como o *Jornal do Comércio*, *Jornal do Piauí*, *O Pirralho*, *O Dia* e inúmeros outros que reapareceram com seções especializadas em seu conteúdo.

Verifica-se também como uma prática recorrente os diversos impressos afirmarem em suas páginas que adotavam os padrões redacionais da época e que praticavam um jornalismo voltado para a informação e para a veiculação da notícia objetiva e imparcial sem interesses políticos e partidários (MORAIS, 2010; LIMA, 2014). No entanto, é preciso considerar que a imprensa surgiu no Piauí com “lentes” políticas e desempenhando a função de porta-voz das ideias e anseios de grandes grupos familiares, como aponta Rêgo (2001, p. 119): “O Piauí desse tempo acompanha as ‘danças do poder’, e a imprensa reflete tão-somente as disputas partidárias, cujas distorções projetam-se nas páginas impressas”. Assim, nos anos iniciais da década de 1950, muitos jornais mantinham em suas páginas as características advindas do século XIX, como a linguagem combativa, ainda que circulassem em um período de modernização da imprensa.

Era comum a opinião dos proprietários, diretores e redatores dos jornais prevalecer na decisão dos temas e na produção das matérias dos impressos piauienses da década 1950. Com essa regra de produção do discurso, os jornalistas do período faziam comentários, velados ou nítidos, voltados aos chefes políticos que ocupavam cargos no funcionalismo público, sobretudo dos 3 (três) maiores partidos que atuavam no Piauí: o Partido Social Democrático (PSD), a União Democrática Nacional (UDN) e o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). Assim, os jornais do período também se inseriam no debate político além de levar informações aos seus leitores, como defende Lima (2014).

Nos anos de 1951 a 1954, a maioria dos órgãos de imprensa existentes, em Teresina, ou pertenciam aos partidos políticos, ou recebiam ajuda financeira de políticos. Nessa condição, a produção de discursos sobre o fato político piauiense se dava

ao sabor da vontade dos proprietários dos órgãos de imprensa ou do partido político, que pagava o órgão, para defender seus interesses (LIMA, 2014, p. 40).

É relevante destacar que Teresina passou a ser a capital do Piauí somente em 1852, em uma mudança que ocorreu porque a antiga sede da província, Oeiras, não possuía os requisitos necessários para sediar a administração provincial e as instituições públicas (RÊGO, 2001; SANTOS, 2014). Assim, Teresina comemorava, em 1952, o seu I Centenário que foi marcado por inúmeras atividades e eventos como a escolha da candidata ao título de Rainha do Centenário, homenagens feitas a personalidades da época, realização de feiras, inaugurações de espaços públicos e inúmeros outros momentos que marcaram as festividades de comemoração. Trata-se de um grande acontecimento que chamava a atenção dos jornais e jornalistas que, sob determinadas lentes, pretendiam pautar o assunto e dar visibilidade e empregar sentidos a ele a partir do lugar de fala e cor partidária aos quais pertenciam.

Entre as formas encontradas pelos impressos piauienses para pautar e dar visibilidade ao I Centenário de Teresina, predominaram, os comentários com viés político e partidário por meio de notas, matérias e cartas. Os objetivos eram diversos e entre eles se destacavam divulgar as atividades que eram planejadas e organizadas, mostrar e denunciar os problemas que a capital enfrentava, bem como obter o prêmio no valor de Cr\$ 5.000,00 (cinco mil cruzeiros) que seria concedido ao impresso que mais atuasse na publicidade do evento (MORAIS, 2010). De acordo com Santos (2014, p. 24), “a imprensa foi uma importante entusiasta da festa, divulgando-a e conclamando a participação de todos, ao tempo em que expunha, através de inúmeros cronistas, os contraditórios sentimentos que a data suscitava”.

JORNAL DO COMÉRCIO

O *Jornal do Comércio* foi fundado em 29 de junho de 1947, na cidade de Teresina-PI, por João Bastos e depois coordenado por Bento Clarindo Bastos (PINHEIRO FILHO, 1996), candidatos a deputado estadual, em 1950, pelo partido União Democrática Nacional (UDN). O jornal tinha a sua tipografia instalada na Rua Paissandu, n. 1241, no centro da capital piauiense, e teve uma grande circulação em Teresina, pois a cada quatro dias uma nova edição era lançada com o número de

páginas variando entre quatro ou seis. Com isso, em 1952, o jornal já passava da sua 900ª edição.

Assemelhando-se outros jornais que também circulavam nesse período, era informado na segunda página de cada edição do impresso a sua tabela de preços. As assinaturas anuais eram feitas por Cr\$ 70,00 e as assinaturas semestrais custavam Cr\$ 40,00. A redação do impresso afirmava que as assinaturas poderiam começar em qualquer data. Já a venda avulsa era feita de três formas: o exemplar de 4 (quatro) páginas era vendido por Cr\$ 1,00, o de 6 (seis) páginas era vendido por Cr\$ 1,50 e as edições atrasadas custavam Cr\$ 2,00. Citando o seu próprio conteúdo, o jornal também colocava em grande parte de suas edições a quantidade de páginas que possuía.

Também é necessário atentar-se para os profissionais responsáveis pela direção e redação do *Jornal do Comércio*. No expediente do jornal, que era sempre apresentado na sua segunda página, consta somente o nome do seu diretor e proprietário, Bento Clarindo Bastos, e a informação “colaboradores diversos”. A busca pelos nomes dos demais redatores foi feita observando as poucas assinaturas realizadas no conteúdo das edições analisadas que abrange as seções “Flagrantes da Semana”, “Notícias Políticas”, “Notas parlamentares”, “É verdade...”, “Tira-Gosto” além de colunas e diversas notas, cartas e matérias que foram publicadas no impresso.

Inicialmente, aparecem com frequência o Padre Joaquim Chaves, que assinava as crônicas publicadas na primeira página de cada edição do impresso com conteúdo predominantemente histórico sobre Teresina e o Piauí nos anos 1800; José Lourenço Mourão, que assinava crônicas com variados temas, especialmente sobre política, no jornal *O Pirralho* e tinha seus textos reproduzidos no *Jornal do Comércio*; o redator Xéxéo que assinava a coluna “Tira-Gosto” e prestava homenagens para pessoas de diversos segmentos da sociedade e A. Davis, que atuou na redação do jornal escrevendo sobre o trabalho do Departamento de Agricultura, sobre os agricultores do período de circulação do impresso bem sobre a fiscalização na produção e distribuição de alimentos.

O *Jornal do Comércio* tinha como lema “O trabalho dignificando o trabalho” e também sempre apresentava, em sua primeira página a frase “Órgão Independente, Comercial e Noticioso”. As marcas do veículo como comercial são observadas, principalmente, na segunda página de cada edição do jornal, uma vez que vários anúncios

publicitários a ocupavam. Nesse conteúdo, predominava-se as propagandas de consultórios médicos, relojoarias, locais que ofereciam aulas de dança, serviço automotivo, serviços odontológicos e anúncios de vendas de produtos em geral que eram vendidos por pessoas da sociedade teresinense.

Além disso, o *Jornal Comércio* também buscava seguir as regras do modelo de jornalismo norte-americano marcado, principalmente, pela objetividade e pela informação. Ou seja, algumas seções do impresso não possuíam assinatura, uma das suas características mais recorrentes. Essa prática era corriqueira no jornalismo deste período, uma vez que “muitas das posições políticas dos jornais eram publicadas a partir de textos não assinados que ficavam, assim como os editoriais, sob a responsabilidade da direção e do redator-chefe do periódico” (SANTOS, 2014, p. 79).

A redação do *Jornal do Comércio* não ficava isenta de adotar procedimentos e mecanismos que controlavam os discursos materializados em suas páginas e o inseria na disputa de poder, ainda que o impresso se definisse como “independente” e “noticioso”. De acordo com Moraes (2010, p. 68), “a prática discursiva dos jornais que se diziam neutros, imparciais, só existia na retórica. A tendência de mudança estava em vigor, mas o que prevalecia era o aspecto político do noticiário”. É notória, assim, a representação política e partidária do impresso por meio de comentários voltados para a Prefeitura de Teresina, Governo do Estado e Governo Federal; comentários com críticas das práticas jornalísticas e o papel da imprensa segundo os seus redatores por meio de conteúdo autorreferencial, bem como comentários favoráveis às festividades de comemoração do I Centenário de Fundação de Teresina, características e temáticas recorrentes nos impressos piauienses que circulavam nos anos iniciais da década de 1950.

PRODUÇÃO DISCURSIVA DO JORNAL DO COMÉRCIO E O DEVER DE VERDADE NA COBERTURA DO CENTENÁRIO DE TERESINA (PI)

Os anos cinquenta do século XX marcaram um período de crescimento que foi refletido na imprensa escrita de Teresina. Sousa (2008) aponta, como uma das principais mudanças que ocorreram no jornalismo desse período, as publicações especializadas e vocacionadas para variados segmentos com o objetivo de atender e satisfazer as necessidades informacionais desses grupos. Essa diversificação é observada no *Jornal do Comércio* que, apresenta uma variedade de informações em suas páginas, desde matérias de cunho econômico, histórico, publicidade, dentre outros, distribuídas nas diversas seções e colunas anteriormente apresentadas.

No entanto, neste trabalho, a atenção é voltada para o conteúdo da seção “É Verdade...” que se mostrava como uma das mais importantes e mais recorrentes do impresso, uma vez que por meio dela a redação do jornal apresentava o seu posicionamento relacionado a diversas temáticas, principalmente, às ações de políticos do âmbito municipal, estadual e federal. Entre os pontos destacados pela direção e redação do *Jornal do Comércio* está a forma que os principais representantes do poder público agiam na preparação das festividades de comemoração do I Centenário de Teresina. Estes comentários, sugestões e críticas eram feitos em diversas partes das edições do jornal, principalmente na seção “É Verdade...”.

O espaço do jornal denominado “É verdade...” funcionava como uma espécie de editorial, visto que nele é possível encontrar o posicionamento da redação do *Jornal do Comércio* sobre os assuntos que considerava pertinente para emitir uma opinião. A existência desse tipo de seção também fazia parte de um conjunto de mudanças que aconteciam no jornalismo nacional e internacional em que se reivindicava a separação da informação da opinião. Para tanto, no caso do Piauí, quando os jornais ainda não haviam cortado completamente o cordão umbilical que os prendia aos partidos ou políticos, as tentativas de emprego do jornalismo moderno se faziam a passos lentos e demonstravam sinais de sua implementação por meio destas estratégias como a adoção de uma coluna destinada a opinião, embora as demais matérias nem sempre expressassem somente a informação neutra e objetiva.

A presença de uma seção intitulada “É Verdade...” no *Jornal do Comércio* ainda trazia as marcas do jornalismo preso à objetividade e que buscava pela verdade dos fatos, pensamento decorrente da ideia do jornalismo como “espelho da realidade” oriundo do pensamento positivista e iluminista do século XIX. Desde então, vivia-se um “culto dos fatos” e no século XX nota-se cada vez mais a necessidade dos jornais se libertarem do conceito de porta-voz partidária, afirma Traquina (2005). Em seu estudo sobre a imprensa e sua relação com a política, Lima (2014, p. 32) afirma que em meados do século XX, no Piauí, “organizadas em imprensa independente, oposicionista e/ou governista/situacionista do governo do Estado, as instituições jornalísticas buscaram, via discurso jornalístico, o reconhecimento e o domínio da verdade em torno da luta simbólica travada entre os jornais”.

Também se insere nessa discussão a proposição de Foucault (2006) sobre a prática discursiva que, conforme o teórico, está na ordem das leis e passa por procedimentos que permitem o seu controle, seleção, organização e distribuição. O autor também propõe uma leitura arqueológica dos documentos, entendidos como monumentos, buscando as regras de formação do discurso, ou seja, que permitiram a sua existência em algum tempo e espaço. Há ainda a busca pela eficácia dos discursos que é alcançada por meio de um conjunto de procedimentos chamado de “verdade”, como pontua Van Dijk (2017). Nesta perspectiva, o *Jornal do Comércio* tinha como objetivo apresentar a legitimidade utilizando o enunciado “É Verdade...” não apenas para nomear seu editorial, mas também para instituir a verdade dos seus discursos frente à batalha discursiva travada com os demais jornais produzidos, que circulavam na capital piauiense, e também com os principais representantes do poder público.

SUGESTÕES E CRÍTICAS LEVES VOLTADAS PARA A PREFEITURA DE TERESINA

Uma das características dos impressos piauienses da década de 1950 é a função que atribuíam para si de denunciar e chamar a atenção dos leitores para as ações das autoridades locais e nacionais. Assumir uma responsabilidade social era comum no momento em que o jornalismo mostrava a cultura rica em valores, símbolos e cultos que conseguiu formar, como pontua Traquina (2005). Conforme o autor,

o conceito de serviço público é central na identidade jornalística e entre os papéis que o jornalismo exerce evidencia-se a liberdade positiva: “[...] fornecer aos cidadãos as informações necessárias para o desempenho das suas responsabilidades cívicas [...]” (TRAQUINA, 2005, p. 50).

No caso do *Jornal do Comércio*, é constatado que o impresso não poupou tinta para fazer críticas à Prefeitura de Teresina e afirmar que estava atento e vigilante para a forma que o prefeito, João Mendes Olímpio de Melo, atuava na preparação para as comemorações do I Centenário. Ao manter o foco no prefeito da capital por meio desta seção, o jornal destaca a atuação da gestão municipal no trabalho de remoção do lixo que se apresentava de forma excessiva em vários locais e tornava Teresina uma cidade desprovida de elementos que a identificassem como urbana, civilizada e moderna.

Assim, na edição do dia 30 de abril de 1952, é comentado: “É VERDADE... [...]...Que a Prefeitura acaba de adquirir dois caminhões, para solucionar o problema de remoção do lixo, que enfeita tôdos os cantos da cidade” (JORNAL DO COMÉRCIO, Teresina, 30 abr. 1952, ano VI, 941, p. 1, [sic.]). Observa-se que o jornal fica atento ao problema do lixo que se acumulava, pois nas edições publicadas *a posteriori* o problema volta a ser discutido, a exemplo da edição do dia 8 de maio de 1952 na qual a redação do impresso afirma:

É Verdade...

[...]...Que o lixo a remover das ruas de Teresina, é de quantidade tão elevada, que os dois caminhões novos, da Prefeitura, trabalhando sem descanso, ainda não conseguiram chamar a atenção pública, para o serviço de limpeza, por eles realizado (JORNAL DO COMÉRCIO, Teresina, 8 maio, 1952, ano VI, 943, p.1).

Além disso, a redação do jornal apontou a urgência de fazer reparos em diversos locais de Teresina, em virtude do evento que se aproximava, em sua edição de 30 de abril de 1952. A cobrança por reformas ocorria porque inúmeros visitantes, incluindo artistas e políticos do Piauí e de outros locais do país, iriam para a capital do estado para participar do evento, fazer apresentações ou receber homenagens e era necessário que a cidade apresentasse boas condições, principalmente, nos locais que estariam no percurso dos visitantes aguardados para as festividades do centenário.

É Verdade...

[...] ... Que precisam ser feito, urgentemente, na AVENIDA ANTONINO FREIRE; para as comemorações centenárias, os seguintes serviços: o canto da calçada da casa n. 1.344; o piso do passeio das casas 1.360, 1.388 e 1.454 (canto); limpeza geral e reconstrução da calçada do prédio 1.458 (Palácio de Karnak); reforma da fachada e reconstrução do passeio, excessivamente estragado, da casa velha, n. 1.487; a ponta da calçada do prédio 146; ligeiros reparos no meio fio dos prédios 1.389 e 1.381; reconstrução de toda a calçada e limpeza dos prédios n. 1.361; limpeza da murêta e restauração da calçada das casas ns. 1.349 e 1.341. [...] (JORNAL DO COMÉRCIO, Teresina, 30 abr. 1952, ano VI, 941, p. 1).

Há, portanto, um desejo dos redatores do *Jornal do Comércio* de que a cidade tivesse seu espaço urbano sanitário e moderno aos olhos dos visitantes de Teresina. Nesse sentido, a cobrança pela manutenção em diversos locais permanece presente nas páginas do impresso em sua edição do dia 25 de maio de 1952. A redação do impresso aconselha que o mercado público da capital passe por reformas, uma vez que a semana de comemorações se aproximava e local não apresentava boas condições.

É verdade

[...] ... Que o mercado velho deve ser reformado, não ha duvida. Está em petição de miséria e a imundice ali é reinante. Se a Saúde consentiu, até agora, o seu funcionamento, o fez por complacência. Nossa posição de cidade, que se prepara para receber visitantes no período das suas centurianas não permitirá a continuidade dessa aberração. É bom por mãos à obra. Agosto está bem próximo. [...] (JORNAL DO COMÉRCIO, Teresina, 25 maio, 1952, ano VI, 947, p. 1).

Nesse período, os jornais que circulavam em Teresina atendiam a interesses políticos partidários, assumiam a missão de colocarem-se a favor da sociedade fazendo oposição a pessoas que ocupavam cargos públicos e não exerciam as suas funções de forma correta. Conforme Morais (2010, p. 70), “percorrendo os jornais, percebemos o esforço cotidiano da imprensa em afirmar sua legitimidade como lugar de ação educativa, vigilante, combativa, mediadora das questões públicas [...]”. Essa posição é adotada pelo *Jornal do Comércio* na própria seção

analisada quando a sua redação e direção afirmam: “É Verdade... [...] Que foram recebidos pela opinião pública os discursos dos deputados estaduais Castro Lima e Otávio Miranda, pois visam o bem-estar da coletividade piauiense” (JORNAL DO COMÉRCIO, Teresina, 5 maio, 1952, ano VI, 947, p. 1).

De acordo com Beltrão (1960), o jornalismo falha na sua missão se não exprime os ideais da comunidade e não contribui para a realização das suas causas e solução de seus conflitos. Nesse sentido, o *Jornal do Comércio* exercia um jornalismo marcadamente opinativo e parcial deixando claro que a exposição da opinião pública era uma das práticas discursivas adotadas por sua redação e direção. Essa postura do impresso é observada na edição de 8 de maio de 1952, quando é comentado sobre a reforma que era realizada no Teatro 4 de Setembro pela Prefeitura de Teresina que contratou empresa Ferreira & Irmão para realizar o serviço de restauração. Um dos motivos para a realização da manutenção no local era a proximidade das comemorações do centenário.

É Verdade...

[...]... Que a reforma do <Teatro 4 de Setembro>, foi contratada pela Prefeitura, tendo, porisso, a comuna exigido a entrega do velho casarão pela Empresa Ferreira & Irmão, no prazo de 25 dias. O empresário não se conformando com a exigência da entrega do predio, em tão curto prazo, botou o pé na parede, e, parece, que discutirá o assunto na Justiça, embora não deseje dificultar o início da obra. Ha a esse respeito, duas opções no seio da população. Uma é que o Teatro depois do Centenário, deve permanecer fechado, aguardando a visita das poucas companhias, que incluem Teresina em seu itinerário. A outra, é que o Teatro, com o aumento no preço do aluguel e rigorosas exigências quanto a conservação do proprio municipal, deve ficar entregue a empresa cinematografica, em virtude de quasi não possuirmos cinemas, diversão popular de grande alcance educativo. Parece que atendendo justas razões, irá prevalecer a ultima formula. [...] (JORNAL DO COMÉRCIO, Teresina, 8 maio, 1952, ano VI, 943, p. 1).

No fragmento acima, verifica-se que o *Jornal do Comércio* tinha o objetivo de reproduzir o que era debatido pelos teresinenses ao utilizar o enunciado “Ha a esse respeito, duas opções no seio da população” e apresentar as posições que prevaleciam. No entanto, questiona-

se: quem seria a “população” a que o impresso se referia? Era citada a sociedade em sua totalidade ou apenas um grupo que tinha espaço dentro do jornal e que de alguma forma encontrava-se alinhado aos seus interesses? Essas questões são interessantes para pensar o papel social ao qual o jornalismo e o jornalista atribuem para si de falar em nome da coletividade, de ser o representante da sociedade e seu porta-voz, quando na realidade se verifica que a imprensa atendia e atende muito mais aos interesses de determinados grupos de poder político e econômico.

Nos anos 1950, esse discurso fez parte de um conjunto de racionalizações que aconteciam no âmbito do jornalismo que se pretendia moderno, de forma que, “[...] no Brasil, e para a legitimação do papel do jornalista de informar a opinião pública e zelar pela comunidade, a partir de um conjunto de regras e normas de comportamentos técnicos e éticos (RIBEIRO, 2007, p. 338). Desta maneira, os jornais se firmavam como instrumentos de mediação entre a população e o poder e se colocavam a serviço de encaminhar, pelas páginas dos jornais, as reivindicações populares, além de informar, divulgar ideias e formular críticas” (LIMA, 2014, p. 93-94).

A relação do *Jornal do Comércio* com o prefeito de Teresina deve ser compreendida considerando os partidos atuantes neste período. De acordo com dados do Tribunal Regional Eleitoral do Piauí (TRE-PI), Bento Clarindo Bastos, diretor do impresso em estudo, foi candidato ao cargo de Deputado Estadual nas eleições de 1950 pelo partido UDN e obteve cerca de 186 votos ficando na posição de suplente. Já o prefeito de Teresina, João Mendes Olímpio de Melo, havido sido eleito pelo mesmo partido para exercer a função de gestor municipal no período de 1951 até 1954 (LIMA, 2014). No entanto, no início de 1953, vários políticos rompem com a UDN e se filiam ao Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) (KRUEL, 2018), incluindo João Mendes Olímpio de Melo, que se torna Presidente da Comissão Executiva do novo partido, conforme informações apresentadas pelo Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. Com isso, os enunciados analisados inclinam a pensar que o jornal fazia uma leve crítica ao prefeito de Teresina cobrando o cuidado e zelo com a cidade, ainda que o diretor do impresso e o gestor no âmbito municipal possuíssem vínculos com o mesmo partido no período em estudo.

Esse comportamento do *Jornal do Comércio* não implica afirmar que a sua redação tinha uma postura neutra e objetiva frente à

produção dos fatos que ganham visibilidade pública por meio de suas páginas. Embora não tenha poupado o prefeito João Mendes Olímpio de Melo de críticas, no momento em que a cidade de Teresina era preparada para comemorar seu primeiro centenário, não se comprova a imparcialidade dos seus discursos, sobretudo do editorial, lugar destinado para a exposição da opinião do órgão. Pois, ao tempo em que o jornal mostrava os problemas da cidade para o leitor, se colocava no papel de colaborador da gestão do prefeito udenista, ao indicar quais os pontos do espaço urbano de Teresina precisavam de reparos e limpeza; bem como apontava que, apesar dos problemas assinalados, o prefeito da capital piauiense estava buscando solucioná-los, quer por meio da compra de carros de lixo, quer através da limpeza das ruas e avenidas, quer pela reforma de prédios públicos. Visando, assim, uma cidade limpa, urbana, higiênica, isto é, uma cidade que caminha para a modernização e o progresso a partir do compromisso público do chefe do executivo municipal.

COMENTÁRIOS FAVORÁVEIS E SUGESTIVOS AO GOVERNADOR DO PIAUÍ

O *Jornal do Comércio* era dirigido por Bento Clarindo Bastos que, conforme anteriormente discutido, foi candidato ao cargo de Deputado Estadual nas eleições de 1950 pelo partido UDN e, posteriormente, foi filiado ao PTB (LIMA, 2011; SILVA, 2014). Já Pedro Freitas, que exercia a função de governador do Piauí desde 1951, pertencia ao Partido Social Democrático (PSD) (LIMA, 2014). Assim, mesmo não pertencendo ao partido que naquele ano assumia a gestão do Executivo Estadual, boa parte do conteúdo do *Jornal do Comércio* que fazia referência a essa esfera do poder não tinha traço combativo e/ou opositor. Antes, verifica-se que o jornal manteve uma redação empregada em publicar textos adeptos à administração do pessedista Pedro Freitas, deixando margem para um discurso jornalístico parcial e que de alguma forma atendia aos interesses políticos partidários do proprietário do jornal. Essa produção discursiva é observada na edição de 20 de abril de 1952, quando o *Jornal do Comércio* continua apontando as ações que deveriam ser executadas na preparação para o Centenário de Teresina.

É Verdade...

... Que o Governo do Estado deve ampliar o seu raio de ação em empreendimentos de maior necessidade e maior vulto, relacionados com o preparo de Teresina para o seu Centenário, tais como a conclusão do Hotel do Estado, reparos nos Grupos Escolares e nas casas onde funcionam as Repartições, reforma no Colégio Estadual e no Palácio de Karnak. [...] (JORNAL DO COMÉRCIO, Teresina, 20 abr. 1952, ano VI, [s/n], p. 6).

Conforme Traquina (2005), o jornalismo possui um *ethos* composto por valores como a liberdade, a independência, a credibilidade, a verdade e a objetividade. Entre as variadas normas seguidas pelos profissionais do jornalismo, destaca-se a objetividade que, segundo o teórico, surgiu no século XIX proporcionando significativas mudanças para o campo jornalístico. O foco nos fatos em detrimento das opiniões e a introdução de novos procedimentos e métodos passaram a garantir a credibilidade e agilidade no trabalho dos jornalistas com a consolidação da objetividade que começava a ser adotada. “A objetividade no jornalismo não é a negação da subjetividade, mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não interessada e se protegerem contra eventuais críticas ao seu trabalho” (TRAQUINA, 2005, p. 139). Ainda em conformidade com o autor, o objetivo era mostrar que os acontecimentos e os personagens apresentados aos leitores não eram invenções dos jornalistas.

Seguindo a discussão iniciada anteriormente neste trabalho, esse novo modelo de jornalismo também começava a ser introduzido em diversos estados do Brasil, especialmente no Piauí. No entanto, é notório que esse padrão redacional não era seguido em sua totalidade ao verificarmos o conteúdo dos impressos que circularam nesse período. “Por mais que a imprensa teresinense demonstrasse que estava em transição ao estabelecer uma imagem que era muito mais de neutralidade, a matéria principal desses jornais era o político-partidarismo” (MORAIS, 2010, p. 58). No caso do *Jornal do Comércio*, essa postura opinativa permitiu que o impresso chamasse a atenção de deputados para a preparação das festividades que ocorreriam em agosto de 1952.

É Verdade...

[...] ... Que se espera dos srs. deputados, uma maior atenção para as assuntos relacionados com o Centenário, visto como, o descaso até aqui registrado, irá proporcionar multiplas decepções, não apenas ao Prefeito, mas também ao Governador e seus auxiliares. [...] (JORNAL DO COMÉRCIO, Teresina, 30 abr. 1952, ano VI, 941, p. 1).

Embora o discurso apresentado pelo *Jornal do Comércio* pareça adepto ou inclinado a fazer apologia ao primeiro ano de governo do pessedista Pedro Freitas no governo do Estado, considera-se necessário atentar para o contexto da produção discursiva e as implicações políticas e lutas partidárias que se denotam do período. Ainda mais quando se leva em conta as rupturas políticas e as desavenças internas dos partidos políticos. Tendo como referência Lima (2014) e Assunção (2009), pode-se entender que atendendo aos interesses do proprietário do *Jornal do Comércio*, o discurso jornalístico empregado para construir uma imagem do governador Pedro Freitas como um gestor profícuo para o desenvolvimento do Piauí é fruto de uma comparação e crítica que se pretendia fazer à gestão de José da Rocha Furtado, ainda que pretendesse ser imparcial.

José da Rocha Furtado, médico piauiense, natural de União (PI), conquistou o cargo de governador do Piauí pela UDN nas eleições de 1947 e assumiu a chefia do Estado no período de 1947 até janeiro de 1951 (LIMA, 2014). Conforme Assunção (2009), Rocha Furtado não tinha experiência com a política partidária e foi escolhido por ser famoso pela atividade médica, ter respaldo e indicar que seria manipulável caso fosse eleito. No entanto, ao assumir o cargo, o governador nem sempre seguia às ordens dos líderes da UDN e teve uma gestão marcada por desacordos que resultaram, principalmente, no atraso do pagamento do funcionalismo público, na crise financeira motivada pela desvalorização da cera de carnaúba, bem como no processo de tentativa de *impeachment* que sofreu.

Rocha Furtado afirma que só conseguiu governar com certa tranquilidade, em fins de 1949, quando dois deputados, um do PSD, Antonio de Sousa, e outro do PTB, Elias Magalhães, passaram a apoiá-lo, equilibrando a disputa na Assembleia. Entretanto, esse apoio não foi bem aceito pelos líderes udenistas. Para Rocha Furtado, porém, ele veio em boa hora. Aceitou e

prestigiou os deputados, acatando os pedidos de nomeação de funcionários ligados aos dois. Nesse período, a luta já se acalmava e a hostilidade também diminuía (ASSUNÇÃO, 2009, p. 76-77).

Ainda que não se enquadrem na temática pertencente ao I Centenário de Teresina, cabe destacar que Pedro Freitas, o principal representante do PSD no Piauí durante esse período, também foi mencionado em outra edição do impresso. Mais uma vez, o tom de parcialidade é mantido na edição de 30 de abril de 1952, quando é afirmado na seção em destaque: “É Verdade... Que os bons piauienses, homens de bom senso, não darão apôio, nem incentivarão, campanhas políticas contra os governos do Estado e do Município, em moldes semelhantes ás que experimentamos no passado [...]” (JORNAL DO COMÉRCIO, Teresina, 30 abr. 1952, ano VI, 941, p. 1). Sem que detalhasse as picuinhas políticas existentes entre políticos e partidos no Piauí, o *Jornal do Comércio* deixa pistas de que as campanhas políticas aconteciam sob o terreno das calúnias, das ofensas, dos xingamentos, além de outras práticas corriqueiras como a compra de voto e a corrupção das urnas.

CRÍTICAS AO GOVERNO FEDERAL POR MEIO DE COMENTÁRIOS SOBRE O FINANCIAMENTO DO EVENTO

As questões sobre a situação política não ficaram restritas ao âmbito da Prefeitura de Teresina e do governo do Piauí no *Jornal do Comércio*. Ao longo das edições analisadas, o conteúdo sobre o presidente Getúlio Vargas e sua equipe administrativa é materializado inúmeras vezes. Ainda que tenha sido citado com frequência, é dado destaque para a forma que a redação do impresso representou o Governo Federal em sua edição do dia 5 de junho de 1952, quando é mostrada a revolta da direção e redação do *Jornal do Comércio* com o ministro da Fazenda, Horácio Lafer, que recusou conceder auxílio financeiro para a comemoração do I Centenário de Teresina.

É verdade...

... Que é natural e justíssima a revolta geral, registrada em todas as camadas sociais de Teresina, em virtude da desalentadora notícia de que S. Excia o sr. Ministro Horacio Lafer - titular do Ministério da Fazenda declarara ao Deputado Demerval Lobão,

de modo categórico, que não dará o crédito dos CINCOMILHÕES DE CRUZEIROS, aprovados pelo Congresso Nacional, a título de auxílio do Governo Federal, às comemorações do Centenário de Teresina.

... Que mais uma vez o Piauí é colocado em posição humilhante perante as Unidades da Federação, graças a má vontade a administração da República e a inoperância de alguns representantes piauienses que agarrados às transações de interesses pessoais ou ao comodismo exagerado, não têm coragem de cumprir com as obrigações do mandato que o povo em má ocasião lhes outorgou.

O ministro diz que não dará o crédito do auxílio para o centenário e quase todos ficam de braços cruzados... É uma negação...

... Que enquanto S. Pedrito (R. G. S.), cidade do interior, por causa de uma enchente sem grandes danos, num rio inferior ao Potim recebe um pomposo auxílio de DEZ MILHÕES, a mesma autoridade que efetuou o pagamento, nega a Teresina a migalha, que nos estava reservada. Esquece o Ministro Lafer, que irá pagar a S. Paulo, QUARENTA MILHÕES de CRUZEIROS para as festas de seu IV Centenário... Mas, no Brasil, compressão de despesas só prevalece para os Estados do Nordeste!!!

... Que o ministro da Fazenda do Governo do sr. Getúlio Vargas, prestaria melhores serviços ao País e muito mais acertado andaria, se ao envez de cortar um crédito semelhante a muitos que já foram concedidos, anteriormente, para a Bahia, Espírito Santo, Joinville, Blumenau e uma carrada de cidadelas, sob o qual precedente havia sido autorizado pelo Congresso o auxílio às comemorações do centenário de nossa Capital, mandasse cortar as asas dos guabirús que pululam em torno do seu gabinete, enchendo as algibeiras com o dinheiro do povo (JORNAL DO COMÉRCIO, Teresina, 5 jun. 1952, ano VI, 950, p. 1).

A seção “É Verdade...” localizava-se sempre na primeira página do impresso e tinha o seu conteúdo distribuído de acordo com a disponibilidade de espaço físico. Sendo assim, era comum que a sua parte inicial fosse encontrada na primeira página da edição e sua continuação fosse lida nas páginas seguintes. O número de tópicos costumava variar de 3 (três) a 10 (dez), e a temática abordada neles era predominantemente política, mas seguia diferentes vertentes. Além desse tipo de conteúdo, frequentemente eram feitos comentários sobre publicações de outros jornais, ações da imprensa piauiense e também sobre o trabalho da comissão responsável pela organização

dos festejos de comemoração do I Centenário de Teresina. No entanto, esse aspecto de variar a temática abordada na seção “É Verdade...” mudou na edição do dia 5 de junho de 1952 quando os 4 (quatro) tópicos da seção fizeram referência a Getúlio Vargas e sua equipe administrativa de forma negativa.

As críticas apresentadas pelo *Jornal do Comércio* ao presidente Getúlio Vargas devem analisadas a partir do contexto social e político da época. Com a redemocratização do Brasil, em 1945, houve a retomada da criação dos partidos políticos, de maneira que surgem os partidos PSD, UDN e PTB, dentre outros. O PSD formado pelos grupos hegemônicos de poder que mantinham relação com o interventor do Piauí, Leônidas Castro de Melo; a UDN era considerada partido de oposição a Getúlio Vargas; ao Estado Novo e ao interventor Leônidas Melo; e o PTB foi criado pelo grupo ligado ao estadonovismo e a partir da estrutura sindical formada nos anos 1930 (ASSUNÇÃO, 2009).

Esses dados são importantes serem pontuados para entender a posição política e a produção discursiva do *Jornal do Comércio* sobre a atuação do presidente Getúlio Vargas, considerando que Bento Clarindo Bastos, proprietário do jornal, havia sido eleito Deputado Estadual pela UDN, nas eleições de 1950, partido fundado em 7 de abril de 1947 como resultado da união de diversos grupos que tinham como objetivo fazer oposição ao getulismo (ASSUNÇÃO, 2009). Em 1950, Getúlio Vargas alcançou a vitória nas eleições para presidente do Brasil, sendo favorecido pela aproximação entre o seu partido, o PTB, e o PSD, como pontua Gomes (2002). Verifica-se, assim, um dos possíveis motivos que poderiam levar o proprietário do *Jornal do Comércio* a apresentar um discurso afinado com os interesses do partido UDN e manter uma acirrada posição marcada por fortes críticas ao presidente Getúlio Vargas e sua equipe administrativa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *Jornal do Comércio* teve um significativo número de edições impressas e propôs o debate de importantes temas que eram refletidos nas páginas de outros jornais e revistas, pela sociedade piauiense e também por políticos e seus partidos. Considerando a sua atribuição de desempenhar o papel social da imprensa, focando na necessidade humana de obter informações, bem como o grande número de conteúdo sobre o próprio jornal e tudo que era debatido no período,

o impresso é considerado um dos mais importantes periódicos que circularam em Teresina no período em que a imprensa piauiense passava por um processo de modernização. Nota-se que o jornal não deixou de apresentar as marcas do modelo de jornalismo reconhecido pelo discurso opinativo e parcial, embora afirmasse que possuía uma regra de produção noticiosa e independente dos interesses políticos e partidários.

Isso fica claro, principalmente, na seção “É Verdade...” que foi uma das suas mais importantes e mais recorrentes partes. Por meio dela, a redação e direção do jornal deixaram indícios de como instituíram competências jornalísticas e regulamentos para a produção de matérias, cartas, crônicas e notas sobre variadas temáticas. Entre tais questões, merecem destaque os comentários cuja principal vertente era as festividades de comemoração de I Centenário de Teresina. O diretor do *Jornal do Comércio*, Bento Clarindo Bastos, buscou instituir a verdade dos discursos do impresso frente à batalha discursiva travada com os demais jornais existentes ao mostrar e denunciar os problemas que a capital enfrentava às vésperas do seu aniversário, bem como se inseriu no debate político fazendo críticas, sugestões ou comentários positivos sobre os representantes e partidos políticos do âmbito municipal, estadual e ainda federal que atuavam na organização do evento. Assim, a redação do *Jornal do Comércio* permitiu uma ampla reflexão sobre a prática jornalística e deixou indícios de que não era imparcial como os demais jornais que surgiram na época e defendiam a adoção do modelo norte-americano de jornalismo.

REFERÊNCIAS

ASSUNÇÃO, Rosângela. Governo Rocha Furtado: uma administração conturbada. In: LIMA, Solimar Oliveira; ASSUNÇÃO, Rosângela (Org.). **Governos e políticas públicas**: a experiência do Piauí. Rio de Janeiro: Booklink, 2009.

ABREU, Alzira Alves de (Org.). **A imprensa em transição**: o jornalismo brasileiro nos anos 1950. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa**: Brasil, 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1960.

DIJK, Teun A. van. **Discurso, notícia e ideologia**: Estudos na análise crítica do discurso. Trad. Zara Pinto-Coelho. *Ribeirão - V.N. de Fomalicaão*: Edições Húmus, 2017.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

----- . **A ordem do discurso**. Aula inaugural no College de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Trad. de Laura Fraga de Almeida Sampaio. 13. ed. São Paulo: Loyola, 2006.

GOMES, Ângela de Castro. **Uma breve história do PTB**. Rio de Janeiro: CPDOC, 2002. Trabalho apresentado na Palestra no I Curso de Formação e Capacitação Política, realizado na Sede do PTB. São Paulo, 13 jul. 2002.

JORNAL DO COMÉRCIO. Edições de 20 abr. de 1952 a 05 jun. 1952.

JOÃO MENDES OLÍMPIO DE MELO. **Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, [s/d]. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/joao-mendes-olimpio-de-melo>>. Acesso em: 8 ago. 2020.

KRUEL, Kenard. **Chagas Rodrigues**: grandes vultos que honraram o Senado / Kenard Kruel. – Brasília : Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2018.

LIMA, Flávia Sousa. **Imprensa e discurso político**: as disputas pelo poder no Governo de Chagas Rodrigues (Piauí, 1959-1962). Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco, CFCH. Programa de Pós Graduação em História, 2011.

LIMA, Nilsângela Cardoso. **Relações de poder e práticas jornalísticas em O Dia, A Cidade e Jornal do Piauí (1951-1954)**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2014.

LUCA, Tânia Regina de. A grande imprensa no Brasil da primeira metade do século XX. In: **Anais do Congresso Internacional da Brazilian Studies Association**. Nova Orleans: Brazilian Studies Association, 2008.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. **História da imprensa no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

MORAIS, Eliane de Rodrigues. **A comemoração do centenário de Teresina, um exemplo de práticas e representações**. Dissertação (Mestrado em História do Brasil). Programa de Pós-Graduação em História do Brasil, Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2010.

PINHEIRO FILHO, Celso. **História da imprensa no Piauí**. 3. ed. Teresina: Zodíaco, 1996.

RÊGO, Ana Regina Barros Leal. **Imprensa Piauiense: atuação política no século XIX** / Ana Regina Barros Rêgo Leal - Teresina: Fundação Cultural Monsenhor Chaves, 2001.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. **Revista Estudos Históricos**, 2003. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2186>>. Acesso em: fev. 2019.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lúcia Maria Alves (Org.). **Mídia e memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

SANTOS, Maurício Feitosa dos. **Comemoração, pobreza e cultura letrada no centenário de Teresina (1952)**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em História, Fortaleza (CE), 2014.

SILVA, Eliane Aparecida. **“Resistir é preciso!”: história e memória do Sindicato dos Comerciários de Teresina (1984-1999)**. Dissertação (Mestrado em História do Brasil) – Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2014.

SOUSA, Jorge Pedro. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. **Biblioteca online de Ciências da Comunicação**, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente>>. Acesso em: jun. 2020.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. 2. ed. v. 1, Florianópolis: Insular, 2005.



A ENCENAÇÃO ARGUMENTATIVA NA SEÇÃO REPORTAGEM DA REVISTA REVESTRES¹

Jaqueline Salviano de Sousa²
João Benvindo de Moura³

INTRODUÇÃO

É perceptível que os meios de comunicação de massa são grandes influenciadores sociais que buscam disseminar as suas ideologias, em especial de grupos dominantes, a fim de mudar comportamentos e/ou opiniões. Nesse sentido, nota-se a influência dos meios de comunicação na sociedade contemporânea, uma vez que buscam propagar suas ideologias, com o intuito de moldar os pensamentos e comportamentos daqueles que consomem as informações da esfera jornalística. Para que isto ocorra são necessárias determinadas estratégias discursivas a fim de convencer o público de que os argumentos são válidos.

À vista disso, surgiu a necessidade da realização deste trabalho, a fim de analisar a construção da argumentação da revista *Revestres*, informativo da mídia cultural editado em Teresina-PI. O presente trabalho objetiva identificar os componentes e os procedimentos da encenação argumentativa, cuja realização permite a produção e disputa de sentidos nos discursos de informação. Partindo desse pressuposto, a análise se desdobrará sob o modo de organização argumentativo do discurso, através do qual será analisada a seção “reportagem” da revista supracitada. Trata-se de um trabalho de abordagem qualitativa e finalidade interpretativa, cujo *corpus* foi composto por três reportagens publicadas nas edições 34, 37 e 38/2018, da referida revista. Como suporte teórico para a análise, embasamos, principalmente, na Teoria Semiológica de Charaudeau (2016), com ênfase no modo de organização argumentativo do discurso.

1 - Trabalho apresentado no GT Imagem e produção de sentidos do II Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Mestranda em Letras-Linguística da Universidade Federal do Piauí, Teresina-PI e membro do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Análise do Discurso - NEPAD/UFPI. E-mail: jaquelinesalviano2016@gmail.com

3 - Possui Pós-doutorado em Linguística pela UFMG. Professor da Graduação e Pós-graduação em Letras da UFPI. Editor da revista *Form@are* (PARFOR/UFPI). Fundador e atual coordenador do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Análise do Discurso - NEPAD/UFPI. E-mail: jbenvido@ufpi.edu.br.

No que diz respeito aos procedimentos metodológicos, cabe destacar as etapas de elaboração do trabalho. Primeiramente, após a seleção da reportagem da revista *Revestrés*, foram feitas leituras criteriosas a fim de identificar os fenômenos investigados. Em seguida, houve a classificação dos componentes e procedimentos da encenação argumentativa apresentados nos discursos da revista. Depois, partimos para a análise dos dados encontrados e, por fim, os resultados e as conclusões da pesquisa. O presente trabalho está organizado em tópicos. O primeiro tópico corresponde aos aspectos teóricos embasados na Análise do Discurso Semiolinguística. Já a parte das análises do trabalho é constituída por dois tópicos, que tratam da mídia, das circunstâncias do discurso e da encenação argumentativa.

A TEORIA SEMIOLINGUÍSTICA

A Semiolinguística é uma proposta teórica elaborada pelo linguista francês Patrick Charaudeau, em sua tese de doutorado, e publicada em 1983 na obra *Langage et Discours*. Trata-se de uma ramificação da Análise do Discurso Francesa, tendo como diferencial a consideração das intencionalidades e da natureza psicossocial da linguagem. Os estudos sobre a Teoria Semiolinguística, doravante TS, ganharam corpo no Brasil através de pesquisadores da UFMG, da UFRJ e da UFF. Na UFPI, a teoria tem se destacado como uma das linhas de pesquisa do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Análise do Discurso – NEPAD, a partir de publicações como, por exemplo, Moura (2012) e Moura *et al* (2015; 2016a; 2016b; 2017 e 2018).

De acordo com Corrêa-Rosado (2014), os estudos do discurso levam em consideração a situação de enunciação a fim de ligar o contexto sócio-histórico aos sujeitos da encenação, no intuito de obter o sentido, na troca comunicativa, considerando, também, as intencionalidades do sujeito argumentante. Com isso, o discurso envolve questões sociais, políticas, históricas, culturais, abarcando, também, a ideologia carregada pelo sujeito enunciador. No âmbito da TS, a noção de discurso pode ser compreendida de duas formas: como fenômeno da encenação do ato de linguagem e como conjunto de saberes partilhados que circulam entre indivíduos de um grupo social. Mais adiante explicitaremos melhor como essa teoria compreende o ato de linguagem.

Diante disso, a compreensão é estabelecida, na troca linguageira, a partir do conhecimento partilhado entre o locutor e o interlocutor. Tal movimento discursivo evidencia a necessidade primordial de consideração do contexto enunciativo para a compreensão de qualquer mensagem. Porém, mesmo estando em um mesmo grupo social e letrado, compartilhando de um mesmo saber, o interlocutor pode fazer uma interpretação diferente do esperado pelo locutor acerca de um determinado enunciado.

A Semiolinguística considera o ato de linguagem como produto de um contexto do qual participam um emissor e um receptor que, por serem pessoas diferentes, podem atribuir a uma expressão linguística diferentes interpretações, dando a elas sentidos não previstos (CORRÊA-ROSADO, 2014, p. 3).

Dizer, então, que uma mensagem proferida por um sujeito falante vai sempre ser interpretada como ele deseja, seria incorreto, pois isso depende de diversos fatores, dentre eles, os conhecimentos individuais dos sujeitos que fazem parte da realidade social dos mesmos, interferindo na interpretação dos dizeres. Dessa forma, todo sujeito tem capacidade de atribuir diversos sentidos a uma determinada proposição, pois a partir de sua bagagem cognitiva e de suas crenças atribui significação e se posiciona sobre o mundo. Em vista disso, considera-se, para a compreensão de determinadas informações, o implícito, através do qual os envolvidos no ato da comunicação necessitam ter compartilhado um mesmo saber que, por sua vez, vai determinar o sentido do enunciado, a fim de que não haja problemas no diálogo.

Ressalta-se, ainda, a dupla dimensão do fenômeno linguageiro, constituído pela dimensão implícita e a dimensão explícita, conforme Charaudeau (2016). A dimensão explícita corresponde à simbolização referencial, tratando-se de paráfrases estruturais, acarretando em mudanças na estruturação de determinadas sentenças, mas com o mesmo conteúdo. Em sentenças como “pegue o guarda-chuva” e “abra o guarda-chuva”, há uma implicação parafrástica que apresenta uma exclusão, uma vez que não há uma simultaneidade de fala de tais frases, justamente porque as mesmas não podem ser ditas ao mesmo tempo, como “pegue o guarda-chuva porque abra o guarda-chuva”. O falante consegue perceber essa má construção de sentido a partir do seu conhecimento morfológico e semântico da língua.

Em contrapartida, a dimensão implícita refere-se à significação, a qual, diferentemente da dimensão implícita, apresenta uma concomitância na fala, uma vez que, quando o locutor profere a frase “pegue o guarda-chuva”, busca evidenciar também que vai chover, ou seja, contém a mesma instância de fala “pegue o guarda-chuva porque vai chover”. Desse modo, o interlocutor necessita considerar o contexto da enunciação, assim como a intenção do sujeito falante, a fim de entender que pegar o guarda-chuva não significa somente o ato de pegar determinado objeto, mas considerar a informação não dita, que é a probabilidade de chover.

Nesse sentido, é importante destacar que o ato de linguagem corresponde a uma relação entre os atores da encenação e dos mesmos com a circunstância do discurso, valendo salientar que o sentido é compreendido a partir do dito pelo sujeito falante e do não dito, como, por exemplo, na frase “Estou cansada, estudei muito hoje”. Caso seja proferida em um contexto de pessoas que estão combinando para sair, pode apontar para um possível “não” como resposta. Para tanto, significa dizer que o sujeito interpretante, para compreender os enunciados implícitos, necessita ter um conhecimento prévio a respeito de como uma pessoa utiliza determinados recursos discursivos nos atos de fala para dizer o que realmente deseja.

Assim, o ato de linguagem não deve ser concebido como um ato de comunicação resultante da simples produção de uma mensagem que um Emissor envia a um Receptor. Tal ato deve ser visto como um encontro dialético (encontro esse que fundamenta a atividade metalinguística e elucidação dos sujeitos da linguagem) entre dois processos (CHARAUDEAU, 2016, p. 44).

Podemos compreender esses dois processos como sendo o processo de produção e o processo de interpretação. No primeiro, o EU, sujeito que produz o ato de linguagem, dirige-se ao TU-destinatário, que é o interlocutor construído pelo EU, isto é, o EU, ao proferir algo, já tem em mente o sujeito idealizado para o qual a enunciação se destina. Já no processo de interpretação, o TU-interpretante cria uma imagem do EU, a fim de descobrir as reais intenções do mesmo. Cabe distinguir o TU-destinatário (TUd) do TU-interpretante (TUi), uma vez que o último trata de fazer sua própria interpretação da imagem do EU, enquanto o TUd corresponde ao interlocutor adequado para o ato de linguagem, já esperado pelo EU, conforme Charaudeau (2016).

Nessa perspectiva, é relevante destacar as noções de contrato comunicacional e de estratégias discursivas, uma vez que ambas fazem parte da natureza do discurso. O contrato de comunicação estabelece um saber partilhado por ambos os sujeitos no ato linguageiro, para que a mensagem seja efetivada sem problemas na compreensão do sentido. É como se cada sujeito se comprometesse a desempenhar determinado papel dentro do ato de linguagem a fim de que o mesmo obedeça aos preceitos exigidos pela situação enunciativa. Além disso, para Charaudeau (2016), o sujeito comunicante também utiliza de estratégias discursivas com fins persuasivos, a fim de atingir o sujeito interpretante, mobilizando, para isso, um enunciador e projetando um destinatário ideal. Nessa perspectiva, o sujeito comunicante e o sujeito interpretante estão implicados em uma relação contratual, conforme Charaudeau (2001).

Por fim, a TS apresenta os modos de organização do discurso, sendo eles: enunciativo, descritivo, narrativo e argumentativo. Tais modos buscam constituir “os princípios de organização da matéria linguística, princípios que dependem da finalidade comunicativa do sujeito falante” (CHARAUDEAU, 2016, p. 68). Com isso, cada modo constitui uma finalidade comunicativa, sendo ela enunciar, descrever, contar/narrar e argumentar, respectivamente.

Para efeito de realização deste trabalho, tendo em vista o caráter argumentativo presente no *corpus* composto por matérias da revista *Revestrés*, daremos ênfase à encenação argumentativa do modo de organização argumentativo do discurso, que será melhor detalhado no item a seguir.

O MODO DE ORGANIZAÇÃO ARGUMENTATIVO DO DISCURSO

Tendo em vista os pressupostos da Teoria Semiolinguística de Charaudeau (2016), busca-se compreender a questão dos modos de organização do discurso, mais especificamente o argumentativo. O modo de organização argumentativo considera os encadeamentos lógicos presentes nos enunciados, em que a argumentação concerne, dessa forma, a uma relação de causalidade. Além disso, apresenta informações implícitas, cuja compreensão o interlocutor precisa ligar às premissas com o seu conhecimento prévio, para concluir a

informação ausente por trás do enunciado. Dessa forma, cabe dizer que

A argumentação, portanto, está direcionada à parte do interlocutor que demonstra raciocínio, ou seja, capacidade para refletir e compreender, ainda que seja para chegar ao mesmo resultado. O sujeito que argumenta necessita expressar uma convicção e uma explicação de tal maneira que seja capaz de influenciar o interlocutor com força para persuadi-lo a ponto que ser capaz de modificar seu comportamento (MOURA, 2012, p. 44-45).

Com isso, implica dizer que a argumentação consiste, também, nos papéis desempenhados por cada sujeito no ato linguageiro, em que o locutor visa utilizar argumentos favoráveis a fim de fazer com que o interlocutor mude sua opinião ou, até mesmo, seu comportamento, isto é, expõe argumentos que contribuem com a sua intencionalidade, com o intuito de obter o que deseja. Já o interlocutor, ao ser “bombardeado” por argumentos que objetivam persuadi-lo, apresenta seu raciocínio acerca do assunto tratado, buscando compreender o que está sendo dito, fazendo reflexões acima dos argumentos.

Diante disso, cabe destacar que na argumentação o sujeito falante apresenta uma ideia ao interlocutor, os quais, durante a comunicação verbal, se posicionarão a respeito de um determinado pensamento, expondo suas opiniões, em que cada um defenderá seu ponto de vista, construindo argumentos que estabeleçam valor de autenticidade, de modo que o outro aceite seu raciocínio. Dessa forma, os sujeitos estarão em uma constante troca de papéis, pois, enquanto um argumenta, sendo assim, o locutor, o outro estará sendo o interlocutor da comunicação. Após isso, o interlocutor passará a ser o locutor, uma vez que estará no papel de argumentante.

Nesse sentido, “a argumentação define-se, portanto, numa relação triangular entre um sujeito argumentante, uma proposta sobre o mundo e um sujeito-alvo” (CHARAUDEAU, 2016, p. 205). Esta relação compreende um sujeito argumentante que estabelece um questionamento sobre algo e a partir dele constitui um raciocínio persuasivo. Por outro lado, tem-se o sujeito-alvo que, ao se relacionar com as ideias do sujeito argumentante, apresenta sua concepção, se aceita ou contrapõe o argumento. O questionamento, utilizado por

ambos os sujeitos na troca verbal, condiz com uma verdade, verdade esta que está relacionada a uma proposta sobre o mundo.

Assim sendo, “a argumentação não se limita a uma sequência de frases ou de proposições ligadas por conectores lógicos” (CHARAUDEAU, 2016, p. 203), mas apresenta-se como uma atividade discursiva que desencadeia uma busca de racionalidade e de influência. A busca de racionalidade corresponde a uma busca de verdade, uma explicação racional, o que tende, dessa forma, a uma concepção do verdadeiro, cujas explicações são universais. Outra busca que o sujeito argumentante participa é a da influência, cujo ideal é referente à persuasão. A busca de influência consiste, dessa forma, no compartilhamento que o sujeito faz com o outro sujeito, sendo este o interlocutor da comunicação. Esse compartilhamento refere-se ao universo de explicação do discurso, a fim de que seja possível persuadir o interlocutor na interação comunicativa.

Buscando tratar da argumentação, como Modo de organização do discurso, isto é, o argumentativo, evidencia-se o seguinte excerto:

Constitui a mecânica que permite produzir argumentações sob essas diferentes formas. Esse modo tem por função permitir a construção de explicações sobre asserções feitas acerca do mundo (quer essas asserções tratem de experiência ou de conhecimento) (CHARAUDEAU, 2016, p. 207).

O argumentativo estabelece teses de uma determinada proposta sobre o mundo e, com isso, procura elucidar tal proposta, apresentando, assim, as explicações sobre ela. Dessa maneira, no modo de organização argumentativo, o argumento é construído através de proposições que orientam os questionamentos para um valor de verdade. A partir disso, constituem-se dois tipos de razão, são elas a razão demonstrativa e a razão persuasiva. A razão demonstrativa, segundo Charaudeau (2016), procura estipular nas asserções as relações de causa, por meio dos componentes e procedimentos que constituem a lógica.

Os componentes abarcam as relações assertivas, as articulações lógicas das sentenças, a validação dos enunciados, que contribuem para a construção da argumentação do sujeito falante. Tais componentes visam organizar, nas relações argumentativas, as ideias a partir do uso dos encadeamentos lógicos, para que o raciocínio seja considerado válido. Dessa forma, o uso das asserções nos argumentos

consiste em atribuir a questão da autenticidade e da credibilidade ao que está sendo enunciado, assim como os conectores argumentativos que colaboram para o valor explicativo.

Os procedimentos da lógica têm em vista os modos de raciocínio, como as deduções, a explicação, a associação, a escolha alternativa e a concessão restritiva. Cabe destacar que “esses modos de raciocínio se inscrevem numa determinada encenação argumentativa e se combinarão com os componentes dessa encenação” (CHARAUDEAU, 2016, p. 213), ou seja, os procedimentos da lógica, que englobam os modos de raciocínio supracitados, destinam-se de organizar os componentes da lógica, como também sua combinação, com o objetivo de construir um argumento que estabeleça uma validação.

Por outro lado, tem-se a encenação argumentativa, que abrange também os componentes e os procedimentos. Os componentes da encenação argumentativa compreendem o dispositivo argumentativo, os tipos de configuração e as posições do sujeito como se pode observar no quadro abaixo:

Figura 1: Componentes da encenação argumentativa.

O dispositivo argumentativo	<ul style="list-style-type: none"> - Proposta - Proposição - Persuasão 	<ul style="list-style-type: none"> - “Tese” - “Quadro de questionamento” - “Quadro de raciocínio”
Os tipos de configuração	<ul style="list-style-type: none"> - Situações de troca - Contrato de comunicação 	<ul style="list-style-type: none"> - “Monological” - “Dialogal” - “Explícito” - “Implícito”
As posições do sujeito	<ul style="list-style-type: none"> • Com relação à Proposta • Com relação ao emissor (E) da Proposta • Com relação a sua sua própria argumentação 	<ul style="list-style-type: none"> - “Tomada de posição” (A favor/Contra) - “Não tomada de posição” - “Rejeição do estatuto” - “Aceitação do estatuto” - “Autojustificativa” - “Engajamento e argumentação polêmica” - “Não engajamento” e argumentação racional

Fonte: Charaudeau (2016, p. 231).

O dispositivo argumentativo, em determinada argumentação, caracteriza-se pela presença da proposta, da proposição e da

persuasão, em que o sujeito que enuncia, com o uso das assertivas, busca colocar suas percepções, a partir da tomada ou não de posição. Diante da tomada ou não de posição de um jornalista de uma reportagem, por exemplo, Charaudeau (2018) comenta que para a construção de sentido de um determinado discurso, é impossível desvincular o conteúdo da matéria com a opinião particular do autor da reportagem, uma vez que se apresenta nos argumentos uma implicação de tomada de posição, o que se espera a imparcialidade presente nos discursos, porém não é isso que é adotado.

No entanto, os componentes argumentativos consideram também a questão da configuração do argumento, tratando-se de uma troca linguageira através do diálogo ou do texto, isto é, dialogal ou monologal, respectivamente, o que, além disso, contém contratos de fala a fim de fornecer meios para uma possível interpretação, conforme Charaudeau (2016). Esse contrato de comunicação na situação de troca pode ser a partir de uma argumentação explícita ou implícita. A argumentação explícita é formada devido à apresentação da proposta, da proposição e da persuasão. Em contrapartida, quando um determinado discurso não expõe o quadro argumentativo, a argumentação é considerada implícita.

Tendo em vista que no dispositivo argumentativo o sujeito é levado a tomar uma posição, Charaudeau (2016) elenca as posições que podem ser manifestadas pelo sujeito da proposta: posições em relação à proposta; posições em relação ao emissor da proposta e posições em relação à própria argumentação. Tais posições são situadas para demonstrar veracidade ao que é informado.

Já os procedimentos da encenação argumentativa são de três tipos, os procedimentos semânticos, os discursivos e os de composição. Segundo Charaudeau (2016), os procedimentos semânticos dizem respeito aos valores argumentativos, relativo às questões sociais, designados como “domínios de avaliação” e “valores”, enquanto os procedimentos discursivos referem-se às estratégias linguísticas que produzem efeitos de sentido persuasivos na argumentação. Fazem parte dos procedimentos discursivos: a definição, a comparação, a citação, a descrição narrativa, a acumulação e o questionamento.

Os procedimentos de composição concernem às etapas de raciocínio na construção de um texto, seja ele oral ou escrito. Em vista disso, a encenação trata, na situação de comunicação, de construir um sentido considerando o discurso do locutor e a sua intenção e a

imagem feita do interlocutor, isto é, as conjunturas sociais e os atores da encenação. Em tais procedimentos englobam a composição linear, que trata das etapas de argumentação e as retomadas argumentativas, bem como das hierarquias nos argumentos e textos resumidos. Nota-se abaixo a estruturação dos procedimentos da encenação argumentativa:

Figura 2: Procedimentos da encenação argumentativa.

1 – Os procedimentos semânticos	(a) Os domínios de avaliação	< de Verdade < Ético < Estético < Hedônico < Pragmático
	(b) Os valores	< domínios da Verdade, do Estético, do Ético, do Pragmático, do Hedônico
2 – Os procedimentos discursivos	(a) A definição	< de um ser < de um comportamento
	(b) A comparação	< por semelhança / dessemelhança (igualdade, proporção, extensão) < objetiva / subjetiva
	(c) A descrição narrativa	
	(d) A citação	< de um dizer < de uma experiência < de um saber
	(e) A acumulação	
	(f) O questionamento	< incitação a fazer < proposta de uma escolha < verificação de um saber < provocação < denegação
3 – Os procedimentos de composição	(a) A composição linear	< etapas < vai e vem < tempos fortes
	(b) A composição classificatória	< resumos, quadros, figuras

Fonte: Charaudeau (2016, p. 247).

Portanto, cabe dizer que a argumentação, trata de um sujeito argumentante que busca, na comunicação verbal, persuadir o sujeito-alvo através de argumentos de verdade, uma vez que, na interação, ambos conduzem argumentos para que o outro possa aceitar seu ponto

de vista, sua opinião acerca de algo sobre o mundo. Com isso, o sujeito que argumenta não deve apenas estabelecer uma ideia sobre um determinado fenômeno do mundo, mas também elaborar argumentos que provem sua autenticidade, a fim de mudar o comportamento e/ou o pensamento do interlocutor. Para a presente análise, utilizaremos apenas a encenação argumentativa, descartando, assim, os componentes e procedimentos da lógica argumentativa.

ANÁLISE DOS DADOS

A revista Revestrés e suas circunstâncias de discurso

A revista *Revestrés* foi fundada em 2011, tendo como idealizadores o jornalista André Gonçalves e o professor Wellington Soares, figuras bastante conhecidas no Piauí pela militância social e cultural que exercem. Importante salientar que a *Revestrés* lida com questões que se relacionam com a Literatura, com a Arte e com a cultura local de Teresina, às vezes, expandindo o seu olhar para o estado do Piauí. Apresenta temáticas voltadas para a valorização dos aspectos culturais e artísticos, propondo um olhar diferenciado, como, por exemplo, enaltecendo ativistas políticos, músicos, escritores e demais artistas locais.

A revista possui uma periodicidade bimestral, resultando na publicação de seis edições por ano. Vale ressaltar, no entanto, que, durante o ano de 2018, período que corresponde ao recorte temporal do nosso *corpus*, só foram publicadas cinco edições referentes aos meses: janeiro/fevereiro; março/abril; maio/junho; agosto/setembro e novembro/dezembro. Os leitores podem obter a revista através de assinatura anual, exemplares avulsos nas bancas de revista ou através do site da publicação, no qual grande parte do seu conteúdo está disponibilizado de forma gratuita. No site, o leitor tem espaço para fazer comentários acerca da revista, enviar sugestões, críticas ou elogios. A publicação também mantém perfis em plataformas digitais como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, em cujos espaços o público-leitor pode interagir criticando, sugerindo pautas etc.

Os exemplares selecionados apresentam, em média, oitenta a noventa páginas. As reportagens selecionadas para o nosso *corpus* possuem entre seis e nove páginas. A revista *Revestrés* é produzida pela Quimera Produções, sob a responsabilidade de impressão da

Halley S/A Gráfica e Editora. Percebe-se que a alta qualidade da impressão, o papel utilizado, as artes gráficas, as imagens, as cores e a diagramação fazem da revista uma publicação peculiar no estado do Piauí, sendo a mesma elogiada em todo o Brasil.

Dessa forma, supõe-se que os consumidores da *Revestrés* são pessoas com certo grau de escolarização e politização. Nem sempre se trata de uma elite no que diz respeito ao poder econômico, mas, certamente, trata-se de uma elite cultural que se sente atraída pelas abordagens acerca de determinadas ações que, muitas vezes, não despertam o interesse da grande mídia. O público-alvo da revista pode ser compreendido como fazendo parte de um grupo social cujos membros partilham saberes culturais, vivências sociais e ideologias.

Daquilo que os membros compartilham: suas opiniões, conhecimentos, valores, gostos (em família, no trabalho, enquanto mulher, homem, jovem ou idoso etc.), que constituem um vínculo social, o espelho no qual os indivíduos se reconhecem como pertencentes a um mesmo conjunto, a mesma identidade, e que norteiam sua conduta na vida em sociedade. O grupo se constrói então segundo fatores de ordem social que constituem uma identidade social, fatores de ordem cultural que constituem uma identidade cultural (CHARAUDEAU, 2016a, p. 27).

Na acepção do autor, a identidade de um determinado grupo envolve conhecimentos e opiniões através dos quais seus membros se sintam agregados num sentimento de pertença. Nisso, a identidade dos assinantes da *Revestrés*, por exemplo, apresenta algumas similaridades, como, por exemplo, o interesse cultural e os conteúdos voltados para o estado do Piauí, de forma que os fazem participar de um mesmo conjunto de pessoas. O objetivo em adquirir a revista, a finalidade na leitura dos conteúdos evidenciados são umas das características deste grupo.

Tendo em vista que as reportagens tratam de assuntos piauienses concentrados na visibilidade e na valorização da cultura e arte do estado, as matérias selecionadas buscam considerar também esse viés, como na matéria da edição 34, que se refere a uma pesquisa feita pela própria revista, a fim de saber como é apresentada a figura feminina em todas as suas edições. Pode-se evidenciar que a revista busca, a partir dessa atitude, construir uma autorrepresentação cujo

resultado pode desencadear o aumento de sua credibilidade perante o público-leitor.

Ainda nessa perspectiva, a reportagem da edição 37 diz respeito ao surgimento da nova capital do Piauí, englobando os aspectos do contexto sócio-histórico e econômico da época, o que levou, por exemplo, à mudança da capital de Oeiras para Teresina, assim como a estrutura das primeiras habitações e o seu planejamento para a transformação da cidade. Já na matéria selecionada da edição 38, o conteúdo discutido corresponde às dificuldades de artistas e profissionais independentes que, no seu trabalho, enfrentam algumas adversidades.

A ENCENAÇÃO ARGUMENTATIVA

Componentes da encenação argumentativa

Com relação ao dispositivo argumentativo, observa-se na reportagem da edição 37, apresenta-se o seguinte excerto:

“Teresina teve, desde o início, seu desenvolvimento atrelado à modernidade (Proposta). Havia uma necessidade e um cuidado especial para que a capital alcançasse progresso e grande crescimento. A urbanização da cidade também era de interesse de seus governantes (Proposição). A construção urbana não levava em conta apenas a questão técnica, mas também estética. Era preciso que os prédios, monumentos e praças fossem belos” (Persuasão) (CAVALCANTE, 2018, p. 37, grifo nosso).

A passagem acima diz respeito à preocupação que os governantes tinham com a capital do Piauí com relação aos aspectos urbanísticos e com a civilização, podendo esta ideia ser percebida no trecho correspondente à proposta. Em seguida apresenta-se a proposição. Tal proposição refere-se a uma tomada de posição que se dá através da justificativa. O sujeito procura justificar essa preocupação com a modernidade, apresentando o argumento de que é um cuidado com a capital, objetivando o progresso e o crescimento. Já a persuasão trata de um raciocínio persuasivo do sujeito, que busca considerar a justificativa como uma prova, sendo tal justificativa referente à construção, com a finalidade de persuadir. Diante disso, percebe-se também uma refutação, tendo em vista que, inicialmente, fala-se apenas de modernidade e crescimento. Esta assertiva contrapõe-se à menção da questão estética.

Quanto aos tipos de configuração, observamos a presença de uma situação de troca linguageira caracterizada como monologal, justamente porque a *Revestrés* é uma revista impressa, em que os sujeitos do ato de linguagem, enunciador e destinatário, não estão presentes fisicamente. Assim sendo, o primeiro não consegue perceber os comportamentos e as respostas do segundo, de tal forma que o enunciador deve organizar suas ideias com argumentos colocados de forma lógica, com a finalidade de que o destinatário compreenda sua informação. Tendo em vista a situação de troca monologal, o enunciador da *Revestrés* coloca em evidência a proposta, a proposição e a persuasão, como, por exemplo, no trecho citado no dispositivo argumentativo.

Com relação às posições do sujeito em relação ao emissor da proposta, observa-se na seguinte passagem:

“Uma pesquisa conduzida pelos professores Luís Felipe Miguel e Flávia Biroli, ambos de Ciências Políticas da UnB (Universidade de Brasília), concluiu que a representação do mundo feita pela mídia contribui para perpetuar a desigualdade entre homens e mulheres, uma vez que privilegia fontes masculinas, tornando alguns atores, no limite, invisíveis” (ANDRADE, 2018, p. 39).

A problemática a ser defendida é a alta representação da imagem do homem na mídia em comparação com a da mulher. E, em detrimento disso, tal excerto refere-se à autojustificativa do estatuto, em que o sujeito recorre a um argumento de especialistas no assunto, no caso, pesquisadores da UnB, cujos resultados projetam a credibilidade da informação.

Procedimentos da encenação argumentativa

Os procedimentos da encenação argumentativa objetivam validar uma argumentação, conforme Charaudeau (2016). Cabe destacar que tais procedimentos são divididos em três tipos: os procedimentos semânticos, os procedimentos discursivos e os procedimentos de composição. Os procedimentos semânticos estão presentes na matéria da edição 34, e são pertencentes ao domínio do pragmático, que se refere à utilidade de determinadas ações:

“[...] a representação do mundo feita pela mídia contribui para perpetuar a desigualdade entre os homens e mulheres, uma vez que privilegia fontes masculinas, tornando alguns autores, no limite, invisíveis” (ANDRADE, 2018, p. 39).

O trecho acima diz respeito à influência da mídia em disseminar a desigualdade de gênero. Neste excerto é possível identificar o domínio de avaliação do pragmático, em que é perceptível a presença do vocábulo “contribui”, remetendo às estratégias da mídia ao elaborar uma representação do mundo, de modo a acentuar a desigualdade entre homens e mulheres, ainda que a atividade enunciativa parta de uma revista supostamente politizada.

Quanto aos procedimentos discursivos, segundo Charaudeau (2016), trata do uso de determinadas categorias de língua ou dos Modos de organização do discurso, com finalidades persuasivas. Nesse sentido, identificou-se o procedimento de acumulação, visto que foi empregado para abordar a problemática do descaso dos habitantes com a cidade. Pode-se perceber esse fenômeno na seguinte passagem na reportagem da edição 37:

“O abandono do centro histórico pode ser associado, além do descuido, à insegurança” (CAVALCANTE, 2018, p. 42).

A acumulação, presente no excerto acima, foi expressa a partir da gradação dos fatos, através da qual o sujeito argumenta que o abandono do centro histórico de Teresina não se dá apenas pelo descuido, mas também pela insegurança. Tem-se, assim, dois argumentos mobilizados com a finalidade de fornecer credibilidade para a defesa da argumentação.

No que diz respeito ao procedimento de composição, observa-se que foi utilizado a composição classificatória, cujos dados podem ser vistos na tabela a seguir. Os resultados refletem o levantamento feito pela revista acerca da recorrência de mulheres e homens nas matérias por ela publicadas. Essa tabulação dos dados busca evidenciar a discrepância da ênfase dada a homens e mulheres nas abordagens da revista. As mulheres, em menor quantidade, são representadas pela cor amarela, enquanto os homens, visivelmente mais citados, aparecem na cor branca.

O título da tabela, “A desigualdade por dentro”, resume e também justifica essa diferença, denotando que a revista *Revestrés* não foge dessa realidade de representar mais a imagem do homem. Com isso, exhibe o número de mulheres e homens que são representados nas capas, nas entrevistas, nos artigos, no ensaio fotográfico, na seção homenageado (a) e no Brasil.

Figura 3: Desigualdade nas seções da Revestrés.



Fonte: Imagem retirada da edição 34 da revista Revestrés de 2018.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho tratamos sobre a construção da encenação argumentativa nos discursos da revista Revestrés, investigando os componentes e procedimentos apresentados e como eles são direcionados para um efeito de legitimação, credibilidade, a fim de constituir um discurso persuasivo. Diante das análises, percebemos que os discursos da revista Revestrés apresentam aspectos argumentativos que buscam projetar uma imagem de verossimilhança, na busca pela credibilidade e legitimação necessárias a um veículo de comunicação. Para tanto, a Revestrés faz uso dos componentes e procedimentos da encenação argumentativa para produzir um efeito de credibilidade na notícia.

Verificamos forte incidência do argumento de autoridade, uma vez que a Revestrés busca transmitir aos seus leitores confiabilidade nas suas informações, a certeza na notícia ali apresentada. Dentre os procedimentos, o discursivo foi o mais utilizado para compor a argumentação da revista, com vistas à persuasão, justamente porque o sujeito enunciador faz uso de elementos que reforçam a ideia desejada para o texto. Dessa forma, é possível verificar o procedimento acumulativo, por exemplo, presente na argumentação da revista, com fins estratégicos.

É importante ressaltar que a revista Revestrés faz uso de estratégias discursivas que contribuem para que seus discursos sejam verídicos, buscando não apenas informar uma notícia,

mas, também, orientar condutas e incitar a ação. Concluímos que a Revestrés já é direcionada para um público específico de pessoas, público esse que está inserido no meio letrado, ou seja, a revista Revestrés apresenta um jornalismo cultural direcionado a uma parcela da sociedade com maior escolaridade, contendo um forte apelo argumentativo na defesa do patrimônio cultural do Piauí. Com isso, o discurso produzido pela revista leva em consideração os aspectos sociais e intelectuais que possam influenciar na significação da informação ali apresentada.

REFERÊNCIAS

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso:** modos de organização. [coordenação da equipe de tradução Angela M. S. Corrêa & Ida Lúcia Machado]. – 2. ed., 3^a reimpressão - São Paulo: Contexto, 2016.

_____. **A conquista da opinião pública:** como o discurso manipula as escolhas políticas; tradução de Angela M. S. Corrêa. - São Paulo: Contexto, 2016a.

_____. **Langage et Discours.** Paris: Hachette, 1983.

_____. **Uma Teoria dos Sujeitos da Linguagem.** In: MARI, Hugo; Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso – FALE/UFMG. 2001.

_____. **Discurso das mídias.** tradução de Angela M. S. Corrêa. 2. ed., 4^a reimpressão. – São Paulo: Contexto, 2018.

CORRÊA-ROSADO, Leonardo Coelho. **Teoria Semiolinguística:** alguns pressupostos. REVISTA MEMENTO V. 05, N. 2 (julho-dezembro de 2014) Revista Do Mestrado Em Letras Linguagem, Discurso E Cultura – Unincor.

MOURA, João Benvido de. **Análise discursiva de editoriais do jornal Meio Norte, do estado do Piauí:** a construção de imagens e as emoções suscetíveis através da argumentação. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos). Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG, Belo Horizonte – MG, 2012. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/LETR-974H6D>. Acesso em 20 jan. 2019

MOURA, João Benvido de; BATISTA JÚNIOR, José Ribamar Lopes; LOPES, Maraisa (Org.). **Discurso, memória e inclusão social.** Recife: Pipa Comunicação, 2015.

_____; LIMA, Francisco Renato; BORGES, Vanessa Raquel Soares. O jogo de imagens na constituição dos sujeitos discursivos: uma abordagem ideológica e sociopolítica em cartuns. **Web-Revista SOCIODIALETO**, v. 6, p. 250-268, 2016a. Disponível em: <https://docplayer.com.br/19946572-O-jogo-de-imagens-na-constituicao-dos-sujeitos-discursivos-uma-abordagem-ideologica-e-sociopolitica-em-cartuns.html> Acesso em 15.05.2019.

_____; CARVALHO, André de Moura. O jornal na sala de aula: discursos que constroem e destroem imagens na imprensa piauiense. **Revista Form@re**, v. 4, p. 3-28, 2016b. Disponível em: <http://www.ojs.ufpi.br/index.php/parfor/article/view/5617> Acesso em 15.02.2019.

_____; BATISTA JÚNIOR, José Ribamar Lopes; LOPES, Marais (Org.). **Sentidos em disputa**: discursos em funcionamento. Teresina: EDUFPI, 2017. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/11V18xIYEwS3LV3UnpkbjQj5xsuXKozYf/view> Acesso em 15.02.2019.

_____; BATISTA JÚNIOR, José Ribamar Lopes; LOPES, Maraisa (Org.). **Linguagem, discurso e produção de sentidos**. São Paulo: Pá de palavra, 2018.

ANDRADE, Samária. **Me Too**: como as mulheres são representadas (ou não) no jornalismo? Revestrés quer saber e faz autocrítica. In: revista Revestrés, p. 38-43, ed. 34, 2018. Disponível em < <http://www.revistarevestres.com.br/reportagem/me-too/> >. Acesso em 15.02.2019.

CAVALCANTE, Aldenora. **A musa esquecida**: Revestrés percorreu a cidade antiga para (re)descobrir suas referências. In: revista Revestrés, p. 36-44, ed. 37, 2018. Disponível em < <http://www.revistarevestres.com.br/reportagem/a-musa-esquecida/> >. Acesso em 15.02.2019.

_____. **A vida sob atos**: na contramão da produção hegemônica, artistas de teatro trilham caminho de luta e reinvenção. In: revista Revestrés, p. 32-39, ed. 38, 2018. Disponível em < <http://www.revistarevestres.com.br/reportagem/vida-sob-atos/> >. Acesso em 15.02.2019.



DESPERTANDO O EMPODERAMENTO: UMA ANÁLISE DO PODCAST “HISTÓRIA DE NINAR PARA GAROTAS REBELDES”¹

Bruna Toso Tavares²

Jéssica Larissa Brito de Andrade³

Kananda Vitória Arão de Souza⁴

Williane Emanuelle Rodrigues Viana⁵

INTRODUÇÃO

Vivemos em uma sociedade patriarcal, que ainda oprime e exclui mulheres de certas práticas sociais a partir de violências simbólicas (BOURDIEU, 2014). Isso porque circulam socialmente, nas mais diversas esferas, uma série de discursos sobre o que é ser mulher, sobre o que é permitido às mulheres e sobre os lugares que elas devem ocupar. Com isso, ainda hoje, em pleno século XXI, nos deparamos com uma educação de meninas para que estas se tornem princesas – como a proposta por iniciativas como A Escola de Princesas⁶ –, e, em consequência aos imaginários em que tal instituição se fundamenta, com dados sobre a exclusão das meninas e mulheres de uma participação plena no desenvolvimento da ciência, por exemplo.

Assim, mesmo com todos os avanços alcançados pelo movimento feminista, responsável pelo que Mitchel (1984) chama de a “mais longa das revoluções”, referindo-se às diversas e lentas conquistas do movimento em vários séculos de atuação, ainda são hegemônicos discursos nos quais se fundamenta a mencionada escola, que, apoiando-se em imaginários colocados em circulação nos contos de fadas, propõe-se a formar princesas, já que, segundo seu

1 - Trabalho apresentado no GT 03 – Discurso, gênero e subjetividade, do II Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Professora Doutora da Universidade do Estado de Minas Gerais e do Instituto Federal da Paraíba. Passos – MG/ João Pessoa – PB. Endereço eletrônico: bruna.tavares@uemg.br e bruna.tavares@ifpb.edu.br.

3 - Graduanda em Psicologia pela Universidade Federal da Paraíba. Técnica em Informática pelo Instituto Federal da Paraíba. João Pessoa – PB. Endereço eletrônico: jessicaandrade1612@gmail.com.

4 - Concluinte do Curso Técnico Integrado em Informática pelo Instituto Federal da Paraíba. João Pessoa – PB. Endereço eletrônico: kananda.vitoria@academico.ifpb.edu.br.

5 - Concluinte do Curso Técnico Integrado em Meio Ambiente pelo Instituto Federal da Paraíba. João Pessoa – PB. Endereço eletrônico: emanuelle.williane@academico.ifpb.edu.br.

6 - <http://escoladepincesas.net/ws/#caracteristicas>

slogan, “Todo sonho de menina é tornar-se uma princesa”. Para isso, a instituição reforça um estereótipo, a partir da generalização sobre como mulheres querem e devem ser, traz em seu curso aulas sobre a identidade e a estética das princesas – reproduzindo os discursos sobre como mulheres devem se comportar e parecer –, sobre como as “princesas” devem cuidar de seus “castelos” – reiterando a ideia de que o cuidado doméstico deve ficar restrito às mulheres – e, por fim, chegando ao tópico “De princesa a rainha”, no qual trata do “passo mais importante na vida de uma mulher, sem dúvida, o matrimônio”. No desenvolvimento de tal temática, a escola aborda como as meninas, assim como as personagens dos contos de fada, devem esperar seus príncipes, os únicos responsáveis por sua ascensão social, no caso do conto de fadas, o de tornar-se rainha.

Diante de imaginários como estes, que reforçam a passividade e a dedicação prioritária das mulheres ao casamento, não são de se surpreender os dados da Unesco sobre menos de 30% dos pesquisadores do mundo serem do sexo feminino, apesar dos esforços da Organização e da comunidade global nos últimos 15 anos para conter essa lacuna de gênero e inspirar e envolver meninas e mulheres na ciência. Tais esforços para quebrar estereótipos e incentivar as carreiras de mulheres cientistas e pesquisadoras fazem parte das ações para promoção da equidade de gênero na Ciência, as quais buscam alcançar os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) definidos na Agenda 2030.

É na mesma direção que desenvolvemos a pesquisa apresentada neste artigo, que se propõe como uma ação de iniciação de meninas à ciência, a qual envolve três alunas de cursos técnicos integrados ao Ensino Médio de um Instituto Federal de Ciência e Tecnologia (duas concluintes e uma formada) e a professora de Língua Portuguesa, que, seguindo os pressupostos de trabalho com a linguagem pelo viés discursivo prescrito por documentos oficiais, como a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), propôs uma pesquisa utilizando a Análise do Discurso de objetos que tratassem sobre questões de gênero. O objeto escolhido – os *podcasts Histórias de Ninar para Garotas Rebeldes* – foi uma sugestão das estudantes, acatada instantaneamente por fazer circular um discurso transgressivo e empoderador, a partir de um gênero⁷ – aqui no sentido de “tipos mais ou menos estáveis de

7 - Vale destacar que este artigo tratará tanto do gênero discursivo quanto de questões de gênero, entendido como categoria de análise proposta por Joan Scott, em 1986[1990], para se referir às relações de poder associa-

enunciados” (BAKHTIN, 2003, p.262) – que se apropria da ideia dos contos de fada para transgredir, não só o formato discursivo, como também as representações que este faz circular.

Com isso, este trabalho propõe a análise discursiva da série de onze episódios do *podcast*, coordenados por Juliana Wallauer, produzidos pela agência B9 em parceria com a Timbuktu Labs e patrocínio do Bradesco, baseados na série de livros *Histórias de Ninar para Garotas Rebeldes*, *best-sellers* escritos por Elena Favilli e Francesca Cavallo. Assim, como será apresentado a seguir, serão observadas as estratégias discursivas utilizadas para estimular o empoderamento feminino desde a infância e, nesta direção, os aspectos transgressivos dos *podcasts*, além dos mecanismos utilizados na busca pela transgressão da norma no que diz respeito às questões de gênero.

ERA UMA VEZ UM PODCAST...

Um importante gênero da Literatura Infanto-Juvenil são os contos de fada. Segundo Coelho (1998), o conto de fada é uma narrativa que sempre tem a presença do maravilhoso, da qual as fadas podem ou não fazer parte, mas cuja trama, necessariamente, gira em torno da ligação entre um homem e mulher. Entretanto, os papéis actanciais dos príncipes e princesas que se encontram nessas narrativas são completamente distintos: enquanto eles são desbravadores e corajosos, que buscam e salvam suas donzelas do perigo, elas são seres passivos, que simplesmente aguardam – normalmente realizando cuidados domésticos – a chegada de seus heróis, os quais são os únicos capazes de propiciar a elas uma vida maravilhosa a partir do casamento. E assim, com a reprodução de narrativas deste tipo, de geração em geração, é que imaginários restritivos e limitantes sobre o papel da mulher na sociedade continuam a circular e determinar expectativas e identidades femininas.

Apesar da tradição, recentemente, novas personagens com papéis menos passivos vêm surgindo. Ainda assim, em geral, mesmo que as princesas apareçam como aventureiras e corajosas, necessariamente suas histórias estão atreladas ao amor romântico com um homem. De todo modo, o surgimento dessas novas representações demonstra a necessidade, até mesmo do mercado

das ao ser mulher e ao ser homem. Assim, buscaremos deixar o mais claro possível a qual das categorias nos referimos, mas caberá ao leitor também, pelo contexto, compreender de que noção estamos tratando.

editorial e cinematográfico – já que todas essas histórias tornam-se filmes ou surgem contemporaneamente como produções audiovisuais –, de se atualizar e representar as mulheres de forma mais igualitária, ampliando suas identidades e formas de atuação.

É nessa perspectiva de apresentar personagens femininas mais complexas, interessantes, corajosas e fortes que, a partir um financiamento coletivo que arrecadou um milhão de dólares, foi publicado em 2017 o primeiro livro de uma série, *Histórias de ninar para garotas rebeldes*⁸. Escrito pelas italianas radicadas nos Estados Unidos Elena Favilli e Francesca Cavallo, como o próprio subtítulo “100 fábulas sobre mulheres extraordinárias” já aponta, o livro conta, de forma breve, histórias reais de mulheres inspiradoras, de vários lugares do mundo, classes sociais e épocas variadas, as quais, com seus talentos, sentimentos e paixões, estiveram à frente de seu tempo e realizaram feitos incríveis. Tais narrativas têm a intenção de inspirar meninas a serem corajosas e a construir a vida que quiserem apesar dos desafios e obstáculos que possivelmente encontrem. Assim, na apresentação do primeiro livro, publicado no Brasil pela V&R Editoras, as autoras afirmam: “tudo que podemos sentir é esperança e entusiasmo pelo mundo que estamos construindo juntas. Um mundo onde gênero não defina quão alto você pode sonhar nem quão longe você pode ir”, buscando o empoderamento feminino, desde a infância, para a transformação coletiva do mundo em um lugar igualitário.

Nesse processo em curso, a ideia do projeto foi se difundindo e levando à produção não só de novos livros com o mesmo intuito, mas também à transposição para outros formatos, como, por exemplo, o *podcast*. Este, cujo nome resulta da junção de *iPod* (aparelho da Apple para reprodução de arquivos de áudio) com *broadcast* (radiodifusão), se configura como um produto sonoro, que alia sonoplastia e voz, criando uma linguagem que vem ganhando cada vez mais espaço na vida corrida dos indivíduos da sociedade urbana, já que permite o acesso a informações durante a realização de outras atividades, otimizando o tempo das pessoas. Assim, sob a coordenação da importante *podcaster* Juliana Wallauer⁹, produção de B9 com a Timbuktu Labs – empresa detentora dos direitos autorais da marca – e patrocínio do Bradesco, foi criado o *podcast História de Ninar para Garotas Rebeldes*, inspirado na obra literária homônima.

8 - Título original: *Good Night Stories for Rebel Girls*.

9 - Juliana Wallauer, juntamente com Cris Bartis, apresenta desde 2014 um dos *podcasts* de maior relevância no Brasil, o Mamilos, também produzido por B9.

A iniciativa reuniu as narrativas de vida de onze mulheres, personagens dos volumes 1 e 2 dos livros de Favilli e Cavallo, cujas histórias são contadas em episódios de cerca de vinte minutos. No caso do *podcast*, trata-se de narrativas bem mais desenvolvidas do que as fábulas do livro, que têm aproximadamente uma página cada, já que, no produto sonoro, apresenta-se não só a biografia genérica dessas mulheres extraordinárias, com suas trajetórias, seus feitos históricos, os obstáculos e desafios que tiveram que enfrentar para alcançar o que buscavam, mas também, ao fazê-lo, focam ainda na caracterização psicológica destas mulheres, exaltando suas qualidades e descrevendo como elas se sentiam. Com isso, o *podcast* dá continuidade ao objetivo do projeto inicial em livro de inspirar garotas a partir do exemplo de mulheres que fugiram ao padrão de comportamento feminino de suas épocas, enfrentando resistências, mas que, com isso, não só conquistaram o que queriam, como também contribuíram para a construção de um mundo melhor. Isso fica claro na apresentação de cada episódio, como pode-se perceber na transcrição a seguir:

Bem-vindas ao Histórias de Ninar para Garotas Rebeldes, uma apresentação de Bradesco – **“Pensar pra frente é bancar a mudança”**. Esse *podcast* é realizado numa parceria com a Timbuktu Labs e é baseado na série de livros Histórias de Ninar para Garotas Rebeldes, *best-sellers* que contam a vida e as aventuras de 100 mulheres heroicas do mundo todo e **inspiram milhões de garotas a sonhar maior, desejar mais e lutar melhor** [grifo nosso].

Nessa busca por inspirar meninas, para que elas se empoderem e possam “sonhar maior, desejar mais e lutar melhor” pelo que querem e por um mundo mais justo, como pode-se observar, o projeto conta com a participação do Banco Bradesco, que, por meio do projeto #MulheresparaFrente, patrocina iniciativas de fortalecimento feminino. O *slogan* “Pensar *pra* frente é bancar a mudança”, ao utilizar o termo “bancar,” faz referência tanto ao sentido financeiro da coisa, que o banco realiza custeando a produção do *podcast*, quanto ao significado de resistir fortemente às resistências que tentativas de mudanças – o pensar *pra* frente – enfrentam.

Com isso, fica evidente o alinhamento de objetivos dos parceiros nesta iniciativa, já que o conteúdo das narrativas, sobretudo nos *podcasts*, enfatiza os percalços e resistências enfrentadas pelas personagens em suas trajetórias, mas, acima de tudo, as capacidades

de todas elas de encará-las e superá-las por meio da coragem e força. Assim, a inspiração que as narrativas provocam, como mencionado na apresentação do *podcast* e dos livros, seria necessária para o enfrentamento das dificuldades que as meninas encontrarão no decorrer da vida e para os quais precisam estar empoderadas se quiserem enfrentar.

Isso porque, como reflete Mosedale (2005), o empoderamento, como se vê na raiz da palavra, está vinculado a relações de poder e, no caso do empoderamento infantil, podemos afirmar que ele é resultante sobretudo do que a autora chama de *poder de dentro*, ou seja, a autoestima e autoconfiança que as narrativas que analisamos buscam inspirar. Desta forma, a partir desse poder interior, o sujeito se sente capaz de agir como quiser no mundo, inclusive para contribuir para a mudança da realidade, o que representa mais uma fase do empoderamento, relacionado ao que a autora denomina *poder para*.

Porém, vale ressaltar que Mosedale (2005), ao tratar do empoderamento de mulheres, descreve o processo a começar pelo *poder sobre*, que se refere à necessidade de as mulheres terem consciência de que são subordinadas e ocupam uma posição hierarquicamente inferior aos homens na sociedade. Entretanto, em *Histórias de ninar para garotas rebeldes*, apesar de obstáculos – inclusive relacionados à questão de gênero – serem apresentados, o foco dado na narrativa é muito maior nas características das personagens e sobre como, a partir dessas, elas superam as dificuldades. Assim, embora essa conscientização do *poder* dos homens *sobre* as mulheres na sociedade patriarcal vá se dar, de forma indireta, a partir das narrativas de situações de tentativas de opressão e subordinação, parece-nos que o objetivo do projeto é muito mais construir representações libertárias, como ideias naturais e possíveis, contribuindo para a construção de uma realidade igualitária, do que quebrar antigas, já que se tratam de crianças, ainda elaborando suas representações individuais a partir do que circula socialmente.

Contudo, nessa construção de uma nova realidade, agindo sobre as novas gerações ainda na infância, as autoras se apropriam de antigas práticas discursivas que faziam e ainda fazem circular as representações opressoras, transgredindo-as. Podemos começar a observar tais estratégias transgressoras no título do projeto. Embora este traga a expressão *Histórias de ninar*, além da fórmula “Era uma vez”, que inicia todas as histórias dos livros e dos episódios do *podcast*

e estas sejam claras referências aos contos de fada, as histórias que são nosso objeto em nada se parecem com as das princesas. Essa subversão fica evidente na sinopse original do livro, em inglês:

E, se a princesa não se casasse com o Príncipe Encantado, mas, em vez disso, se tornasse uma astronauta? E, se as meias-irmãs invejosas fossem solidárias e gentis? E, se a rainha fosse realmente a responsável pelo reino? (...) Empoderadores, emocionantes e inspiradores, esses são os verdadeiros contos de fadas para heroínas que definitivamente não precisam de resgate [tradução nossa]¹⁰.

Com isso, observamos que o que ocorre com os *podcasts* – assim como os livros – trata-se de uma transgressão genérica. Isso porque, segundo Bakhtin (2003, p.262), gêneros são “*tipos relativamente estáveis de enunciados*”, os quais refletem as condições específicas e as finalidades do discurso por meio de seu *conteúdo temático*, por sua *construção composicional* e por seu *estilo*. O *conteúdo temático* não deve ser entendido aqui como o tema em si, mas o modo como o assunto é abordado em função da finalidade do discurso e dos sentidos que se busca gerar no interlocutor, demonstrando sua posição em relação ao tema. Já o *conteúdo composicional* está relacionado a questões formais, como modos de organização típica, padrões textuais e estrutura mais ou menos comum a cada gênero, que também são determinadas pela finalidade daquele discurso e pelo suporte, e o terceiro elemento, o *estilo*, que já é autoexplicativo.

Assim, apesar de a definição de gênero – em nossos termos, entidades sociodiscursivas, que tem por finalidade organizar e padronizar as atividades cotidianas a partir de certos limites – comportar uma maleabilidade desses contornos – o que Bakhtin ressalta com o advérbio “relativamente” antes de “estáveis” em sua definição –, não há como se negar que, se focarmos na primeira categoria, o conteúdo temático, observaremos uma transgressão. Isso porque, embora haja referências, explicitamente no título do projeto, aos contos de fadas, típicas histórias de ninar – já que a leitura desse tipo de narrativa para crianças antes de dormir é uma prática comum –, assim como se utilize, para se iniciar cada uma das narrativas, a fórmula regular “Era uma vez” – marca do conteúdo composicional

10 - Do original: *What if the princess didn't marry Prince Charming but instead went on to be an astronaut? What if the jealous step sisters were supportive and kind? And what if the queen was the one really in charge of the kingdom? (...) Empowering, moving and inspirational, these are true fairy tales for heroines who definitely don't need rescuing.*

das histórias de ninar tradicionais –, o teor destas e sua finalidade em nada se aproximam das histórias dos contos de fada.

Pelo contrário, há uma intenção de se romper com as representações daqueles e construir novas possibilidades de identidades e padrões para as meninas, bem distantes das passivas e submissas das princesas, a partir de narrativas reais, sobre mulheres corajosas, fortes, insubmissas, inteligentes, que contribuíram para um mundo mais igualitário a partir do enfrentamento aos padrões de gênero de suas épocas e que, mesmo assim, na maior parte das vezes, foram ocultadas da História, sendo excluídas das narrativas oficiais. Desta forma, é considerando sobretudo a quebra com os índices de reconhecimento no nível situacional, o que altera o contrato de comunicação, no que diz respeito à finalidade, ao propósito e sua estruturação temática (CHARAUDEAU, 2004), que apontamos o gênero como o primeiro nível em que *História de ninar para garotas rebeldes* transgride.

Podemos argumentar ainda que outra característica dos contos de fada é a ficcionalidade, reforçada a partir de uma série de traços como a indefinição de tempo (“Era uma vez”, “Algum tempo atrás”) e de espaço (“Num reino distante”, “Em uma terra mágica”), os quais não se repetem em *Histórias de ninar para garotas rebeldes*. Neste, as narrativas biográficas, reais e verídicas, têm marcas discursivas que lhes confere o aspecto factual, como, por exemplo, a marcação temporal e espacial, já que, no princípio de cada narrativa dos *podcasts*, a narradora situa a época e a cidade ou país em que a personagem nasceu e viveu, como, por exemplo, a história da pirata Grace O’Malley, que se passa na Irlanda por volta de 1530, ou da tenista Billie Jean King, na Inglaterra, em meados de 1880.

Além disso, a menção a fatos históricos de conhecimento geral, como a Segunda Guerra Mundial, no episódio da espã Virginia Hall, ou a corrida espacial entre Estados Unidos e União das Repúblicas Socialistas Soviéticas, da qual a cientista da computação Margaret Hamilton foi personagem importante, a Guerra da Síria, da qual a nadadora Yusra Mardini fugiu, a fundação do Movimento Cinturão Verde, por que foi responsável Wangari Maathai, ou ainda a escravidão nos Estados Unidos, relacionada à história de vida da defensora da liberdade Harriet Tubman, somados à figuração de personagens históricos relevantes, como a Rainha Elizabeth no episódio de Grace

O'Malley, configuram-se como elementos que levam a um efeito de realidade, algo que não acontece nos contos de fada.

Outro aspecto que contribui para o efeito de veracidade das narrativas é a sonoplastia. Os efeitos sonoros contribuem para a ambientação da história, por meio de músicas nativas, e ainda por meio de sons que representam situações pelas quais as personagens passaram, como, por exemplo, os ruídos próprios de uma competição de tênis, no episódio sobre a tenista Billie Jean King, as óperas cantadas por Maria Callas, o som do tiro que Virginia Hall deu no próprio pé, ou ainda a representação sonora da batida violenta do bonde no importante acidente sofrido por Frida Kahlo. Assim, como afirmam Menezes e Pertinhez (2019, p.121), “a sonoplastia trabalhada em cada episódio consegue transportar o público para o universo específico de cada protagonista da história narrada”. Ou seja, os elementos sonoros contribuem para construir imagens na mente das ouvintes, os quais favorecem o efeito de real das narrativas.

Ainda em relação aos vínculos sonoros e a produção de sentido, vale ressaltar dois aspectos que contribuem para efeitos de significação, que são a escolha de trilhas sonoras e das vozes das narradoras de cada episódio, estabelecendo uma relação não só com as características sociais das personagens, mas também com questões psicológicas. No que diz respeito às primeiras, é possível observar que as músicas escolhidas como fundo para algumas narrativas não são aleatórias; elas estabelecem importantes vínculos com a personalidade da figura apresentada. Desta forma, como apontam os autores, a escolha de uma canção de rock no episódio de Billie J. King, por exemplo, representa, a partir das notas musicais fortes, a força da protagonista da história. Por outro lado, trilhas sonoras suaves e tranquilas foram escolhidas para o episódio de Margaret Hamilton por terem a ver com a personalidade acolhedora da personagem. Ainda segundo Menezes e Pertinhez (2019, p.121), “as músicas escolhidas (...) conseguem reforçar aspectos da história que já estão sendo ditas pela narradora”, constituindo-se, assim, como mais um elemento na construção de efeitos de sentido.

No que diz respeito às vozes das narradoras, é importante frisar que todas são mulheres brasileiras de reconhecimento nacional e que, em algum nível, estão envolvidas com a luta de empoderamento de mulheres. Além disso, na maior parte dos casos há uma relação de semelhança entre as histórias de vida da mulher extraordinária

narrada e a narradora, seja diretamente no que diz respeito à ocupação, como são os casos da cantora Daniela Mercury, narradora da história da cantora de ópera Maria Callas; da medalhista olímpica pela natação Poliana Okimoto, narradora da história da também nadadora Yusra Mardini; ou ainda da ativista negra pelos direitos humanos Monique Evelle, que conta a história de Harriet Tubman, mulher escravizada que fugiu, libertou e lutou pela liberdade de centenas de pessoas negras; seja indiretamente, como são os casos da Youtuber desbravadora Jout Jout, que narra a história da pirata Grace O'Malley; ou da skatista Karen Jonz, que faz a leitura da biografia da tenista Billie Jean King, que, assim como ela, entrou para um esporte tipicamente masculino.

Além disso, vozes estão necessariamente ligadas a corpos, que, como mencionamos, nos casos das narradoras, pertencem a figuras conhecidas e engajadas com o empoderamento feminino. Com isso, como apontam Menezes e Pertinhez (2019, p.118), “pode-se compreender as narradoras (...) como também figuras importantes para a sustentação do imaginário dos ouvintes, fazendo somente o uso de suas vozes”, já que elas contribuem para a inspirar as garotas ouvintes, uma vez que também são mulheres empoderadas e inspiradoras.

Mais do que isso, a vocalidade, relacionada à oralidade e a tradição oral de se contar histórias, possibilita ainda que as narradoras utilizem a voz, a partir da performance e da entonação, de forma expressiva, o que também contribui para a construção de sentidos, como, por exemplo, um efeito de suspense, a partir do tom de voz baixo, ou um tom mais agudo e veloz para gerar surpresa ou ansiedade. De toda forma, essas estratégias ligadas à sonoridade e à corporalidade das narradoras favorecem a captação e sedução das ouvintes, o que, por sua vez, contribui para finalidade de inspirar e empoderar garotas, para que estas construam o mundo que desejam. Assim, todos estes efeitos de sentido vão agir juntos com os imaginários que a narrativa vai fazer circular, os quais veremos no tópico a seguir.

NINANDO AS REPRESENTAÇÕES PATRIARCAIS E DESPERTANDO O EMPODERAMENTO FEMININO

Apresentamos até aqui a análise de alguns aspectos relacionados ao *podcast* e ao gênero transgressivo “história de ninar”, os quais, sem dúvida, estão relacionados a efeitos de sentido, mas, nesta seção, nos fixaremos na análise das representações que as narrativas fazem circular, as quais, de alguma forma, já foram sendo antecipadas na caracterização do objeto. Assim, aqui, buscaremos observar especificamente como o discurso das narrativas podem inspirar e empoderar meninas. Para a compreensão de tais efeitos de sentido, partimos, então, de uma observação geral do *corpus*, seguida de uma descrição detalhada dos onze episódios produzidos, com o intuito de verificar as regularidades relacionadas às estratégias discursivas responsáveis por inspirar. Por limitações espaciais, apresentaremos apenas de forma geral as narrativas, para, então, analisar as categorias relevantes para o que nos propomos fazer.

A primeira característica comum a todos os episódios, como já mencionado, é o fato de eles narrarem a história de vida de mulheres que enfrentaram desafios e, de alguma forma, transgrediram os padrões, realizando feitos incríveis, os quais as fizeram – ou deveriam ter as feito – entrar para a História. Em algumas das histórias, o desafio maior estava relacionado ao fato de a personagem exercer alguma atividade que não era comum para mulheres da época, como são os casos de Margaret Hamilton, cientista da computação, que foi uma das únicas mulheres a atuarem na NASA durante a Corrida Espacial, tendo sido responsável pelos códigos que garantiram o pouso da Apollo 11 em segurança na Lua; assim como Ada Lovelace, matemática responsável por escrever a primeira linguagem de programação da história, num tempo em que a atuação de mulheres em áreas tecnológicas era nada comum.

É o caso também da pirata irlandesa Grace O'Malley, que, no século XVI, precisou cortar os cabelos e se disfarçar com roupas de menino para começar a navegar, mas, com persistência e bravura, se tornou uma das maiores marinheiras da época e chefe de seu clã, o que foi reconhecido até pela Rainha Elizabeth; ou ainda a ambientalista africana Wangari Maathai, que, mesmo vindo de uma família humilde da zona rural do Quênia, frequentou a escola – algo incomum para mulheres –, tornou-se bióloga e a primeira mulher no

oeste da África e na África Central a fazer um doutorado. Depois disso, Wangari fundou o Movimento Cinturão Verde, uma organização não governamental, que plantou milhares de árvores, levando a floresta de volta para sua região, o que a fez ganhar o Prêmio Nobel da Paz, em 2004, apesar de ter-lhe custado um divórcio e a distância dos filhos, por seu ex-marido não concordar com seu ativismo.

Outra personagem retratada que também enfrentou a discriminação de gênero, contra a qual lutou, foi a tenista Billie Jean King, que, de origem humilde, conseguiu aulas de tênis de graça até se tornar campeã nacional e revolucionar o esporte após exigir igualdade salarial entre atletas femininas e masculinas. A cantora Maria Callas é mais uma das personagens, que, rejeitada pela família desde a gestação por ser menina, cresceu em uma família problemática, mas tornou-se a mais famosa soprano de ópera.

Além disso, as outras personagens retratadas nos episódios também enfrentam sérios desafios, mesmo que não relacionados diretamente à questão de gênero. Uma delas é a nadadora síria Yusra Mardini, que, ao fugir da Guerra da Síria, junto com sua irmã, nadou puxando um barco naufragando cheio de refugiados para segurança e, mais tarde, se tornou atleta olímpica pela equipe de refugiados; ou ainda Virginia Hall, uma mulher amputada, com uma perna de pau, que amava aventuras e disfarces e atuou com bravura como espiã das forças aliadas durante a Segunda Guerra Mundial, tendo se tornado uma das primeiras mulheres a trabalhar na Agência Central de Inteligência americana e a única mulher civil a ser condecorada com a Cruz de Serviço Distinto na 2ª Guerra Mundial.

Outra personagem é Madame C. J. Walker, filha de escravos, órfã na adolescência, criava a filha sozinha e se tornou a primeira mulher milionária dos Estados Unidos, depois de desenvolver uma linha de produtos capilares para mulheres negras. Mais uma personagem extraordinária é Harriet Tubman, uma garota escravizada insubmissa, que não só fugiu e conquistou sua liberdade, com desenvolveu métodos para libertar centenas de pessoas escravizadas nos Estados Unidos, colocando em risco, por diversas vezes, a própria vida, o que fez com que ela se tornasse um dos principais símbolos da luta pela liberdade e igualdade.

A pintora mexicana Frida Kahlo completa o time de mulheres extraordinárias personagens do *podcast*, que, mesmo tendo enfrentado as sequelas da paralisia infantil e um grave acidente em que foi

empalada já na vida adulta, deixando-a manca, com determinação, superou as limitações motoras e, com seu espírito cheio de energia, tornou-se um sucesso nas artes.

O breve resumo dos desafios enfrentados pelas personagens selecionadas para compor os onze episódios do *Histórias de ninar para garotas rebeldes* demonstra a série de dificuldades enfrentadas por todas estas mulheres, mas, ao mesmo tempo, enfatiza, assim como é feito no *podcast*, a forma como elas os superaram e, com isso, alcançaram o que queriam. Assim, a apresentação dos obstáculos e da superação deles se dá com uma estratégia para inspirar e empoderar meninas, uma vez que representa a vida real, com seus desafios, os quais podem ser enfrentados por todas. Desta forma, é a partir do exemplo – que induziria a um raciocínio do tipo “se ela superou, eu também posso superar” – que tais discursos podem ter como efeito inspirar garotas a enfrentarem e superarem seus problemas e, mais do que isso, contribuir para a transformação social. Sobre isso, Favilli e Cavallo (2017), na apresentação do livro, afirmam

É importante que as garotas entendam os obstáculos que terão que enfrentar, assim como é importante que elas saibam que esses empecilhos não são insuperáveis, e que elas não apenas podem encontrar um jeito de vencê-los como também podem removê-los para aquelas que virão depois. Do mesmo modo como fizeram as grandes mulheres retratadas aqui.

Além disso, na superação dos obstáculos, características comuns a todas as mulheres extraordinárias que foram retratadas são coragem, autoconfiança, força e persistência. Tais imagens das personagens são tanto ditas, de forma explícita, como no episódio de Harriet Tubman, em que ela é descrita como um “espírito corajoso”, ou de forma mostrada, a partir da narrativa, como, por exemplo, em uma situação em que, depois de um encontro de Wangari, ainda menina, com um leopardo na mata, em que ela o encara e o animal vai embora, a narradora descreve os pensamentos da menina: “Sou Wangari e, assim como os leopardos, eu desconheço o medo (...). Agora que tinha encarado um leopardo, Wangari se sentia capaz de qualquer coisa”.

Relacionado à imagem de autoconfiança e coragem, a autoestima das personagens é outra característica representada nos episódios. No mesmo evento do leopardo com Wangari, a narradora descreve que a menina, “naquela noite, sentiu orgulho de si”, assim

como Yusra Mardini, que, ao participar dos jogos olímpicos, “ainda era considerada refugiada, uma menina sem país, mas agora era uma atleta olímpica, cheia de orgulho”. Desta forma, além de inspirar as garotas a serem corajosas, fortes e persistentes, as narrativas mostram que o resultado da coragem é a autoestima, vinda do sucesso. Além disso, vale lembrar, assim como aponta Mosedale (2005) citada anteriormente, que autoconfiança e autoestima são sentimentos fundamentais para o empoderamento. Em outros termos, ao inspirar meninas a serem corajosas e terem autoestima, a partir da admiração que elas podem sentir diante dos exemplos de mulheres empoderadas, estes discursos também podem ter como efeito o empoderamento, algo fundamental para o processo de transformação social. Tal fato é mencionado também pelas autoras, Favilli e Cavallo (2017), na apresentação do primeiro livro, quando afirmam qual “o poder de um coração confiante: o poder de mudar o mundo”.

Além da inspiração poder ser um efeito da admiração que o discurso sobre tais mulheres com suas narrativas de vida pode provocar, podemos apontar ainda um outro efeito patêmico: a identificação. Para percebermos tal efeito, é preciso partir da leitura do título do *podcast*, fixando-nos no adjunto adverbial de destino, ou seja, precisamos reconhecer que, se se trata de histórias de ninar *para garotas rebeldes*, pressupõe-se que as ouvintes do *podcast* já são rebeldes e, portanto, tendem a se identificar com as personagens. A pressuposição da rebeldia das ouvintes fica evidente também na despedida de cada episódio, em que se diz “Fique ligada e continue rebelde”. Assim, o verbo “continuar”, por carregar em si a ideia de algo que já existia anteriormente ao momento da enunciação, confirma a ideia de que as ouvintes já são rebeldes, assim como as mulheres representadas.

A rebeldia das personagens está mostrada em afirmações como “Harriet se rebelava de todo jeito” ao contar sobre como, ainda menina, para fugir das punições, ela traçava estratégias, ou ainda na narrativa de forma geral, que retrata as personagens como inconformadas (por exemplo, Madame C. J. Walker que não aceita a posição social e o trabalho braçal que não conseguiria continuar a desempenhar por muito tempo), indomável (“Frida era intensa e não seria domada assim tão facilmente”), destemida (como Grace O’Malley, que desbravou mares, e Harriet Tubman, que mordeu seu senhor quando ele tentou lhe bater), questionadora (como Wangari,

que interrogava “Por que não?” ao receber alguma negativa por ser mulher), curiosa e aventureira (como Virginia Hall, “Era aquilo que queria: uma vida de aventura”), entre outras características que, por muito tempo – e por que não dizer até hoje –, não foram vistas como positivas, por transgredirem os comportamentos passivos e submissos idealizados para mulheres. Assim, a identificação com a rebeldia das personagens, aliada a uma grande representatividade das sujeitas – visto que as mulheres representadas vêm de diferentes classes sociais, têm diferentes tons de pele, atuam em diversas áreas (ciência, tecnologia, artes, biologia, direitos humanos, pirataria, esporte, negócios, entre outras), pode favorecer o efeito de inspirar as ouvintes a continuarem rebeldes.

Por fim, vale observar que, embora descritas das mais diversas formas, em nenhum momento a aparência ou questões relacionadas à estética das personagens foram abordadas. Características relacionadas a coragem, autoconfiança, força, persistência, inconformismo, insubmissão, curiosidade, liberdade, entre outras sobre a personalidade e a atitude das mulheres extraordinárias se somam a comentários sobre suas capacidades intelectuais (“seu jeito inteligente e rápido encantou quase todo mundo”, sobre Ada Lovelace, e “Margaret era uma aluna excelente”) ou ainda ao fato de serem visionárias. Com isso, fica claro que as imagens construídas discursivamente para as personagens em nada se assemelha aos ideais patriarcais reproduzidos nas tradicionais histórias de ninar, os contos de fada.

E VIVERAM FELIZES PARA SEMPRE?

Quando tratamos de vida real, problemas sempre aparecerão. O “viveram felizes para sempre” fica restrito aos contos de fada. Porém, acreditamos que um mundo em que meninas podem ser o que quiserem, inclusive princesas, desde que esta seja uma escolha consciente, dentre inúmeras outras são possíveis, sem dúvida, será um lugar melhor. Desta forma, observamos como o *podcast Histórias de ninar para garotas rebeldes*, transgredindo o gênero histórias de ninar e os contos de fada, busca quebrar com a reprodução de imaginários de passividade e dedicação exclusiva ao casamento pelas mulheres, para apresentar a estas, desde a infância, uma infinidade de possibilidades, uma diversidade de representações sobre o que é ser

mulher, sobre como elas devem se comportar e que lugares devem ocupar: ou seja, como quiseres e bem entenderem.

Assim, a partir de histórias inspiradoras, de personagens fortes, corajosas, autoconfiantes, inteligentes e mais uma série de qualidades positivas, as quais podem provocar admiração e reconhecimento, o *podcast* busca empoderar, provocar nas ouvintes um *poder de dentro* para agir de forma segura e autônoma, o que, automaticamente, levará a mudanças no mundo, pois, com cada vez mais mulheres empoderadas vivendo de forma livre e colocando em circulação representações libertárias sobre questões de gênero, pouco a pouco, os discursos hegemônicos limitadores e restritivos perderam força. E que assim possamos viver mais felizes para sempre!

REFERÊNCIAS

A ESCOLA DE PRINCESAS. Site Escola de Princesas. Disponível em: < <http://escoladeprincesas.net/ws//>>. Acesso em: 20 set. 2020.

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: **Estética da criação verbal**. Trad. Paulo Bezerra. 4a ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003, p.261-306.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Tradução Maria Helena Kühner. 12a ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014. 160p.

B9 PODCASTS. Histórias de Ninar para Garotas Rebeldes. Disponível em: < <https://open.spotify.com/show/70aDNolDdT9Q52wZ3twIVk> >. Acesso em: set. 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida Lúcia; MELLO, Renato de (Orgs.). **Gêneros: reflexões em análise do discurso**. Belo Horizonte: NAD/ POSLIN/ FALE-UFMG, 2004.

COELHO, Nelly Novaes. **O Conto de Fada**. 3a ed. São Paulo: Editora Ática, 1998.

FAVILLI, Elena; CAVALLO, Francesca. **Histórias de Ninar para Garotas Rebeldes**. São Paulo: V&R Editoras, 2017.

MENEZES, José Eugenio de Oliveira; PERTINHEZ, Stephanie Cid. Era uma vez um podcast: Os vínculos sonoros em “Histórias de Ninar para Garotas Rebeldes”. **Rádio-leituras**. Mariana-MG, v.10, n.2, jul/dez 2019, p.109-123. Disponível em: <<https://periodicos.ufop.br:8082/pp/index.php/radio-leituras/article/view/3999>>. Acesso em: 20 set. 2020.

MITCHELL, Juliet. **Women: the longest Revolution**. New York: Pantheon Books, [1966] 1984.

MOSEDALE, Sarah. Policy arena. Assessing women's empowerment: Towards a conceptual framework. **Journal of International Development**, n. 17, p. 243-257, 2005.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. In: LOPES, Eliane Marta Teixeira; LOURO, Guacira Lopes. **Educação & realidade**. v.10, no2, dez. 1990. p.5-22.





A INTERAÇÃO AUTOR-PERSONAGEM NA CINEBIOGRAFIA MARY SHELLEY (2017): PERCEPÇÕES DE BAKHTIN EM TORNO DA ANÁLISE DE DISCURSO FÍLMICA¹

Thânya dos Santos Araújo²
Lívia Fernanda Nery da Silva³

INTRODUÇÃO

Analisar um filme sob a perspectiva do pensador russo Mikhail Bakhtin é compreender que pesquisar a estética está ligada à arquitetônica, ou seja, à estrutura da obra, percebida como a reunião da interação entre material, forma e conteúdo.

O que marca essa arquitetônica é o conceito de alteridade na qual meu eu só se torna completo na relação com o outro. Bakhtin realizou estudos sobre a alteridade na relação entre autor e personagem na obra de Dostoiévski, que apesar de ser caracterizada como gênero romanesco, as aplicações dos conceitos bakhtinianos podem se estender para a obra fílmica, uma vez que também é presenciada a interação entre autor e herói ou personagem na linguagem cinematográfica.

Com efeito, uma cinebiografia é constituída como um campo de pesquisa ética e estética, pois o gênero biográfico constrói uma forma de expressão de trajetória de vida através de uma ilusão discursiva romanceada. Nesse gênero, o autor está próximo do herói, cujos lugares podem ser trocados.

Essa interação autor-herói se torna mais interessante para analisar uma cinebiografia feminina, que é o caso do filme aqui proposto, *Mary Shelley*, no sentido de tratar de um sujeito de quem se fala e outro que fala dele. Isso porque esse filme tem a direção de uma mulher, Haifaa al-Mansour que retrata a história de Mary Shelley,

1 - Trabalho apresentado no GT 01 Imagem e produção de sentidos do II Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Mestranda da Universidade Federal do Piauí. Teresina-PI. Endereço eletrônico: thanyamandy@hotmail.com

3 - Doutora em Ciências da Comunicação pela UNISINOS. Teresina Piauí. Endereço eletrônico: livianeryo2@gmail.com

a autora de *Frankenstein*. Para maior compreensão dessa interação, são apresentados mais a frente tópicos específicos para descrever a personagem Mary e a diretora Haifaa. Diante disso, há um valor artístico que caracteriza a biografia por uma coincidência pessoal na vida da diretora e na vida da protagonista em relação às lutas da mulher ocupar seu espaço profissional em uma sociedade patriarcal.

Compreende-se assim que o cinema é um meio de comunicação que produz sentidos através de seu potencial imagético. Por isso, o filme analisado nessa pesquisa se torna interessante por retratar a imagem de uma mulher cujo nome carrega relevância na literatura, além de ser retratada por uma mulher, a diretora do filme.

Dessa forma, a pesquisa almeja analisar a interação autor-personagem na cinebiografia *Mary Shelley* (2017). Para tanto, os objetivos específicos foram assim delimitados: verificar de que forma ocorre essa interação entre autor e personagem nessa obra; examinar a coincidência pessoal na vida de quem se fala com a pessoa que fala em uma alteridade.

A pesquisa apresenta como justificativa um interesse pelos conceitos bakhtinianos que possibilitam ser verificados em uma obra fílmica, a constar essa relação de autor e personagem que na cinebiografia selecionada, torna-se interessante pela percepção de uma dialogicidade entre mulheres, que são a diretora e Mary. Além disso, é relevante pesquisar sobre a personagem, autora de *Frankenstein*, considerado como um dos romances mais populares no mundo, o que enfatiza a necessidade de conhecer essa autora que está ocultada por trás de sua obra. Nessa proposta, a problemática que conduz a pesquisa parte do seguinte questionamento: como ocorre a interação entre autor e personagem, sob a perspectiva de Bakhtin, na cinebiografia *Mary Shelley*?

A metodologia utilizada é a análise de discurso fílmica, empreendida por intermédio dessa sequência, a qual revela essa interação, baseada na relação entre cinema e discurso, já que a linguagem cinematográfica produz efeito de sentido.

Para selecionar os planos de sequência, o filme é assistido duas vezes com o áudio em inglês e a legenda em português e a sequência escolhida é repetida diversas vezes para realizar a transcrição do diálogo que ocorre entre Mary e seu esposo. A escolha desses planos ocorre porque eles permitem à análise aqui proposta averiguar a

interação entre a diretora e a personagem Mary, que ressaltam o ativismo de Haifaa na totalidade da personagem.

A Análise de Discurso Crítica e a análise fílmica se complementam já que ambas necessitam de etapas, a constar, descrição e interpretação. A descrição é feita com os elementos estéticos do filme organizados em uma tabela. Após a descrição, ocorre a etapa de interpretação dos elementos percebidos nessa tabela.

Desse modo, a Análise de Discurso Crítica orienta-se nos estudos de autores como Fairclough (2001), Magalhães (2003) e Orlandi (2015). Como autor de suporte para as categorias analíticas, recorre-se a Bakhtin (2003) e (1997) para analisar essa interação autor-personagem e alteridade. Como complemento a Análise de Discurso Crítica, utiliza-se a análise fílmica, cujos autores de suporte são Nogueira (2010) e Vanoye e Goliot-Lété (1994). Ancora-se, ainda, em Louro (2017) e Gubernikoff (2016) que fazem abordagens sobre epistemologias feministas, sendo que esta última posiciona-as aliadas ao cinema, pois a relação entre autor e personagem ocorre entre mulheres. Busca-se, por fim, o conceito de ideologia conforme Van Leeuwen (1997), considerando o cinema como espaço de estratégias ideológicas.

A INTERAÇÃO AUTOR-PERSONAGEM NA LINGUAGEM CINEMATOGRAFICA

A linguagem cinematográfica carrega a interação entre autor e herói apontada por Bakhtin (2003) pela qual a forma da obra fílmica é configurada na relação autor (diretor) e personagem. Embora seus estudos não se estendam para o cinema, Stam (1992) constata que é possível desenvolver um diálogo imaginário entre ele e as teorias do pensador russo e assim ele conduz esse diálogo com Bakhtin sobre cinema.

Dessa forma, as teorias bakhtinianas pensadas na linguagem cinematográfica, conduzem a compreensão da forma estética fílmica como resultado da interação entre personagem e autor, pois para ele, a “forma expressa o ativismo do autor em relação à personagem” (BAKHTIN, 2003, p. 77).

A partir das observações de Clark e Holquist (1998) sobre a abordagem do teórico russo, percebe-se que o filme não é firmado

de dentro da personagem, mas sim de dentro do outro que é o autor, em uma responsividade de criação da personagem e sua vida. Por isso que para compreender a linguagem cinematográfica conforme o pensador, é considerar a arquitetônica da obra. A evidência não está no produto acabado, mas no processo de criar, “autorar” e é isso que Bakhtin considera como ato ético na obra estética. Ético não no sentido de que conduta as pessoas devem ter no mundo, mas sim no sentido de responsabilidade, isto é, a responsabilidade individual de cada pessoa no seu lugar único de existência com o resto do mundo, no qual cada uma “não tem alibi de existência” (CLARK; HOLQUIST, 1998, p. 2) e cada um é responsável por si mesmo.

Os autores acrescentam o seguinte: “Assim como o mundo necessita de minha alteridade para lhe dar significado, eu necessito da autoridade dos outros a fim de definir o meu *self* ou ser o seu autor” (CLARK; HOLQUIST, 1998, p. 4). Ao levar o conceito de alteridade para a obra estética, cabe a indagação: Qual a função do autor nesse contexto?

Bakhtin (2003, p. 10) responde esse questionamento ao afirmar que o autor “é o agente da unidade tensamente ativa do todo acabado, do todo da personagem e do todo da obra, e este é transgrediente a cada elemento particular desta”. A consciência do autor, então, abarca a consciência do mundo da personagem que de forma circular, é envolvida por todos os lados, pela consciência concludente do autor sobre ela e seu mundo.

Assim, autor e personagem atuam em uma perspectiva dialógica na qual o autor dá continuidade ao que já está embasado na vida da personagem. Ele é conduzido “pelos mesmos valores com que a personagem vive sua vida, no essencial, ele não é mais rico que a personagem” (BAKHTIN, 2003, p. 150).

Os elementos valorativos na relação autor e personagem se tornam enfáticos, ao tratar da linguagem cinematográfica em uma cinebiografia. Para Bakhtin (2003, p. 139), a biografia é “a forma transgrediente imediata em que posso objetivar artisticamente a mim mesmo e minha vida”. Por isso, o autor e o herói ou personagem estão em proximidade e aptos a trocarem de lugar, possibilitando uma coincidência pessoal entre os mesmos.

Dessa maneira, essa interação constitui uma valoração ideológica, porquanto o filme é um signo e todo signo é ideológico:

“Ora, todo signo é ideológico. Os sistemas semióticos servem para exprimir a ideologia e são, portanto, modelados por ela” (BAKHTIN, 1997, p. 16).

Sobre isso, Van Leeuwen (1997) ressalta que as ações ideológicas variam de contexto discursivo, a exemplificar com as experiências subjetivas, biografia, motivação, sentimentos e dilemas. Em continuidade, ele afirma que

Para além da função social que desempenham ao defender os interesses dos grupos, as ideologias têm a função cognitiva de organizar as representações sociais (atitudes, conhecimentos) do grupo, orientando assim, indirectamente, as práticas sociais relativas ao grupo e, conseqüentemente, também as produções escritas e orais dos seus membros (VAN LEEUWEN, 1997, pp. 111-112).

Portanto, a relação autor-personagem é uma relação de reciprocidade de novidade entre a verdade do autor e do outro, personagem e o ativismo do autor é configurado como dialógico, pois é um ativismo relacionado a uma consciência viva e que não pretende calar a voz do outro.

A LINGUAGEM CINEMATOGRAFICA E A ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA

Os modos de interpretação de discurso também estão atrelados à interpretação de imagens, na busca pela compreensão de suas formações como discurso ou para assegurar-los. Isso porque a imagem em movimento cria impressões de realidade, concedendo grande sucesso para o cinema.

De acordo com Gubernikoff (2016, pp. 35-36), o cinema oportuniza a realização de uma revolução social, “em relação às grandes máquinas de controle da sociedade e também às instâncias psíquicas que definem a maneira de perceber o mundo”.

‘O cinema conta com alguns elementos que contribuíram para sua linguagem própria: “cenas, roteiro, imagem, música, tema, juntamente com a concepção da apreensão do real” (JESUS, 2008, p. 4). Dentro dessa apreensão, constam estratégias ideológicas, pois o cinema constitui “[...] um lugar ressignificado de

transmissão de valores, doutrinas, preceitos, teorias, princípios da contemporaneidade” (JESUS, 2008, p. 9).

Além dessas estratégias, em uma análise de discurso, é preciso considerar as imagens que não estão visíveis, mas que estão implícitas ou silenciadas. Para Orlandi (2015, p. 24), não existe uma verdade velada atrás do texto. “Há gestos de interpretação que o constituem e que o analista, com seu dispositivo, deve ser capaz de compreender”.

Se discurso tem relação com movimento, então sua relação com o cinema vem do interior, porquanto significa “‘falar de dentro’, falar de si, é repensar a própria carga semântica porque as imagens são projetadas nas telas através de um processo dinâmico. É de movimento que vive o discurso, o cinema e sobrevive a história” (JESUS, 2008, p. 15).

Por isso, utiliza-se aqui a abordagem da Análise de Discurso Crítica a partir de Fairclough (2001), que considera o discurso como uma prática social e assim o concebe em três dimensões: texto, prática discursiva e prática social. Essas dimensões equivalem a três estágios: descrição, interpretação e explanação.

A análise de discurso unida à fílmica é contribuída pelas teorias de Bakhtin quando ele fala sobre a arquitetônica caracterizada pelo processo de produção, uma vez que a análise de discurso observa as condições de produção, que são os sujeitos, a situação, o contexto sócio-histórico e ideológico (ORLANDI, 2015). A interpretação nessa análise consiste, conforme Orlandi (2015, p. 57) em “colocar o dito em relação ao não-dito, o que o sujeito diz em um lugar com o que é dito em outro, procurando ouvir, naquilo que o sujeito diz, aquilo que ele não diz mas que constitui igualmente os sentidos de suas palavras”.

Em seu livro, *As formas do silêncio*, Orlandi (1995, p. 23) acresce que a linguagem insinua silêncio que é o não-dito dentro da linguagem: “Não é o nada, não é o vazio sem história. É silêncio significante [...] o silêncio não é mero complemento da linguagem. Ele tem significância própria”. Embora o silêncio seja dotado de sentido assim como a palavra dita, não é possível aprofundar aqui sobre a temática, mas para maiores estudos sobre o mesmo, o livro acima citado é uma interessante fonte de pesquisa.

Diante disso, a análise fílmica também é entrelaçada à análise de discurso. Conforme Vanoye e Goliot-Lété (1994, p. 15), analisar um filme é “despedaçar, descosturar, desunir, extrair, separar, destacar e

denominar materiais que não se percebem isoladamente ‘a olho nu’, pois se é tomado pela totalidade”. Para o autor, considera-se o ângulo de filmagem, o enquadramento, a organização do espaço e dos objetos filmados, a iluminação, a parte do cenário visível. Esses elementos são importantes para a análise fílmica e por isso, realiza-se agora uma breve abordagem sobre eles.

Conforme Nogueira (2010), o plano é a parte mínima da linguagem cinematográfica e podem ser classificados em: Plano Geral (enquadramento da cena como um todo); Plano de Meio-Conjunto (destaque para as personagens); Plano Médio (o personagem é enquadrado da cintura para cima); Plano Americano (o personagem é enquadrado do joelho para cima); Primeiro Plano ou *Close up* (o personagem é enquadrado do busto para cima); Primeiríssimo Plano (enquadramento de rosto); Detalhe (parte isolada do personagem ou objeto).

Em relação ainda aos planos, podem ser observados ângulos de filmagem, que podem ser assim classificados: frontal (câmera de frente para o personagem); câmera zenital (posicionada na vertical, apontada para cima); *plongée* (filmagem de cima para baixo); e *contra-plongée* (filmagem de baixo para cima).

Nogueira (2010) traz outro elemento relacionado ao plano, o movimento, que nada mais que uma variação do plano: *zoom* (visão próxima ou afastada do personagem ou objeto filmado); panorâmica (movimento que não há deslocamento da câmera, apenas se move a sua cabeça); *travelling* (deslocamento da câmera para frente e para trás, direita ou esquerda); *steadycam* (câmera fixada no corpo do operador, o que permite maior mobilidade do objeto); câmera na mão.

O filme também apresenta características particulares de iluminação. Ela pode ser natural ou artificial e também permitir o contraste entre claro e escuro, sendo aliada à focalização, que pode focar ou desfocar algum elemento na cena.

Além disso, a cor carrega sentido na imagem fílmica, pois de acordo com Nogueira (2010, p. 66), ela pode exercer em uma imagem “diversas funções discursivas, dentre as quais destacamos a criação da tonalidade emocional de um espaço, a atmosfera dramática de uma ação, a caracterização de uma personagem ou a definição da identidade visual de um filme”.

O som acompanha as imagens e podem ser configurados em diálogos, efeitos sonoros, ruídos e música. Para Nogueira (2010, p. 79) “[...] na composição do plano, devemos ter em conta não só o ponto de vista, mas também aquilo que podemos designar por ponto de escuta, ou seja, a relação que se estabelece entre as imagens, os sons e os espectadores”.

Os estudos dos autores (1994, p. 53) entram em concordância com os estudos de Bakhtin, pois ele constata de onde partem os sentidos do filme:

- o sentido vem do autor, de seu projeto, de suas intenções: analisar um texto é, portanto, reconstituir o que o autor queria exprimir;
- o sentido vem do texto: este apresenta uma coerência interna [...]
- o sentido vem do leitor, do analista: é ele quem descobre no texto significações que se referem a seus próprios sistemas de compreensão, de valores e de afetos.

Por fim, o cenário, que pode ser interior ou exterior e agrega valor à narrativa, pois carrega significado na ação do personagem. Ele é construído por motivos de economia, estilização, simbologia entre outras razões.

Como matéria discursiva, o cinema articula entre o real e o imaginário, do político com o simbólico. Orlandi (2015, p. 75) explica que essa articulação ocorre de diferentes formas de confronto,

[...] porque a relação com a interpretação é diferente nas diferentes épocas, assim como também é diferente o modo de constituição do sujeito nos modos como ele se individualiza (se identifica) na relação com as diferentes instituições, em diferentes formações sociais, tomadas na história.

Vanoye e Goliot-Lété (1994, p. 56) argumentam que essa relação entre o real e o imaginário é complexa, pois pode ser parte do reflexo do mundo real, mas também pode ser recusa: “Reflexo ou recusa, o filme constitui *um ponto de vista* sobre este ou aquele aspecto do mundo que lhe é contemporâneo. Estrutura a representação da sociedade em espetáculo, em drama [...]”.

Eles acrescentam que esse ponto de vista pode ser entendido de três formas: no sentido *visual*, que é de onde se vê; no sentido *narrativo*,

sobre quem conta a história; sentido *ideológico*, que constitui o ponto de vista, o olhar do autor sobre a personagem.

A essa constatação, Magalhães (2003, p. 28) acrescenta que a luta ocorre com palavras, com imagens, na tentativa de “demonstrar as tensões que se engendram e se estendem das práticas cotidianas dos homens comuns para o campo amplificado e mediatizado dos meios de comunicação”.

Conforme o autor, o real é inalcançado e a proximidade acontece por sua representação. Assim, a axiologia da imagem no cinema é ancorada em uma montagem em sequência e no filme dessa pesquisa, por representações femininas. Dessa forma, a análise é ressaltada ao caracterizar o filme na sua especificidade, visto que ele tem uma função cultural.

Sobre essa função cultural, Louro (2017) ressalta que os filmes são formas de ações isoladas ou não dirigidas contra a opressão da mulher e que pela linguagem, podem ser notadas as distinções e desigualdades. Em especial, os filmes produzidos por mulheres projetam um novo olhar sobre as diferentes percepções da humanidade.

Diante dessa metodologia, a análise ocorre a partir da descrição, através dos elementos da imagem fílmica que são expostos nesse tópico e que resultaram em uma tabela que os organiza e então ocorre a interpretação.

A DIRETORA HAIFAA AL-MANSOUR

A cinebiografia *Mary Shelley* (2017) imprime um olhar feminino, ao ser dirigida por uma mulher da Arábia Saudita, Haifaa al-Mansour. Conforme a diretora, contar essa história é relevante porque resulta de sua identificação com a narrativa da personagem, já que ambas tiveram de lutar para terem suas vozes escutadas.

Haifaa é a primeira cineasta mulher na Arábia Saudita. Ela estudou literatura comparada na Universidade Americana de Cairo e concluiu mestrado em Estudos Fílmicos na Universidade de Sidney. Produziu o documentário *Mulheres sem Sombras* (2005) e com isso, influenciou uma onda de cineastas naquele local.

Seu trabalho é conhecido por encorajar discussões consideradas tabus, como abordar sobre o sequestro de mulheres árabes. Seu primeiro longa, *Wadja* (2012), foi filmado inteiramente na Arábia

Saudita, sendo ela a primeira diretora mulher nesse país e, após a sua pré-estréia em 2012 no Festival de Filmes de Veneza, o filme foi bastante aclamado pela crítica, estabelecendo Haifaa como um talento importante emergindo do mundo árabe.

Cabe lembrar que nesse país as mulheres não possuem os mesmos direitos que as da cultura ocidental. Por esse motivo, Mary Shelley e ela apresentam paralelos em suas histórias, uma vez que ambas cresceram em uma cultura conservadora e as oportunidades para elas eram limitadas.⁴

Esse paralelo pode ser percebido como a interação autor e personagem, conforme Bakhtin (2003, p. 159-160), que verifica que “desde o início a personagem nos é dada como um todo, e desde o início o ativismo do autor se movimenta nas fronteiras essenciais dela”.

A PERSONAGEM MARY SHELLEY

O filme relata a história de Mary Wollstonecraft Godwin, a autora de *Frankenstein*, um dos romances góticos mais famosos no mundo. Ela se relaciona com o poeta romântico Percy Bysshe Shelley. Ambos vivem contra as convenções sociais, unidos por opiniões progressistas, que vão além dos limites daquela época. Para o aborrecimento da família de Mary, o casal foge, juntamente com a meia-irmã dela, Claire, infringindo valores patriarcais. Passaram um tempo na casa de Lord Byron e, durante a estadia e em meio a conflitos no relacionamento – devido à experiência de perda de filhos ainda crianças –, a ideia de *Frankenstein* é concebida, quando o anfitrião desafia os convidados a escrever uma história sobre fantasma.

Mary escreveu sua obra quando estava com 18 anos e, obrigada a enfrentar os preconceitos da época – quando pouca estima era dada à escrita feminina –, em meio a tantos desafios para ser publicada, forjou sua própria identidade. Por muito tempo, permaneceu em anonimato e até se pensou que a autoria seria de seu esposo, por ele ter assinado o prefácio e pelo descrédito no sentido de uma mulher ter sido capaz de fazer crítica sobre a ciência e os seus limites.

4 - Informações adquiridas em Transmissions filmes. Disponível em: https://www.transmissionfilms.com.au/uploads/media/MARY_SHELLEY_-_Press_Kit.pdf. Acesso em: 16 mai. 2019.

Seus ideais são inspirados por sua mãe, Mary Wollstonecraft, defensora dos direitos das mulheres, e por seu pai, William Godwin, romancista e teórico da justiça política. Teve uma infância iluminada, apesar de sua mãe ter falecido poucos dias após o seu nascimento.⁵

Quadro 1 – Créditos do filme Mary Shelley

Filme:	<i>Mary Shelley</i>
Direção	Haifaa al-Mansour
Duração	120 minutos
Ano	2017
Gênero	Drama, histórico
Música	Amélia Warner

Fonte: (ver nota de rodapé 4)

Quadro 2 – Cena com descrição da análise



5 - Ver nota de rodapé 4.

Diálogo

- O grupo Lackington vai publicar. Farão 500 cópias. *Será publicado anonimamente, desde que você escreva o prefácio.*
- Mas é claro. Eu ficaria encantado.
- Assim todos pensarão que você escreveu.
- Desde que seja publicado, *o que importa?*
- O que importa? Como é possível você ainda não entender? Quer que eu perca os direitos, *porque meu gênero pode atrapalhar o sucesso da obra.*
- Eu nunca disse isso.
- E nem precisa! Você nunca pensou nas consequências de suas ações!
- Você tem tanta responsabilidade sobre nossa vida quanto eu. Não sou o grande arquiteto de nossa miséria, Mary.
- *Você carrega a responsabilidade. E eu carrego a responsabilidade de ter acreditado em você.* (Percy se retira e Mary respira ofegante). (MARY SHELLEY, 2017, grifo nosso).

Enquadramento/ plano	Ângulo	Movimento	Iluminação
Primeiro Plano	Figuras 1, 2 e 3 – frontal Figura 4 – plongée Figuras 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, e 12 - frontal	Travelling entre a figura 6 e 7, quando Percy se retira e a câmera acompanha sua saída e volta para Mary	Iluminação baixa e contraste com a claridade sob os personagens. Ambiente desfocado.
Cor	Som	Cenário	
A paleta de cores reflete a época em que se passa o filme. A naturalidade dos personagens contrasta com os tons suaves que compõem a estética da cena.	Figuras 1, 2, 3, 4, 5, e 6 – diálogo Figura 7 – pisadas e batida na porta Figura 8, 9, e 10 – respiração ofegante de Mary Figura 11 e 12 – melodia triste	Casa de Percy e Mary. Ela entra e Percy lhe encontra segurando uma refeição. O ambiente é desfocado, com pouca informação, com foco nos personagens aparecendo uma lâmpada ao lado de cada um. Percy senta-se à mesa a luz de uma vela e na mesa há uma garrafa. Ele leva uma taça à boca. Na figura 11, é possível ver o cenário de forma mais clara: além da garrafa e das taças estão um livro e um enfeite, e uma cadeira de madeira. Há também uma janela de vidro que clareia com a luz do sol. Na figura 12, há o quarto do casal vazio, com a cama desarrumada e também uma janela de vidro clareada pela luz do sol.	

Fonte: (Elaborada com base no referencial teórico sobre cinema)

Foi escolhida essa cena em que Mary conversa com seu esposo sobre as dificuldades em publicar seu livro, justamente pelo fato de ser mulher o que ocasiona uma discussão. A cena está sempre com os personagens em primeiro plano, o que os evidencia para mostrar a seriedade do diálogo.

A figura 1 mostra Mary entrando em sua casa e conta para Percy sobre ele assinar o prefácio de seu livro, pois só assim uma editora decide publicá-lo. Ele, que vem ao encontro da esposa, mostra-se feliz em assiná-lo e isso irrita Mary.

A figura 3 apresenta o momento da discussão entre Mary e Percy. O enquadramento de câmera está em Mary, ao focar na expressão do seu rosto que demonstra irritação e isso se torna mais forte quando Percy concorda em assinar o prefácio do livro de sua esposa, pois assim todos pensariam que ele era o autor de *Frankenstein*. O diálogo ocorre entre os personagens com a câmera focando em quem fala no momento em ângulo frontal. O cenário é a casa deles, mas há uma iluminação baixa e um desfoque no ambiente, o que reforça o olhar sob os rostos do casal e mais ainda, reforça a expressão de descontentamento de Mary.

Essa revolta é uma marca da interação autor-personagem, ressaltando que quando se fala em autor, refere-se à diretora Haifaa e a personagem é Mary. Essa interação ocorre na construção de Mary, pois Haifaa abrange a consciência da personagem e de seu mundo, ao trazer seu próprio sentimento de mundo para Mary, concordando com o pensamento de Bakhtin (2003, p. 272) porque um “enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados”.

Nesse contexto, Magalhães (2003, p. 49) entra em concordância com o pensamento de Bakhtin ao asseverar sobre a condição de liberdade do interlocutor, na qual

o sujeito duplica fatos da realidade e duplica-se nos seus discursos como representação [...] Deste movimento de produção do sentido que pressupõe a liberdade do sujeito articular-se conforme suas próprias regras de produção e as regras de reconhecimento de seu interlocutor, deriva a capacidade que cada sujeito detém de, respaldado na história e na cultura, construir seus discursos de um modo ou de outro, com este ou aquele sentido.

A relação de autora e personagem é assinalada pela próxima protelação de Mary: *Quer que eu perca meus direitos, porque meu gênero pode atrapalhar o sucesso da obra*. O termo *gênero* é abordado pela diretora em um filme que retrata o século XIX, mas esse termo apenas começa a ser discutido no fim da década de 1960, que de acordo com Louro (2017, p. 15), “além das preocupações sociais e políticas, irá se voltar para as construções propriamente teóricas”, ao arguir que a distinção biológica tem como papel abonar a exclusão da mulher.

A autora que se considera aqui a diretora entra em empatia com o outro indivíduo, a personagem, coloca-se no lugar dela e finaliza o todo dela a partir do excedente de sua visão, enxergando-a com o valor de mundo dela. Assim, a diretora produz para Mary, de acordo com Bakhtin (2003, p. 23) um “ambiente concludente a partir desse excedente da minha visão, do meu conhecimento, da minha vontade e do meu sentimento”.

Isso é evidenciado pelo ângulo da câmera, que até o momento é frontal, mas na figura 4, observa-se um *plongée*, pois a câmera filma Percy de cima para baixo, sendo o olhar de Mary para ele: ela de pé e ele sentado. Esse ângulo o coloca em posição inferior diante da revolta de Mary.

Ao abordar as questões de gênero, Haifaa, através do filme, fala do presente e da sua situação de produção, ao identificar os tipos de lutas evidenciadas no roteiro e os grupos sociais implicados no contexto (VANOYE e GOLIOT-LÉTÉ, 1994).

O diálogo entre o casal finaliza quando ambos julgam um ao outro como responsáveis por tudo o que aconteceu com eles: *Você carrega a responsabilidade. E eu carrego a responsabilidade de ter acreditado em você*. Segundo Clark e Holquist (1998, p. 5), a qualidade de estar vivo capacita uma reação ao ambiente, “que é um constante ‘responsar’, ou responder, e a cadeia total dessas respostas compõe uma vida individual”, pois não há alibi para existir e cada lugar de existência é único.

Após essa declaração de Mary, Percy se retira (figura 7). Nesse momento, são escutadas as pisadas dele ao sair e bater a porta com força. Esses ruídos concedem veracidade à fúria dos dois, ao criar uma textura sonora para essa emoção (NOGUEIRA, 2010). Sua saída é acompanhada pelo movimento de câmera *travelling* que volta para Mary. A câmera a enquadra de costas, simbolizando o silêncio da

retórica do oprimido, que é o silêncio da resistência, pois a gestualidade é orientada pela fala e o silêncio não é passivo de interpretação, mas de compreensão. (ORLANDI, 1995). Compreensão da autora (Haifaa) pela personagem, em uma marca de indignação perante as injustiças contra Mary e estar de costas marca essa indignação da diretora. É sua resposta à vida da personagem como um amor estético (BAKHTIN, 2003).

Mais uma vez, o cenário não é mostrado em totalidade, o que o caracteriza com uma função mais semântica do que estética, pois como afirmam Vanoye e Goliot Lété (1994, p. 77) há uma “visão fragmentada do espaço, pouco valorizado, em proveito dos personagens”. O que marca na cena é a respiração ofegante de Mary que continua nas figuras 9 e 10. É sua reação após a discussão com seu esposo, o que denota emoção a sua condição.

É dessa forma que os signos emergem, nesse procedimento de interação entre uma consciência individual e uma outra (BAKHTIN, 1997). Conforme Orlandi (2015), a produção de sentidos sobre o silêncio é definida pelas posições ideológicas dentro do processo sócio-histórico. O silêncio da resistência de Mary marca o que Louro (2017, p. 33) desconstrói sobre os polos dominante (homem) e dominado (mulher), já que “[...] os grupos dominados são, muitas vezes, capazes de fazer dos espaços e das instâncias de opressão, lugares de resistência e de exercício de poder”.

A ideologia permeia como forma de valores, em que autora e personagem valorizam a igualdade de direitos de gênero, visto que ambas compartilham as mesmas atitudes sociais em relação ao contexto situacional (VAN LEEUWEN, 1997).

De fato, essa é a função primeira dos filmes produzidos por mulheres: desarticular o núcleo do discurso para além do controle movido pelos interesses econômicos, ao usufruir de “toda a aparelhagem colocada à disposição do cinema para uma aproximação com o sujeito por meio da linguagem cinematográfica, de seu discurso interno e de sua produção de significados” (GUBERNIKOFF, 2016, p. 48).

As figuras 11 e 12 finalizam a cena ao apresentarem o ambiente que acabara de ocorrer a discussão, mais exatamente a mesa onde Percy estava e que agora está vazia. A figura 12 mostra o quarto do casal, com a cama desarrumada, revelando que o local onde os dois

estavam juntos agora está vazio. Isso evidencia que o diálogo encerrou, não há mais protagonismo sobre quem está discutindo e o que resta é uma casa vazia, apenas com Mary em sua fúria por justiça.

CONSIDERAÇÕES

A composição fílmica, através da montagem, é arranjada por valores internalizados implicitamente ou não e é isso que dá forma à conclusão do filme. A sua montagem possibilita a construção da obra, desde a câmera, até a relação entre cinema e ideologia na apreensão do real.

Constata-se que essa construção fílmica é realizada na interação entre autor e personagem e, mais especificamente, entre a diretora e a personagem Mary, o que configura em uma interação em que ambas são mulheres. A autora completa o horizonte da outra, da personagem, ao colocar-se no lugar dela, ao estar em ativismo na totalidade dela. Há então uma coincidência pessoal na vida da diretora e da personagem além dos limites da completude estética.

Dessa forma, a imagem externa do eu autor não constitui um valor que lhe engloba assim como a imagem externa do eu personagem. É na relação recíproca do eu e do outro que o eu é vivenciado, em que há uma necessidade estética de um pelo outro. E os conceitos bakhtinianos fazem uma ligação ao que é marginalizado, permitindo uma análise de indivíduos que estão excluídos na sociedade, tal qual o filme aqui exposto, que revela uma mulher que sofreu para publicar sua obra justamente por ser mulher.

Dessa forma, pode-se afirmar que a imagem fílmica não é neutra, pois constitui um produto cultural. Isso é o que configura as estratégias ideológicas da cinebiografia na qual o sentido produzido através da cinebiografia na interação entre a diretora e a personagem revela um desejo de dar voz à mulher silenciada, uma vez que a ideologia reflete as estruturas sociais e, estudar sobre isso, de alguma forma é promover a valorização feminina no mundo. Essas estratégias revelam uma indignação da autora que, através do seu excedente de visão sobre a personagem, reivindica seus direitos na autoria de *Frankenstein*.

Através dessa pesquisa, deseja-se que o leitor renove seu olhar sobre as considerações da interação autor-personagem, a fim de

ser capaz de apreciar dados ignorados e realizar críticas antes não idealizadas (LOURO, 2017). Ressalva-se que a autora desse enunciado configurado como artigo tem seu excedente de visão através do outro, do leitor e que, através dele, abarque uma relação recíproca nesse completar de horizontes.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. Introdução e tradução do russo Paulo Bezerra. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

_____. **Marxismo e filosofia de linguagem**: Problemas fundamentais do Método Sociológico na Ciência da Linguagem. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 8. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

CLARK, Katerina; HOLQUIST, Michel. **Mikhail Bakhtin**. Tradução de J. Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 1998.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: UNB, 2001.

GUBERNIKOFF, Gisele. **Cinema, identidade e feminismo**. São Paulo: Editora Pontocom, 2016.

JESUS, Leandro Santos Bulhões. **Discursos de imagem**: reflexões entre linguagens, ideologias e cinema. In: ENECULT. Salvador: UFBA, 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14373.pdf>>. Acesso em: 04. Jul. 2019.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**: uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

MAGALHÃES, Francisco Laerte Juvêncio. **Veja, Istoé, Leia**: a imagem e a imagem nos discursos de capa das revistas Veja e Istoé. Teresina: EDUFPI, 2003.

MARY Shelley. Direção de Haifaa Al-Mansour. Filme do Estúdio Luxembourg. Luxemburgo: 2017. Brasil: Netflix, 2018. Versão restaurada digitalmente, 2019. [DVD]. (120 minutos), colorido.

NOGUEIRA, Luís. **Manuais de cinema III**: gêneros cinematográficos. Livros Labcom, 2010. Disponível em: <<https://docero.com.br/doc/58ss51>>. Acesso em 15 de agosto de 2020.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 12. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015.

_____. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. 3. ed. Campinas, SP: UNICAMP, 1995.

STAM, Robert. **Da teoria literária à cultura de massa**. Tradução de Heloísa Jahn. São Paulo: Editora Ática, 1992.

VAN LEEUWEN, Theo. A representação dos atores sociais. In: PEDRO, E. R. (orgs). **Análise Crítica do Discurso**: Uma perspectiva sociopolítica e funcional. Lisboa: Caminho, 1997. Pp. 169-222.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica**. Tradução de Marina Appenzeller. Campinas, SP: Papiras, 1994.



MÍDIA E SUBJETIVIDADE: A INFLUÊNCIA TECNOLÓGICA NA CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA DO SUJEITO¹

Jordania dos Santos Silva²

INTRODUÇÃO

Este estudo tem como objetivo compreender os modos como os jornais constroem discursivamente a imagem da mulher na política. Ao longo do tempo a representação da mulher vem passando por transformações nos contextos sociais, econômico, político e cultural. Muitas dessas transformações são, sem dúvida, resultantes do movimento feminista iniciado no início do século XX. Atualmente, ainda que a mulher tenha buscado se destacar através dos estudos ou de atividades remuneradas, as diferenças e desigualdades entre os gêneros refletem-se diretamente nos cargos que elas exercem no ambiente de trabalho, em comparação às atividades dos homens. As lutas e conquistas das mulheres na sociedade têm reflexo direto na mídia, e os diversos meios de comunicação exercem papel decisivo na transformação da (re)produção da imagem da mulher na sociedade. Nessa condição, a imprensa é responsável por relatar e analisar os fatos políticos, incluindo aqueles envolvendo a mulher. As mídias têm papel fundamental nas discussões políticas, pois os políticos utilizam da mídia como forma de divulgar seus atos, ou promover sua imagem. Nesse sentido, os discursos que circulam nas mídias desempenham um papel fundamental na construção e legitimação das identidades sociais.

Diversos movimentos sociais atrelados à figura da mulher, ao longo da história, conseguiram uma política afirmativa de inserção feminina em trabalhos antes reservados somente aos homens, entre eles o trabalho político, resultado de uma luta que começou a se propagar com o advento de diversos movimentos sociais até chegar ao voto feminino.

1 - Trabalho apresentado no GT 3 - Discurso, Gênero e Subjetividade do II Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Mestre pela Universidade Federal do Piauí - UFPI. Teresina-PI. Endereço eletrônico: silvasjordania@gmail.com

Os jornais são constituídos como agentes de transformação de práticas, de valores éticos e sociais que sedimentam nossas instituições, dando voz a causas e lutas sociais e ajudando a melhorar o convívio com as diferenças existentes. Com isso, o texto jornalístico é escrito de forma intersubjetiva e para compreendê-lo é necessário entender o enquadramento social e cultural em que ele se desenvolve. Para Charaudeau (2006), a comunicação midiática é entendida como fenômeno de produção do sentido social, sem ingenuidade. Para que os discursos sejam compreendidos, é necessário identificar os atores sociais envolvidos no processo. Entre esses atores, a mulher aparece como sujeito e como objeto dos discursos sociais que circulam na mídia diariamente. O lugar e o significado de ser mulher na sociedade atual são permeados pela construção desses discursos que constantemente são construídos pela mídia e interpretados por quem os lê. Assim, a mulher já conquistou espaços que antes eram restritos apenas ao universo masculino.

A opção por estudar os textos dos jornais sobre a mulher em matérias de notícias e em especial nas matérias sobre política, justifica-se pela circulação que os jornais na versão impressa e nas versões online têm adquirido. Os jornais são importantes meios de informações da sociedade e alcançam as diversas classes sociais e faixas etárias da população. Estudar as práticas discursivas nas matérias dos jornais é de significativa importância no atual cenário político social, pois a comunicação mediada pela tecnologia apresenta-se como elemento fundamental na formação de ideias e construção de conceitos políticos sociais.

Adotamos o aporte teórico-metodológico da Análise do Discurso Crítica (ADC) com base nas teorias de Norman Fairclough (2001) que apresenta um quadro teórico significativo para aplicação em pesquisa científica social. O estudo proposto pela ADC considera que a prática discursiva “contribui para reproduzir a sociedade (identidades sociais, relações sociais, sistemas de conhecimento e crença) como é, mas também contribui para transformá-la”, como afirma Fairclough (2001) no livro *Discurso e Mudança Social*.

SUBJETIVIDADE MIDIÁTICA

Durante toda nossa existência, inúmeras foram às formas encontradas para nos comunicarmos. Com o advento da comunicação de massa, os meios de comunicação surgiram para facilitar ainda mais o dia-a-dia da sociedade em diferentes contextos sociais que constituem a construção da história de um povo, cujas identidades e subjetividades são marcadas e registradas através dos ambientes midiáticos. Diante desse cenário social, somos desafiados a pensar e compreender os aspectos e acontecimentos do cotidiano, a construção das identidades e a subjetividade midiática e o comportamento do sujeito através das redes. Nesse cenário pós-moderno, a comunicação é vista como uma forma sensível de interação entre os sujeitos da vida social contemporânea.

Para entendermos sobre modernidade, vamos conhecer o conceito de “sujeito sociológico” apresentado por Stuart Hall (1997), para ele, é o sujeito que forma a sua identidade a partir da relação e interação com as outras pessoas. Nessa perspectiva Hall nos afirma:

(...) a identidade é formada na “interação” entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que oferecem (HALL,1997, p.11).

Para Bauman (2004 p.87), “quando a modernidade substituiu os estados pré-moderno as identidades se tornaram tarefas para os indivíduos se desempenharem por meio de suas biografias”. Ou seja, na modernidade a identidade do sujeito deixa de ser construída apenas pelo nascimento e passam a ser construídas pelo próprio indivíduo no percurso do seu desenvolvimento pessoal e social. A globalização contribui para a fragmentação da identidade do indivíduo, pois ela traz um grande impacto sobre a identidade cultural. Segundo Giddens, “a medida em que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda superfície da terra” (GIDDENS, 1990 p.15). Por essa razão, as relações sociais em ambientes midiáticos estão cada vez mais fortes e com isso, o indivíduo passa a construir suas identidades de acordo com os grupos em que eles se relacionam.

Diante de um mundo pós-moderno e globalizado, as identidades fixas tornam-se obsoletas, devido à quantidade de informações que surgem instantaneamente através das mídias, com isso o sujeito passa a construir identidades flexíveis de acordo com o momento em que esses sujeitos são atraídos pelas informações que o cercam. Bauman (2004) explica que o anseio por formar uma identidade vem do desejo de segurança, que muitos indivíduos encontram nos espaços de interações virtuais e nesse ambiente em que não se é “nem um, nem outro” causa certa ansiedade. Na modernidade líquida, há uma infinidade de possibilidades de construir o sujeito através do que é apresentado nas interações sociais midiáticas. A construção da identidade nas sociedades pós-modernas trata de um conceito flexível se encontra em constante mutação. Cabe ao sujeito sua identidade de acordo com os fragmentos que encontra pelo caminho de acordo com o que para ele, é certo e lhe faz bem. Com isso, o indivíduo pós-moderno tem dúvidas de qual identidade se apropriar, depois de escolhida, quanto tempo deve se apegar a ela. A identidade social do sujeito se torna uma experimentação infundável em consequências de grandes transformações pela qual passa nossa sociedade.

As mudanças sociais e os estilos de vida do sujeito possuem um significativo valor para a sociedade. Com isso, as relações construídas neste espaço sofrem profundas mudanças, uma vez que temos expressões culturais diversas, identificando traços identitários de uma sociedade, num ambiente de significações que interferem nos comportamentos sociais, culturais, políticos das pessoas. Assim, observamos que as práticas cotidianas e os comportamentos de uma sociedade ocorrerem de diferentes maneiras, desenvolvendo processos culturais em construção, a partir de vários modos existentes. De acordo com essa perspectiva, há uma reinvenção do cotidiano, na qual as identidades se multiplicam, sendo entendidas como um processo histórico, que sofre influência significativa da tecnologia globalizada.

Para Certeau (1994), o cotidiano não é apenas um espaço de reprodução, mas também, um ambiente privilegiado para “se criar” novas maneiras de existência e interações sociais. Nesse sentido, o universo comunicacional não pode ser compreendido sem uma necessária reflexão sobre a complexidade social, cultural e histórica que ocorrem no espaço cotidiano (MORIN, 1998). Essa complexidade se encontra presente nas relações existentes e nas vivências construídas

nos ambientes e nas relações estabelecidas. Nesses espaços, não existe apenas o fator comunicacional, mas em todos os setores sociais, a interferência de fatores é diversa, nos impedindo de conceber a existência social como algo isolado de outros campos.

A COMUNICAÇÃO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Nos estudos sobre a comunicação no século XX, Morin (1998) observou que a mídia caracterizava as relações sociais de uma forma isolada, fragmentando as expressões culturais existentes na formação dessas relações. Em razão dessa observação, o autor buscou através de suas obras, inspirar consciências plurais, a partir de um pensamento antropológico pós-moderno existente.

Por essa ótica, Morin (1998) nos leva a compreender que a mídia tem o poder de construir alguns estigmas que leva a sociedade a ser vista de forma aparente, diante de alguns parâmetros idealizados, como a uniformização de padrões sociais e lançamentos de modismos, dentre outros, suscitando valores “homogêneos”, num cenário paradoxal marcado pela heterogeneidade de raças e de miscigenação presente nos espaços sociais. De uma forma geral, observamos que os meios de comunicação e as interações midiáticas sociais entre os sujeitos criam estereótipos, identidades virtuais que nem sempre consideram ou respeitam as identidades reais dos sujeitos, que a cada instante estão se reinventando diante de tantas mudanças existentes.

Na sociedade pós-moderna, as identidades do sujeito se transformam, e a mídia tem um papel significativo nesse processo de mudanças. Nessa nova era novas identidades vão surgindo, onde o sujeito que antes era visto como um sujeito com uma identidade fixa, agora tem sua identidade fragmentada diante de tantas mudanças comportamentais e sociais do indivíduo. Considerando a mídia um espaço diverso, identificamos que as identidades construídas pelos sujeitos são desconhecidas pelo excesso de informação ou transformações que vêm acontecendo nos ambientes reais e virtuais. Nesses ambientes, o sujeito se multiplica a cada instante e as relações pessoais passam a ser menores, pois as interações através das redes fazem com que eles encontrem ambientes cheios de pessoas que se comunicam sem mesmo se conhecerem e a individualidade desses sujeitos no mundo real se torna bem maior. Em meio à fragmentação dos sujeitos, as identidades se tornam fluidas, líquidas, como afirma

Bauman (2007), buscando desenvolver algumas alternativas de reconstrução social, o que nos leva a buscar novas racionalidades através da comunicação enquanto processo multifacetado de interação social, cultural e identitário de cada sujeito.

O PAPEL DA MÍDIA E A SUBJETIVIDADE.

Com o surgimento da tecnologia e dos meios de comunicação cada vez mais avançados, a mídia desenvolve um papel primordial na disseminação e na divulgação de produtos, imagens, gostos, fazendo com que o sujeito busque adquirir ou acompanhar tal tendência. Produtos como músicas, roupas, filmes, acessórios, beleza, antes eram características de gostos pessoais e individuais, hoje são características coletivas compartilhados nas redes sociais, onde todo mundo tem acesso em milésimos de segundos. Comungando com as ideias de Morin, a mídia privilegia ambientes que escondem as “verdades” do nosso mundo real, mostrando apenas o que é favorável para ela, no que diz respeito a persuadir o telespectador ou usuário das redes. A exemplo, as campanhas publicitárias, novelas, filmes que incentivam o consumo exagerado de produtos e serviços divulgados nesses ambientes, mostram as relações pessoais como um produto descartável, descaracterizando as relações que antes eram construída pelo afeto e companheirismo. A mídia se utiliza de conteúdos do dia-a-dia para alcançar seus interesses, mas nem sempre o telespectador ou usuário desses meios, se deixam levar pelo processo de comunicação oriundo da mídia. Para Maffesoli (2004), o público não é totalmente passivo diante das informações propagadas por esses meios:

A população, mesmo as pessoas mais simples, não é passiva e inventa formas de resistência contra as tentativas de manipulação. É um jogo. Perde-se e ganha-se. A teoria crítica julga que a publicidade e a mídia enganam os seus destinatários. Estes, pontualmente, resistem, deformam, desviam as mensagens (MAFFESOLI, 2004, p.31).

Nessa abordagem, a esfera midiática procura desenvolver um ambiente opinativo onde os conflitos serão minimizados, procurando aproximar o sujeito a realidade que lhe é apresentada. Para isso, a mídia teria de apresentar um conteúdo que se aproximasse dos anseios dos indivíduos que dela se utilizam, construindo assim um

acordo coletivo entre realidades real e virtual. Pois, nessa relação, as subjetividades são influenciadas pelo poder midiático.

Segundo Deleuze e Guattari (1995), a subjetividade é construída pela incorporação de valores, distorção de significados, negociação de sentidos, apropriação de ideais, recuperação de ideais, situação que identificam e diferenciam os sujeitos uns dos outros, promovendo diferentes dialéticos que modificando dia-a-dia das pessoas. Já para Hall (2003), a subjetividade atravessa pontos de resistência e de superação, compondo a dialética da luta cultural. Luta que variam entre “resistência e aceitação, recusa e capitulação (...) que modificam o campo da cultura para uma espécie de campo de batalha permanente, não havendo vitórias definitivas, mas onde há posições estratégicas a serem conquistadas ou perdidas” (HALL, 2003, p.255).

Diante dessas discussões, observamos que novas subjetividades sujeem diante da quantidade de informações que nos cercam imposta pela a mídia, onde ela tem o poder de influenciar nossos comportamentos, dificultando muitas vezes o sujeito a fazer suas escolhas de forma autêntica e segura.

A CONSTRUÇÃO DAS IDENTIDADES ATRAVÉS DOS DISPOSITIVOS MIDIÁTICOS

Durante todo o estudo, observamos que a sociedade se encontra em um processo cultural cada vez mais dinâmico, e a mídia tem uma grande influencia na construção e características identitárias do indivíduo. Nessa sociedade, a mídia busca construir caminhos para cada vez mais conquistar o usuário desses dispositivos, mostrando sua força e influencia nos grupos sociais. Nessa busca, a cada instante percorre um novo caminho e vai garantindo sua importância junto à sociedade, para juntos construir identidades individuais ou coletivas cada vez mais fragmentadas e influenciadas pelos dispositivos que utilizam para se relacionarem uns com os outros.

Com o avanço da internet e utilização cada vez maior de usuários nas redes, é visível as mudanças ocorridas no comportamento dos sujeitos, pois com o uso da internet, a facilidade de interação em grupo se ampliou e com isso, as mudanças nos comportamentos de quem faz uso desses espaços mudaram também. Com isso, as identidades antes vista como individuais, passaram a serem compartilhadas em redes

assim, esse ambiente passar a ser ambiente de consumo, interações e construção de identidades coletivas. Assim, o sujeito mediante essas interações sociais pode desenvolver e modificar seus comportamentos identitários de forma mais rápida sem mesmo perceber tais mudanças em suas ações. Para Castells (2001), qualquer identidade pode ser construída no que se refere ao ponto de vista sociológico. “(...) quem constrói a identidade coletiva, e para quem essa identidade é construída, são em grande medida os determinantes do conteúdo simbólico dessa identidade, bem como de seu significado para aqueles que com ela se identificam ou dela se excluem” (CASTELLS, 2001, p. 23 - 24).

O autor ao afirmar que essa construção identitária é determinante de conteúdos simbólicos, ele associa ao que produzimos ou consumimos nesses espaços de interação. Essa relação dos ambientes sociais e midiáticos, nos mostra que a mídia pode ser o elo de mudanças e interferências nas relações construídas nesse ambiente dinâmico e competitivo. Pessoas que nos ambientes reais não consegue se expressar ou se mostrar enquanto ser, utiliza desses espaços midiáticos para se relacionarem e acabam criando personagens virtuais, diferente do ser real.

REPRESENTAÇÃO FEMININA E A CONSTRUÇÃO SOCIAL

A construção social da identidade feminina, nesse século, tem nos levados a construção de subjetividade inerente a representação no cenário social, onde as noções sobre ela passam por alterações constantes. Nesta perspectiva, as identidades não são fixas e permanentes. Com isso, provoca o surgimento de uma vasta rede de sentidos produzidos simultaneamente pelo meio que o cerca, pelos discursos produzidos nesses cenários, esses discursos têm o papel de construir a identidade do sujeito. Os diferentes discursos, proferidos de diferentes ordens, são responsáveis pelas mudanças do indivíduo, constituindo assim, a identidade feminina, esses discursos são atravessados por contextos históricos sociais específicos, carregados de experiências e particularidades vivenciadas em cada momento de lutas e conquistas, assim permite através dessas experiências construir socialmente suas identidades subjetivas.

Os comportamentos de cada época e o modo de ser do sujeito sofrem influência do contexto social em que esse indivíduo se encontra, refletindo nas suas ações e seu comportamento. Se voltarmos nosso olhar para história da humanidade e para as relações estabelecidas pelos sujeitos, iremos identificar alguns períodos que marcaram de forma expressiva a construção da nossa identidade. A Idade Média, por exemplo, foi marcada pela valorização espiritual do ser humano; o Renascimento pela descoberta dos valores humanos e a construção do respeito nas relações. No Iluminismo vimos a crescente atenção voltada para à atividade intelectual do indivíduo. O sujeito se constrói a cada contexto social existente, pois através desses contextos, são agregadas em sua construção, tendências específicas do conhecimento e comportamentos que o cerca. Somos estimulados ou influenciados pelo meio e pelas relações que estabelecemos uns com os outros, e nessas relações, construímos identidades e valores específicos a cada momento.

Nesse olhar, Giddens (2002) nos fala que a pós-modernidade tornou o sujeito passível de fragmentação e de dispersão, sendo a subjetividade reduzida a valor instrumental. E diante desse olhar, levando em consideração nesse cenário o desenvolvimento tecnológico, os sujeitos pós-moderno têm um contato maior com as máquinas, e através desse contato, são construídos ambientes de interação, os sujeitos de um mundo real passam a interagir em um ambiente virtual, e com isso, as relações físicas ficam cada vez mais vazias.

No que diz respeito às discussões sobre o papel do sujeito na construção da identidade feminina, devemos salientar que é por meio da diferença e da negociação da identidade que o sujeito é definido. Assim podemos dizer que a identidade e diferença fazem parte dos dilemas discutidos nas relações sociais. Por essa razão, podemos afirmar que a identidade social da mulher é resultado de diferenças sociais. Woodward (1997: 1) compartilha da ideia em que o termo identidade e diferença são palavras de ordem na discussão sobre a construção da identidade. Sobre esse olhar, identificamos que a heterogeneidade textual é o ambiente de negociação e contradições textuais, através dos textos, são construídos lugares de lutas sociais. Como nos afirma Fairclough (1997: 298),

Heterogeneidade textual é a presença e trabalha através das contradições. Identidade, relações sociais e conhecimento estão textualmente enlaçados. O mundo, os sujeitos sociais, as relações sujeito/sujeito e as relações mundo/sujeito são todos construídos nos textos em modos contraditórios. Heterogeneidade textual é também, entretanto, a presença e, trabalhando através dos dilemas modo de experiência e reação, tenta mover-se além dessas contradições. Textos são lugares para a luta social.

Quando analisamos a heterogeneidade sobre a perspectiva da identidade, vemos que as construções dos textos são lugares que favorecem os ambientes para a negociação das identidades e das diferenças. Como resultados produzidos nesses ambientes, surgem novas identidades que são construídas através de textos pela combinação de práticas discursivas, que estão diretamente ligadas às identidades existentes, em que os limites entre as estruturas de vozes são reconfigurados, sendo atravessadas por outras vozes no discurso.

De acordo com Fairclough (1997: 298), as mudanças desarticuladas da vida no contexto social, movem radicalmente as identidades sociais e confrontam as pessoas com a necessidade de negociar seus relacionamentos com outras em vários níveis. Dessa forma, ao enfatizar a importância do lado linguístico das transformações das relações envolvendo o estado, a cultura, as classes sociais e os domínios da vida social como sendo uma desarticulação e uma rearticulação das práticas discursivas, podemos considerar essas mudanças práticas criativas que passam a existir em novas combinações discursivas produzidas. Em outros estudos sobre a construção do gênero, percebemos que essa construção é contínua, e está sempre em desenvolvimento, pois é um processo cuja dinâmica envolvida mostra mudança e incompletude nessa construção.

Os sujeitos são resultados de experiências pessoais e sociais que são construídas em inúmeros contextos, em que são atravessados por mudanças contínuas e significativas. No que tange ao modo de agir do sujeito nesse processo de construção, podemos dizer que o sujeito não é totalmente livre ou completamente assujeitado, pois podemos perceber que o sujeito livre ou ativo é aquele que participa e se envolve diretamente no processo de construção de sua identidade e o assujeitado, são aqueles que passam a agir ou se comportar diante de situações já existente e discursos pré-estabelecidos sem se

preocupar em criar suas características próprias como sujeito que participa de maneira ativa em um cenário de mudanças constantes e relações diversas. Sobre essa ótica, podemos afirmar que o sujeito ativo constrói seus próprios discursos e isso o diferencia dos demais sujeitos.

Cada sujeito ao longo de sua existência assimila variantes sociais construída em comportamentos históricos, sociais, culturais acerca de suas referências familiares e dos grupos que o cerca, e essas variantes construídas irá fazer parte de sua identidade social que o diferenciará de outros grupos. Para Emília Pedro (1997: 157), é na construção de subjetividade, que se constrói nossa identidade, como a autora nos fala:

Subjetividades não são identidades únicas e simples, mas são multidimensionais. A formação do sujeito toma lugar dentro de uma rede de indicadores que estão associados a uma série de categorias biológica, social e cultural como idade, gênero, etnicidade e classe. De fato, as diferentes dimensões do indivíduo, ambas objetivas e subjetivas, ambas sociais e culturais, parecem ser aspectos irreduzíveis de sua identidade. (EMÍLIA PEDRO, 1997: 157)

Diante dessas diferentes dimensões do indivíduo, sabemos que o discurso faz parte do mundo e que o sujeito se utiliza dos discursos para se tornar sujeitos críticos dos acontecimentos que atravessam sua existência e transforma sua vida. Com isso, nos tornamos sujeito flexível e críticos e que ao lidar com ideologias e com estruturas estabilizadas de poder que dominam os demais sujeitos, somos levados a mudar nossa maneira de se comportar diante de fatos e atos que alteram a constituição de nossas identidades, colaborando nesse sentido com a constituição da identidade pelo discurso, Emília Pedro (1997:162), defende que o ato discursivo é crucial na formação do sujeito porque é no discurso, no texto, que a impressão recebida por nós dos outros e do mundo, que a modelação de nós mesmos se torna realidade. Essa construção identitária, é que nos faz diferentes em uma sociedade formadas de sujeitos ditos iguais.

A MÍDIA E SUAS CONSTRUÇÕES SOCIAIS

Com o surgimento da tecnologia e dos meios de comunicação cada vez mais avançados, a mídia desenvolve um papel primordial na disseminação e na divulgação de produtos, imagens, gostos, fazendo com que o sujeito busque adquirir ou acompanhar tal tendência. Produtos como músicas, roupas, filmes, acessórios, beleza, antes eram características de gostos pessoais e individuais, hoje são características coletivas compartilhados nas redes sociais, onde todo mundo tem acesso em milésimos de segundos. Comungando com as ideias de Morin, a mídia privilegia ambientes que escondem as “verdades” do nosso mundo real, mostrando apenas o que é favorável para ela, no que diz respeito a persuadir o telespectador ou usuário das redes. A exemplos, as campanhas publicitárias, novelas e filmes que incentivam o consumo exagerado de produtos e serviços divulgados nesses ambientes, mostram as relações pessoais como um produto descartável, descaracterizando as relações que antes eram construídas pelo afeto e companheirismo. A mídia se utiliza de conteúdo do dia-a-dia para alcançar seus interesses, mas nem sempre o telespectador ou usuário desses meios, se deixam levar pelo processo de comunicação oriundo da mídia. Para Maffesoli (2004), o público não é totalmente passivo diante das informações propagadas por esses meios:

A população, mesmo as pessoas mais simples, não é passiva e inventa formas de resistência contra as tentativas de manipulação. É um jogo. Perde-se e ganha-se. A teoria crítica julga que a publicidade e a mídia enganam os seus destinatários. Estes, pontualmente, resistem, deformam, desviam as mensagens (MAFFESOLI, 2004, p.31).

Nessa abordagem, a esfera midiática procura desenvolver um ambiente opinativo em que os conflitos serão minimizados, procurando aproximar o sujeito a realidade que lhe é apresentada. Para isso, a mídia teria de apresentar um conteúdo que se aproximasse dos anseios dos indivíduos que dela se utilizam, construindo assim um acordo coletivo entre realidades real e virtual. Pois, nessa relação, as subjetividades são influenciadas pelo poder midiático.

Segundo Deleuze e Guattari (1995), a subjetividade é construída pela incorporação de valores, distorção de significados, negociação de sentidos, apropriação de ideais, recuperação de ideais, situações que

identificam e diferenciam os sujeitos uns dos outros, promovendo diferentes dialéticos modificando o dia-a-dia das pessoas. Já para Hall (2003), a subjetividade atravessa pontos de resistência e de superação, compondo a dialética da luta cultural. Luta que variam entre “resistência e aceitação, recusa e capitulação (...) que modificam o campo da cultura para uma espécie de campo de batalha permanente, não havendo vitórias definitivas, mas onde há posições estratégicas a serem conquistadas ou perdidas” (HALL, 2003, p.255).

Diante dessas discussões, observamos que novas subjetividades sujam diante da quantidade de informações que nos cercam imposta pela a mídia, onde ela tem o poder de influenciar nossos comportamentos, dificultando muitas vezes o sujeito a fazer suas escolhas de forma autêntica e segura.

Durante nossa existência, inúmeras foram às formas encontradas para nos comunicarmos, como a escrita, os sinais, os desenhos e agora a tecnologia. Com o advento da comunicação de massa, os meios de comunicação surgiram para facilitar ainda mais o dia-a-dia da sociedade em diferentes contextos sociais que constituem a construção da história de um povo, cujas identidades e subjetividades são marcadas e registradas através dos ambientes midiáticos. Diante desse cenário social, somos desafiados a pensar e compreender os aspectos e acontecimentos do cotidiano, a construção das identidades e a subjetividade midiática e o comportamento do sujeito através das redes. Nesse cenário pós-moderno, a comunicação é vista como uma forma sensível de interação entre os sujeitos da vida social contemporânea.

Para entendermos sobre modernidade, vamos conhecer o conceito de “sujeito sociológico” apresentado por Stuart Hall (1997), para ele, é o sujeito que forma a sua identidade a partir da relação e interação com as outras pessoas. Nessa perspectiva Hall nos afirma:

(...) a identidade é formada na “interação” entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que oferecem (HALL,1997, p.11).

Para Bauman (2004), “quando a modernidade substitui os estados pré-moderno as identidades se tornaram tarefas para os

indivíduos se desempenharem por meio de suas biografias”. Ou seja, na modernidade a identidade do sujeito deixa de ser construída apenas pelo nascimento e passam a ser construídas pelo próprio indivíduo no percurso do seu desenvolvimento pessoal e social. A globalização contribui para a fragmentação da identidade do indivíduo, pois ela traz um grande impacto sobre a identidade cultural. Segundo Giddens, “a medida em que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda superfície da terra” (GIDDENS, 1990 p.6). Por essa razão, as relações sociais em ambientes midiáticos estão cada vez mais fortes e com isso, o indivíduo passa a construir suas identidades de acordo com os grupos em que eles se relacionam.

Diante de um mundo pós-moderno e globalizado, as identidades fixas tornam se obsoletas, devido à quantidade de informações que surgem instantaneamente através das mídias, com isso o sujeito passa a se constituir de identidades flexíveis de acordo com o momento em que esses sujeitos são atraídos pelas informações que o cercam. Bauman (2004 p.35) explica que o anseio por formar uma identidade vem do desejo de segurança, que muitos indivíduos encontram nos espaços de interações virtuais e nesse ambiente em que não se é “nem um, nem outro” causa certa ansiedade. Na modernidade líquida, há uma infinidade de possibilidades de construir o sujeito através do que é apresentado nas interações sociais midiáticas. A construção da identidade nas sociedades pós-modernas trata de um conceito flexível em que se encontra em constante mutação. Cabe ao sujeito formar sua identidade de acordo com os fragmentos que encontra ao seu redor de acordo com o que para ele, é certo e lhe faz bem. Com isso, o indivíduo pós-moderno tem dúvidas de qual identidade melhor lhe caracteriza, depois de escolhida, quanto tempo deve se apegar a ela. A identidade social do sujeito se torna uma experimentação infundável em consequências de grandes transformações pela qual passa nossa sociedade.

As mudanças sociais e os estilos de vida do sujeito possuem um significativo valor para a sociedade. Com isso, as relações construídas neste espaço sofrem profundas mudanças, uma vez que temos expressões culturais diversas, identificando traços identitários de uma sociedade, num ambiente de significações que interferem nos comportamentos sociais, culturais e políticos das pessoas. Assim, observamos que as práticas cotidianas e os comportamentos de

uma sociedade ocorrerem de diferentes maneiras, desenvolvendo processos culturais em construção, a partir de vários modos existentes. De acordo com essa perspectiva, há uma reinvenção do cotidiano, em que as identidades se multiplicam, sendo entendidas como um processo histórico, que sofre influência significativa da tecnologia globalizada.

Para Certeau (1994), o cotidiano não é apenas um espaço de reprodução, mas também, um ambiente privilegiado para “se criar” novas formas de existência e interações sociais. Nesse sentido, o universo comunicacional não pode ser compreendido sem uma necessária reflexão sobre a complexidade social, cultural e histórica que ocorrem no espaço cotidiano (MORIN, 1998). Essa complexidade se encontra presente nas relações existente e nas vivências construídas nos ambientes e nas relações estabelecidas. Nesses espaços, não existe apenas o fator comunicacional, mas em todos os setores sociais, a interferência de fatores é diversa, nos impedindo de conceber a existência social como algo isolado de outros campos.

REDES SOCIAIS: CADEIA DE COMUNICAÇÃO E SUAS SUBJETIVIDADES

As redes sociais estão presentes no cotidiano da sociedade com o advento da Internet. Estima-se que um considerável percentual de internautas brasileiros acessam sites relacionados a redes sociais como Facebook, Twitter, WhatsApp, Viber, Hangout, dentre outros em dispositivos midiáticos, sendo deles o mais comumente usado, o telefone celular. Essas ferramentas estão presentes em todos os ambientes sociais de interações, sendo utilizadas para divulgar seus produtos, ofertar seus serviços, ou ainda para estabelecer conexões comunicacionais, seja com finalidade profissional, gestora, como também, para fortalecer vínculos afetivos entre pessoas, seja no seio das organizações profissionais, seja nas organizações sociais, tais como família, grupos de amigos, dentre outros.

Numa conjuntura marcada pela impessoalidade, padronização e tecnicismo da comunicação massiva, as redes sociais catalisam afetos, emoções e subjetividades, usando as novas tecnologias de difusão simbólica para resgatar o humanismo amortecido.

Pessoas não fazem somente parte da vida produtiva das organizações. Elas constituem o princípio essencial da sua dinâmica, conferem vitalidade às atividades e processos, inovam criam, recriam contextos e situações que podem levar a organização e posicionar-se de maneira competitiva, cooperativa e diferenciada. [...] pessoas tornam-se fonte verdadeira de vantagens competitivas por causa do seu valor, sua qualidade humana. [...] por causa do sua capacidade de combinarem emoção com razão, subjetividade com objetividade. Nesse viés, a comunicação exerce papel fundante, (DAVEL e VERGARA, 2001, p. 31).

Assim, toda comunicação é mediada pelo homem, com suas emoções e subjetividades, e pelos dispositivos midiáticos, os canais que a fazem circular.

A comunicação, por excelência, é o objeto dos estudos de mídia, assentada na hipótese de uma mutação sociocultural movida por tecnologia comunicacional. Sua pertinência é ainda maior na era digital, na medida em que telefones celulares, laptops e outros dispositivos midiáticos, de conexão com a internet, não apenas mudaram o panorama do consumo de mídia como criaram formas próprias de mediação, assumindo neste prisma, papel relevante. Nesse novo olhar se realizam hoje processos comunicacionais, interativos e dinâmicos.

AS REDES SOCIAIS

A chegada da web 2.0 permitiu que os internautas fizessem parte do conteúdo exposto na Internet, uma das formas de fazerem isso é por meio das redes sociais. Essas ferramentas permitem ao usuário utilizar um perfil para expressar sua opinião, expor sua vida e postar vídeos e fotos. São uma extensão do que propôs Tim Berbers-Lee ao criar o *world wide web* (www), ou seja, uma rede que fosse acessível a usuários de todo o mundo. Antes, as pessoas utilizavam as listas de discussão, as ferramentas de mensagens instantâneas ou as salas de bate-papo para compartilhar ideias e interesses em comum, atualmente elas utilizam as redes sociais.

Pode-se considerar rede social uma página que permite ao usuário construir uma imagem que o representa na Internet por meio de um perfil no Facebook, Twitter ou um *blog* pessoal por exemplo.

Além disso, a interação entre participantes é feita por meio de comentários, cada um tem o livre arbítrio de opinar sobre o conteúdo disponibilizado nessas páginas e há uma exposição pública, ou seja, essa página fica disponível para todos que fazem parte da rede ou para o público em geral.

Sites de redes sociais propriamente ditos são aqueles que compreendem a categoria dos sistemas focados em expor e publicar as redes sociais dos atores. São sites cujo foco principal está na exposição pública das redes conectadas aos atores, ou seja, cuja finalidade está relacionada a publicização dessas redes (RECUERO, 2009, p. 104).

Uma das características de algumas redes sociais são as comunidades, que podem ser consideradas uma evolução dos fóruns de discussão. Por meio dessas comunidades que podem ser vistas em redes como o Facebook, Twitter, Whats App, Hangout, Viber, usuários com afinidades em comum desenvolvem discussões sobre um determinado tema o qual todos têm interesse.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a realização deste estudo, os conceitos sobre subjetividade, mídia, identidade cultural, gêneros e redes sociais nos permitiu inúmeras reflexões sobre a construção identitárias do sujeito na sociedade contemporânea, visto que essa construção são regada de subjetividades que cada individuo constitui a partir das relações estabelecidas. Com o advento da tecnologia e com o uso da internet através dos dispositivos midiáticos, as reações e os espaços entre os sujeitos, passaram a diminuir fazendo com que os sujeitos se sintam mais próximos uns dos outros através das interações sociais e isso impacta de forma direta na construção de identidade de cada indivíduo. Essas identidades construídas em ambientes virtuais influenciam comportamentos que antes eram constituídos de uma base familiar tradicional em que a criança tinha como modelo a ser seguido. Atualmente, esses modelos tradicionais passam a ser deixados de lado, cedendo lugar a mídia que cada dia mais interfere e ocupa lugares antes individualizado agora, coletivos.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. São Paulo: Zahar, 2007.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e terra, 2001.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- DAVEL, Eduardo; vergara, SYLVIA Constant. (orgs). **Gestão com pessoas e subjetividade**. 1.ed. Editora Atlas, São Paulo:2001.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. Mil Platôs: **capitalismo e esquizofrenia**. Vol1. São Paulo: Editora 34, 1995.
- FAIRLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social** / Norman Fairlough: Izabel Magalhães, coordenadora de tradução, revisão técnica e prefácio. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- _____. **Discurso, mudança e hegemonia**. In: PEDRO, Emília R. (Org.). **Análise Crítica do Discurso: uma perspectiva sócio-política e funcional**. Lisboa: Editorial Caminho, 1997.
- GIDDENS, Antony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora da UNESP, 1990.
- GIDDENS. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A,1997.
- HALL,Stuart. Notas sobre a desconstrução do “popular”. IN: SOVIK, Liv (org). **Da diáspora:identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003
- MAFFESOLI, MICHEL. **A comunicação sem fim**. In: MARTINS, F.; MACHADO DA SILVA, J. **A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- MORIN, Edgar. **Para sair do século XX**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1998.
- PEDRO, Emília Ribeiro. **Análise crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional**. Lisboa: Caminho.1997

RECUERO, Raquel. Redes Sociais. In: SPYER, Juliano (org.). **Para entender a Internet**: noções, práticas e desafios da comunicação em rede. 2009. p.25-26. Disponível em:< <http://paraentenderinternet.blogspot.com/2009/01/baixe-o-pdf-do-livro.html>>. Acesso em 14 dez 2018.

ROBÉRIA Nádia; RIOS, Patrícia: **A Subjetividade Midiática e a Construção de Identidades Culturais nos Séculos XX e XXI**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009. Disponível em:< <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2491-1.pdf>>. Acesso em 19 dez 2018.

WOODWARD, K. 1997. **Identity and difference**. London: Sage Publications.





A PROPAGANDA DE CURSOS A DISTÂNCIA NO OUTDOOR: UMA ANÁLISE DISCURSIVA PELOS PLANOS DE CONTEÚDO E EXPRESSÃO¹

Luciana Maria Libório Eulálio²

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A reflexão que ora apresentamos nesse artigo toma como base os pressupostos teóricos da análise de discurso materialista, iniciada por Michel Pêcheux, na década de 60, na França e por Eni Orlandi, que foi quem a ressignificou aqui no Brasil, e, pela teoria da significação de A. Greimas, este que pelas obras *Sémantique Structurale* (1966) e *Du Sens* (1970), propôs formular uma teoria que desse conta do sentido das formas através da articulação entre *conteúdo* e *expressão*.

Vivenciamos a cultura do ciberespaço, através da qual a educação on-line passa a ser parte desse fenômeno cultural do séc. XXI, propiciando uma recontextualização de práticas socioeducativas que visam o acesso de todos ao direito a formação universitária e/ou técnica, transpondo barreiras físicas, temporais e geográficas. Tal modalidade educativa passa a ser fenômeno de uma cibercultura, entendida como uma reunião de práticas sociais, modos de pensamento, atitudes, modos de acesso à informação e valores ligados a um novo ambiente de comunicação que surge interconectado com computadores de todo o mundo e com suas redes de memória. (LÉVY, 1993). Esse contexto ao qual nos referimos está relacionado com as condições de produção das campanhas publicitárias de cursos a distância de instituições de ensino brasileiras, condições estas que englobam a formulação, a circulação e o consumo de sentidos disseminados nas superfícies textuais das mesmas.

Com a ideia de que o contrato entre futuros alunos de cursos a distância e seu sujeito- enunciador passa pela função da publicidade, é que nos apoiaremos no dizer de Carroza (2011) ao defender que o

1 - Trabalho apresentado no GT Discurso e Cibercultura do II Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Professora Mestra da Universidade Estadual do Piauí- UESPI e doutoranda do PPGEL da Universidade Federal do Piauí. Teresina-PI. Membro do núcleos de pesquisa NUEHIS e NEPAD. Endereço eletrônico:lueulalio@hotmail.com

modo de funcionamento da publicidade é capaz de interferir na forma como os sujeitos se constituem e se identificam na sociedade do consumo, revelando-se como fator de interação entre os sujeitos enunciadore e interlocutores de suas práticas sociais no interior de suas formações discursivas, e mediadora dessa relação de interação, podendo tanto influenciar a sociedade, como ser influenciada por ela, quando se utiliza de imagens construídas entre seus interlocutores para estabelecer um pacto de leitura.

Neste artigo vamos investigar de que forma a Educação a Distância foi tratada em um anúncio publicitário impresso e veiculado no suporte outdoor, no contexto sócio-cultural e ideológico da era da globalização e das novas tecnologias, no qual a publicidade também se encontra inserida. O seu objetivo principal consiste em fazer uma análise dos discursos presentes no texto de uma peça publicitária, analisando seu plano de *expressão* e de *conteúdo*, a partir de suas semióticas verbal e não verbal (plástica); identificar a existência ou não de uma relação semisimbólica no sentido de Greimas(1981) entre esses dois planos e, ao mesmo tempo, investigar como estão sendo construídos os discursos midiáticos sobre o marketing da Educação a Distância veiculado nesse suporte a partir de uma perspectiva materialista de análise de discursos concebida por Pêcheux (1975).

Segundo Lagazzi (2011), trabalhar com os processos de significação pela perspectiva materialista da análise de discursos requer que “exponhamos a relação significado/significante às condições de produção, a exponhamos à história, na sua condição constitutiva” (LAGAZZI, 2011, p. 402). Isso quer dizer que por essa perspectiva, a compreensão da produção de sentido se dá sempre sobre uma base material e nas condições que determinam tal produção, sendo a compreensão de deslocamento e incompletude da linguagem elementos constitutivos

Portanto tal investigação se dá no intento de analisar o objeto empírico propaganda mobilizando algumas noções da teoria da significação de Greimas e da teoria do discursos pela perspectiva materialista de Pêcheux, que contará com a compreensão das estratégias de enunciação presentes no *conteúdo* (temas e categorias analíticas) e na *expressão* (semiótica plástica e verbal) da peça publicitária, por meio de suas marcas discursivas que corroboram com a construção das imagens de seus interlocutores, ou seja, a imagem de um sujeito- enunciador institucional e de seus sujeitos

destinatários que serão futuros candidatos aos cursos divulgados por esta propaganda.

A teoria do discurso e a análise de discurso materialista vistas em Pêcheux (1975) e Orlandi (2009), cujo pressuposto nos diz que é no e pelo discurso que a língua se inscreve na história e se relaciona com a ideologia, nos oferecerão o dispositivo discursivo de compreensão e análise de nossa *materialidade significativa*, esta que ancora os sujeitos simbolicamente nos seus processos de identificação.

Partindo da visão de Orlandi (2009) ao dizer que, para a AD cada texto pertence a diferentes formações discursivas, adotaremos a ideia de que os discursos no interior da instituição Publicidade são moldados por suas formações discursivas, entendidas como “um sistema de regras que funda a unidade de um conjunto de enunciados socio-historicamente circunscritos, determinando o que pode e deve ser dito a partir de uma dada posição ideológica numa determinada conjuntura”. (PÊCHEUX, 1975), assim sendo regidos por regras, normas e convenções mais ou menos estáveis.

Por isso não poderemos abandonar a noção de *materialidade significativa* vista em Lagazzi (2011, p. 401) como “o modo significativo pelo qual o sentido se formula”. A materialidade significativa das mensagens publicitárias veiculadas no outdoor possuem regras, normas e convenções, e, se configuram como um discurso que leva informação ao público geral e específico sobre determinado produto, persuadindo-o ao seu consumo.

Para este artigo, realizamos um recorte de uma publicidade sincrética (que reúne semiótica visual e verbal) a partir da qual mobilizamos algumas noções da AD materialista como: *sujeito*, *formações imaginárias*, processos de *identificação* e *desidentificação* do sujeito, e, algumas da teoria da significação greimasiana, como por exemplo, os planos de *conteúdo* e de *expressão*, no intuito de compreender os efeitos de sentido possíveis produzidos por essa peça, uma vez que interessamo-nos por pensar o texto publicitário como um objeto simbólico que produz efeitos de sentido entre locutores tal como proposto pelos estudos pecheutianos.

Justificamos nossa escolha pelo fato dessa publicidade anunciar o ensino a distância, foco nosso de interesse, e por ser parte integrante do arquivo de nossa tese de doutorado em desenvolvimento no PPGEL-UFPI e, que ainda deverá ser recomposto pela soma de outras

publicidades da educação a distância em um período determinado no Brasil.

Ao recorrermos à AD materialista de Michel Pêcheux, o qual nos oferece para a análise do texto publicitário, sua noção de *formações imaginárias*, isso nos permitirá identificar nos modos de dizer da propaganda ao se estabelecer um contrato de leitura com os futuros alunos da educação a distância: as imagens que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro (PÊCHEUX, 2014, p.82).

A pesquisa mostra que tratar semioticamente uma peça publicitária veiculada a um outdoor, requer que a tomemos como um texto no qual se articulam elementos de semiótica verbal e plástica do seu plano de expressão, com elementos de seu plano de conteúdo (categorias analíticas que suscitam do próprio corpus), que daí revelam-se diferentes discursos e posições de sujeitos.

A IMAGEM COMO PRODUTORA DE SENTIDOS NO DISCURSO PUBLICITÁRIO PELAS TEORIAS DO DISCURSO (M. PÊCHEUX) E DA SIGNIFICAÇÃO (A. GREIMAS)

Falar de imagem é falar de discursos, pois ela é o lugar ou o momento das práticas sociais de construção de sentidos. Tais práticas são os elementos constitutivos dos discursos sociais e das representações dos sujeitos discursivos. Assim, a imagem é uma construção social. Ela não é somente reprodutora de discursos, mas produtora de realidades. Segundo Joly (1996), as nossas ações e intenções — base para as nossas práticas sociais — regulam também a construção das imagens, fazendo-se crer que toda imagem tem seu componente sociocultural, não podendo ser tratada como um texto puro. Assim, como numa perspectiva materialista do discurso não existe texto puro, também não existirá imagem pura.

Levando-se em conta o percurso pelo qual passou a imagem, segundo Joly (1996), podemos destacar a imagem enquanto *semelhança* retratada nas fotografias da sociedade vitoriana — como, por exemplo, nas fotografias de crianças bem vestidas, bem aparentadas e obedientes, representando a imagem ou o modelo de sociedade comportada; e, imagem enquanto *representação*, ou seja, uma matéria

significante que pode representar várias coisas, proponente de vários sentidos, e corroboradora com o próprio resgate da semiótica que, por sua vez, sustenta que o sentido nunca se fecha — daí o analista semiótico ter acesso a *uns* significados e nunca a *os* significados. Complementando esse pensamento, e com base da AD materialista, citamos Pêcheux (1975) e Orlandi (2009) que nos dizem que as categorias de análise presentes nos textos aparecem na relação com o texto, e que tais relações não são dadas *a priori* mas estão presentes nessa relação.

A tríade significante-significado-objeto referente de Peirce (2005) — analisados na fotografia — serve de bom exemplo para compreendermos a natureza dos signos, pois nessa tríade, a fotografia seria a matéria significante, o assunto da fotografia o seu referente ou objeto, e os atributos que a imagem permitiria constituiriam o significado. Ao propor essa tríade, o referido autor já nos alertava para o fato de que não existem ícones puros, visto que são construções sociais que carregam na sua essência componentes socioculturais e uma forte relação com o contexto histórico do qual saíram ou em que foram produzidos.

Na cultura midiática a explicitação dos dispositivos de enunciação passa geralmente pelo sistema semiótico verbal, associado por sua vez ao sistema semiótico não-verbal ou plástico. E quanto ao texto publicitário no suporte outdoor, com a finalidade de persuadir o consumidor de maneira geral, o que está exposto nas mensagens dos outdoors são discursos construídos socialmente, ou seja, “são formas materiais inscritas em determinadas formações discursivas circulantes nas formações sociais” (CARROZA, 2001, p.01). Portanto, pela nossa perspectiva, a propaganda não é um produto que deva ser analisado em si mesma, mas como um objeto simbólico onde aí se entrelaçam o histórico, o político e a ideologia.

Segundo o referido autor, não se trata apenas de uma “informatividade”, nela articulam-se em função de seus modos de dizer, diferentes signos como estratégia de enunciação e, ao mesmo tempo, de persuasão, já que se busca uma imagem do sujeito enunciador no seu jogo com um sujeito leitor ou destinatário — sendo este captado pelo jogo publicitário de jargões e estratégias enunciativas próprias, leitor este tomado não na sua condição de sujeito “empírico”, mas na condição de sujeito *representado*, portanto *sujeito de posições* projetado no discurso. (ORLANDI, 2017). Pela AD

materialista, portanto, como se trabalha no nível do simbólico, não se deva propor um receptor *a priori*, e sim uma análise dos modos de constituição desses sujeitos ou interlocutores, pelos efeitos de sentidos produzidos pelo texto propagandístico.

Sabemos que existe na literatura mundial vários recortes teóricos sobre semiótica, herança da teoria do signo de Ferdinand Saussure, das ideias de Charles Peirce, mas é Heljmslev, o formalista russo com a sua Glossemática, quem deu início, segundo Indursky (2017), à fundamentação desse novo campo de estudo, na compreensão da linguagem enquanto veiculadora de sentidos através dos signos. E é A. Greimas (1966), quem trouxe cientificidade ao campo com sua teoria da significação, o qual, partindo de Peirce, ampliou os domínios da semiótica e centrou as discussões não mais na relação sgnica clássica a partir de Saussure, entre significante e significado, mas sim, nos processos de significação que possam gerar relação. Em Greimas e Courtés, (1979, p. 415), lemos que “a teoria semiótica deve apresentar-se... como uma teoria da significação”. Em contrapartida à Linguística que priorizou o significante, esta teoria greimasiana se propôs a analisar o significado, ou seja, o conteúdo.

Sobre isso, Courté (1979) nos diz que

o próprio do fazer semiótico será o abandono, em parte, num primeiro momento, do plano da forma linguística, para trabalhar no campo da significado; o que quer dizer, entre outras coisas, que não consideraremos aqui o estudo do nível textual (COURTÉS, 1979, p. 50)

É nesse sentido que vemos em Pietroforte (2008) a ideia de que os domínios da semiótica estão mais para o plano de *conteúdo*, uma vez que o plano de *expressão* está muito mais atrelado à forma, à matéria significante, porém, conforme Indursky (2017, p.65), em Greimas, o que houve foi uma tentativa de paralelismo entre conteúdo e expressão para saber sobre a “articulação da significação”.

Ao tomarmos a Semiótica como o estudo da significação, é pertinente para a nossa análise, tratá-la na noção de texto, já que ele possui um plano de conteúdo e um plano de expressão, ou seja, tem forma e significado, é *estrutura e acontecimento* (PÊCHEUX, 2008). E tais elementos se relacionam produzindo sentido ao texto. A semiótica enquanto ciência da significação toma o texto para dele extrair os processos de significação, ou seja, o processo gerativo de sentido. Ela

se preocupa prioritariamente, portanto, com a semântica do texto, ou seja, com seu plano de conteúdo, em detrimento do plano de expressão, esse objeto específico da linguística.

O que podemos então denominar de plano de conteúdo e de expressão? Recorremos aos que diz:

(...) o plano de *conteúdo* refere-se ao significado do texto, ou seja, como se costuma dizer na Semiótica, ao que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz e o plano de *expressão* refere-se à manifestação desse conteúdo em um sistema de significação verbal, não-verbal ou sincrético” (PIETROFORTE, 2010, p.11. Grifo nosso)

E o que podemos dizer sobre estes três sistemas de significação? O verbal é o que está relacionado às línguas naturais, no nosso caso, o sistema verbal das campanhas publicitárias do outdoor corresponderia à semiótica dos letrados do outdoor, ou os seus slogans; o não verbal é o sistema não relacionada às línguas mas a outras semióticas, como por exemplo as imagens ou o som materializados nas artes plásticas ou na música. E o sistema sincrético seria aquele que reúne os outros dois sistemas anteriores, o verbal e o não verbal, este muito utilizado nas campanhas publicitárias.

Basicamente a publicidade trabalha com o sistema sincrético dando ênfase maior ao sistema não verbal, ao optar por trabalhar com uma quantidade excessiva de imagens fotográficas e iconográficas, estas que serão analisadas na campanha de cursos a distância selecionada para esse artigo.

A teoria do discurso de Pêcheux e desenvolvida aqui no Brasil por Orlandi(2009) passa pela definição de mediação entre linguagem e ideologia, e pode-se dizer que nos textos que agregam imagens, estas últimas são também mediadoras de discursos sociais — e tal mediação se dá pelas práticas discursivas de produção de textos e/ou de imagens. Essas práticas são contextualizadas nos níveis: circunstancial e sócio- histórico e ideológico (ORLANDI, 2017)

Pela perspectiva da AD materialista, o sujeito da AD não é o intencional, “fonte” ou “origem” do dizer, pois suas intenções e formulação são determinadas histórica e ideologicamente. Isso porque na relação com a linguagem os sujeitos formulam seus discursos a partir da sua inscrição em uma formação discursiva dada e em uma formação ideológica específica, portanto trata-se de um sujeito

interpelado pela ideologia, que fala a partir de uma posição ocupada em um lugar e em uma formação social dada. O efeito de completude do sujeito e de sua relação com a linguagem se dá justamente por essa interpelação ideológica, e que, segundo Orlandi (2009), não passa de mera ilusão, pois o sujeito se caracteriza pela sua incompletude.

Dessarte, tomando por base a teoria de Pêcheux (1969), a linguagem é um produto cultural e simbólico, através do qual os sentidos são construídos e ligados a diferentes redes de memória a diferentes formações discursivas. Daí a nossa análise semiótica ser indicial — porque vamos buscar nas imagens, as marcas ou as pistas nos seus enunciados dos processos discursivos, de modo a servirem de explicação para os fenômenos sociais que estão explicitamente marcados pelas ideologias. Na análise do texto da peça publicitária, ver-se-á que a imagem do sujeito- enunciador construída pelos enunciados tem a ver com a forma como o discurso publicitário vai produzindo sentidos para a Educação a Distância.

Ainda sob a construção da imagem do sujeito enunciador, vale ressaltar que tudo só tem existência dentro das instituições, e investigar essa construção é admitir a necessidade de se conhecer os processos de produção desses discursos, identificar nos seus enunciados a presença dos vários enunciadores — que nada mais são do que os sujeitos dos discursos que distribuem afetos positivos (sedução) ou negativos (provocação) para a educação a distância vendida pela instituição anunciante.

Considerado numa perspectiva materialista, este aluno é um sujeito discursivo, por isso mesmo, ele é *representado* nas semióticas do texto da propaganda — pois o discurso é o lugar onde afetividade e valores justificam a produção das imagens de si e organizam a recepção, proposto no que vemos em Pêcheux (1975) sobre as formações imaginárias.

O texto de uma propaganda veiculado em um outdoor põe em funcionamento a linguagem enquanto ato discursivo, que dirige uma fala e constitui seus sujeitos, partindo de contextos específicos —daí a sua não transparência. Com o objetivo de conquistar esse consumidor, ou ao menos de envolvê-lo, a mensagem publicitária articula diferentes categorias de signos verbais e não verbais, constituindo-se na própria enunciação através da qual diferentes modos de dizer são produzidos, implicando a revelação de diferentes imagens do locutor

Tal coexistência de sujeitos discursivos mobilizados na mensagem publicitária através dos quais os discursos são construídos, se dá sempre numa perspectiva de alteridade, ou seja, não existe um falar puro, pois o Outro (a ideologia) e o outro (outro sujeito) estarão sempre presente na nossa fala e na construção da nossa imagem. O publicitário (locutor) elabora enunciados nos quais se marcam os sujeitos de posições, que são as vozes que o locutor pressupõe no interior do seu discurso e atribuem a si mesmo e aos seus interlocutores.

O PLANO DE CONTEÚDO E O PLANO DE EXPRESSÃO DA PROPAGANDA E SUA RELAÇÃO SEMISIMBÓLICA: MARCAS DE DISCURSIVIDADE DA SEMIÓTICA DO OUTDOOR

A relação semisimbólica a qual buscaremos no nosso arquivo advém de uma ampliação da noção de relação entre os signos proposta por Saussure, e mais tarde por Peirce. É uma relação trabalhada por Greimas (1981) onde se enfatiza, no processo de geração de sentidos, as relações entre as categorias do *conteúdo* com as categorias da *expressão* do texto.

Essa relação se manifesta tanto no sentido paradigmático quanto no sintagmático, já que a relação paradigmática entre as categorias tanto em nível de *conteúdo* quanto em nível de *expressão*, se manifestam no eixo sintagmático. O que se quer dizer é que, há semisimbolismo quando há relação entre os eixos paradigmáticos de cada um dos planos (*conteúdo* e *expressão*) e quando estes ao mesmo tempo, se relacionam entre si manifestando-se no eixo sintagmático. Portanto, a relação semisimbólica é justamente a relação entre o *plano de conteúdo* com o *de expressão*, ou seja, quando relacionamos categorias temáticas do plano de conteúdo dos textos com as suas formas ou expressão. Essa relação manifesta-se, por exemplo, na mensagem publicitária quando os significados propostos pelo anúncio, e as formas de expressão desse texto se relacionam paradigmaticamente, manifestando-se no plano sintagmático.

É válido ressaltar no presente artigo que tomaremos o *plano de expressão* como um dispositivo capaz de gerar sentido ao texto e não como um mero veiculador de conteúdos e a geração de sentidos da qual

falamos se manifesta justamente quando há relação semisimbólica entre esses dois planos.

Se uma mensagem de outdoor, por exemplo, trata da importância de se fazer um curso universitário, mesmo que seja a distância, poderemos extrair daí duas categorias analíticas do plano desse *conteúdo* que é a *formação superior x não formação superior*, e se estas duas categorias relacionadas entre si do plano de conteúdo da mensagem se relacionarem com as categorias do plano *de expressão*, como por exemplo, com *luz x sombra* respectivamente, diríamos que estamos diante de uma mensagem na qual se articulam dois planos por uma relação semisimbólica. Como se a *formação superior* estivesse para a *luz* e a *não formação*, para a *sombra*, algo que demonstraremos de forma adequada durante a análise.

Desde já partimos da afirmação de que os textos publicitários contidos nos outdoors analisados propõem uma relação de sedução. Em Pietroforte (2010) lemos:

(...) quando o destinador ou manipulador usa de um saber sobre o destinatário, ele sabe fazer uma imagem positiva ou negativa dele. Na positiva, ele busca incitar um querer por parte do destinatário, já que, com essa imagem positiva, ele se vê com vontade de confirmá-la. Esse processo é chamado de sedução. (PIETROFORTE, 2010, p.17).

Será, pois, esse processo de sedução que será investigado no tópico da análise, sempre com a ideia de que os textos são construções sociais resultante de práticas sociais e geradores de sentidos construídos *no e pelo* discurso.

O PERCURSO METODOLÓGICO

A análise que se fará desse texto publicitário seguirá uma metodologia centrada *em* contexto com enfoque discursivo. Embora tomando como base a teoria do discurso vista em Pêcheux (1975) e em Orlandi (2009) e assumindo que na publicidade há um contrato de leitura— que se trata de um dispositivo de enunciação adotado por um suporte que veicula uma mensagem dirigida a possíveis leitores representados (ao seu público) e seus modos de dizer — isso não nos impedirá, de em momentos pertinentes a esta análise, recorrermos à teoria das significação de Greimas (1981), herdeiro da

semiótica de Saussure, que enfatizou seu estudo não na referência, mas nas relações e nos processos de significações destas relações entre os signos através da análise dos planos de *conteúdo* e de *expressão* das mensagens verbal e visual dos textos. Na teoria do discurso em Michel Pêcheux(1969); (1975) e em Orlandi (2009), o texto é visto como uma unidade de sentido que constitui os discursos, portanto o que se fará aqui será uma análise semiótica numa perspectiva materialista e discursiva de uma peça publicitária, sobre a oferta de cursos a distância, veiculada no suporte outdoor.

As tomamos por entendermos que estas duas teorias nos guiarão na análise da passagem das semióticas presentes no corpus à condição de discursos sociais, pelas condições de produção da peça publicitária, como também pelas relações semisimbólicas entre seus dois planos (*conteúdo e expressão*), que, por ventura poderão apresentar. Os textos publicitários são solo fértil de posições enunciativas, de redes de memórias e de formações discursivas no seu plano de enunciação, onde as semióticas verbal e plástica são o próprio discurso encarnado. E como trataremos a imagem numa semiótica do plano de *expressão*, a entenderemos como tudo aquilo que se vê, e no caso dessa pesquisa, será a imagem fotográfica, esta que é produzida discursivamente no texto propagandístico em outdoor.

Com relação a esse suporte, é sabido que no processo de construção e evolução das mídias impressas no Brasil, pode-se dizer que o *outdoor*, revelou-se como um meio de comunicação de massa e como mídia exterior em constante evolução ao longo da nossa história publicitária. Em Sabadin (1990) se lê:

outdoor é mídia por natureza. Enquanto nos demais veículos de comunicação, a propaganda é um suporte financeiro inserido em um contexto editorial, no *outdoor* ela é tudo - razão de existência do próprio meio. Uma emissora de rádio ou TV, um jornal, uma revista ou um cinema podem sobreviver sem publicidade. O *outdoor* não; ele é a própria propaganda em si. E com uma característica muito particular: ele “mistura bem” com todos os demais veículos publicitários, gerando sempre um mix de comunicação bastante eficiente. (SABADIN,1990, p.83)

Daí ser o outdoor considerado pela pesquisa não só um suporte, veiculador de mensagens publicitárias, mas o próprio conteúdo propagandístico da publicidade. O arquivo foi constituído na sua

relação com os objetivos da análise e a sua temática, e por enquanto o critério adotado para a escolha de anúncios sobre cursos a distância em outdoors, foi buscar aqueles nos quais contivessem semióticas visuais, além de verbais, no intuito de trabalhar com propaganda que tratam de divulgação de cursos a distância.

O anúncio se trata da campanha veiculada em 2009 feita para a FUNLEC- Fundação Lowtowns de Educação e Cultura, mantenedora de uma rede de escolas que vai desde o nível básico ao nível superior, compondo um total de oito unidades escolares, segundo mencionado no site dessa instituição. Ela foi criada pela Grande Loja Maçônica do Estado do Mato Grosso do Sul e pelas lojas jurisdicionadas, adquirindo personalidade jurídica em 29 de janeiro de 1982. É uma sociedade sem fins lucrativos que tem o objetivo de oferecer à sociedade uma contribuição significativa em educação. Em 1997, criou seu Instituto de Ensino Superior da FUNLEC - IESF, dando início à prestação de serviços em nível de graduação e pós-graduação.

O GESTO DE ANÁLISE DOS DISCURSOS DA PROPAGANDA EM OUTDOOR.

Faremos um estudo dos discursos presentes no texto da peça publicitária abaixo, com o intuito de analisar seu plano *de expressão e de conteúdo*, a partir de suas semióticas verbal e não verbal (plástica), buscando identificar a existência ou não de uma relação semisimbólica no sentido de Greimas (1981) entre esses dois planos, e, ao mesmo tempo, investigar como foram construídos os discursos publicitários sobre a educação a distância veiculado nesse suporte. Por isso, contaremos com a compreensão das estratégias de enunciação presentes no *conteúdo* (temas e categorias analíticas) e na *expressão* (semiótica plástica e semiótica verbal) da peça publicitária em questão, por meio de marcas discursivas que corroboram com a construção da imagem do sujeito enunciador (Funlec) e da imagem dos seus enunciatários ou destinatários (futuros candidato aos cursos divulgados por estas propagandas).

Vemos abaixo na fig.1 a campanha publicitária da FUNLEC voltada para a educação a distância. Trata-se de uma campanha produzida em 2009, período de grande expansão de cursos a distância no âmbito público e privado no Brasil, propiciada pela política

neoliberal dos governos de Fernando Henrique Cardoso (1995-2003), e, em decorrência de sua regulamentação e institucionalização através da Lei nº 9394/96. Podemos ver que se trata de um outdoor cujo slogan convidativo “**Para aprender não existe hora nem lugar. Muito menos barreira**” se volta para um público que queira ou necessite fazer um curso superior a distância. Este slogan foi produzido a partir das condições de produção citadas e nas quais este anúncio foi inserido, tendo como *contexto circunstancial*, o texto produzido para uma propaganda sob encomenda de cursos a distância no formato outdoor; o *contexto institucional*, que é a formação discursiva da instituição Publicidade ou do Marketing, forçando o texto a ter determinadas características; e a um contexto mais amplo que é o *sócio-histórico* e *ideológico* (ORLANDI, 2017) da sociedade da Informação e do Conhecimento, da cibercultura, onde não se admite mais a infoexclusão, nem muito menos a exclusão dos bens da educação.

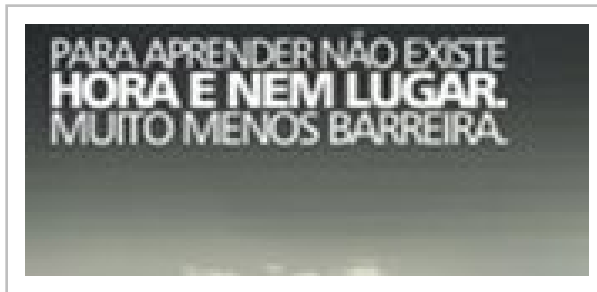
Figura 1: Campanha Publicitária Funlec.2009



É importante dizer que tais pressões exercidas por estes níveis de contextualização aos textos (gestos de leitura), no seu processo de formulação, circulação e consumo, se dão de forma dialética, ou seja, ao mesmo tempo em que os textos sofrem pressões advindas da sociedade, segundo Pêcheux (2014), tais leituras também constroem as sociedades e as culturas, não sendo assim de caráter meramente reprodutor de forças sociais, mas também de caráter transformador dessas relações de forças sociais.

Antes de analisar a semiótica plástica deste outdoor materializada na imagem visual da campanha (a fotografia expressionista), iniciaremos a nossa análise por um exame detalhado da sua semiótica verbal materializado nos dizeres do slogan. Acreditamos que ao levantarmos a construção da imagem semântica do plano de conteúdo desse outdoor, estaremos ao mesmo tempo compreendendo as condições de produção dessa campanha, identificando seus contextos circunstancial, institucional e sócio-histórico e ideológico, e ao mesmo tempo, buscando relacionar seu conteúdo à sua forma de expressão, dando cabo assim, a uma análise de categorias temáticas analíticas convertendo-se em plásticas, já que a teoria do discurso na AD materialista embora parta dos significantes, seu foco está no discurso, e este não vem à parte dos primeiros. Daí se pensar que uma imagem fotográfica (significante) no outdoor não só veicula conteúdo, mas também é responsável por produzir sentido (significado) ao texto, portanto, discursos.

Figura 2: Campanha publicitária Funlec. 2009.



Partindo-se do slogan desse outdoor visto acima na fig.2, pode-se extrair dele conteúdos ou categorias analíticas/temáticas que o fazem tornar-se discurso. Ao lermos o slogan dessa campanha e levando-se em conta o contexto sócio histórico e cultural da sociedade do séc. XXI da era da globalização, da informação, da informatização e do conhecimento, no seu plano de conteúdo podemos extrair três categorias semânticas figurativizadas na frase do slogan. Elas são as seguintes: *aprender vs. não aprender*; *aprender na escola vs. aprender em qualquer lugar*; *aprender em horário determinado vs. aprender em horário livre*. Tais categorias revelam a presença de um sujeito enunciador que diz que na era das novas tecnologias chegou o tempo de aprender, porque agora existe reais condições para isso, mediadas pelas novas tecnologias, no caso, a possibilidade de se fazer um curso a distância

apenas estando conectado à rede, desde qualquer lugar e a qualquer tempo.

Tomando-se a primeira categoria *aprender vs. não aprender*, existe um sujeito enunciator que diz que hoje com a EaD, só não se aprende ou só não se faz um curso superior quem não quiser. Com o advento do ensino a distância, as barreiras para se chegar a fazer um curso universitário foram destruídas por esta nova modalidade de ensino, através da qual os sujeitos passam a contar com um curso que pode ser feito de casa e apenas mediante um computador.

Na segunda categoria temática, *aprender na escola vs. aprender em qualquer lugar*, outro sujeito - enunciator enuncia que se antes tínhamos que aprender em uma escola tendo que conviver com todas as normas e deveres que uma escola nos impõe, com a Ead podemos estudar de forma autônoma diretamente do nosso trabalho, da nossa casa ou de qualquer lugar, nos responsabilizando pelo nosso próprio processo de aprendizagem. Com isso fica evidente o surgimento de novos discursos com relação às modalidades de ensino diante da hegemonia do modelo presencial que perdurou absoluto durante séculos da nossa história, através do qual o aluno era considerado um sujeito “passivo” diante do processo de ensino e aprendizagem. Vemos revelada a partir dessa categoria, a posição- sujeito aluno autônomo frente ao seu processo de formação.

Na terceira categoria, *aprender em horário determinado vs. aprender no horário livre*, outra voz discursiva se marca dizendo que na Ead o aluno é quem estabelece os horários para entrar na plataforma do curso, ou seja, é ele quem estabelece os horários de estudo, diferentemente do que ocorre no modelo presencial, através do qual os horários são estabelecidos de acordo com as conveniências das instituições de ensino.

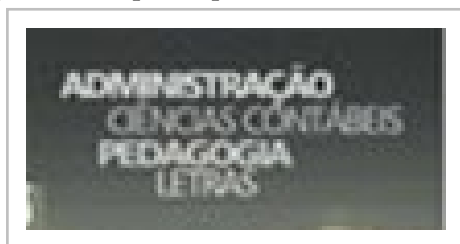
Figura3: Campanha publicitária Funlec. 2009



Observamos com o texto da fig.3 acima, que diz: *Agora a Funlec conta com o EAD-Ensino a Distância*, identificamos a presença do sujeito- enunciator institucional se marcando e marcando de onde sai a fala do anúncio que é a da própria instituição Funlec, que passa

a oferecer cursos a distância à população, construindo sua imagem de modo positivo perante o público em geral, já que entra também para a era da educação a distância e para um universo de concorrência com outras universidades, que também oferecem essa modalidade de ensino e aprendizagem. Este mesmo enunciador se marca no endereço eletrônico fornecido ao leitor logo abaixo e seguido do nº do telefone da instituição. O uso do dêitico *agora* dá indícios de que a Funlec entra para competir nesse mercado simbólico de venda de sonhos, ou seja, venda de possibilidades de se fazer um curso superior ou de pós-graduação sem gerar qualquer inconveniência ou problema na vida desse novo aluno. Na instância do discurso o uso desse dêitico também marca um tempo presente, trazendo de público a novidade da entrada da Funlec para a nova era da tecnologia da Educação: o ensino *on line*.

Figura 4: Campanha publicitária Funlec. 2009



Na fig.4 acima, vemos novamente o enunciador institucional marcando-se nos cursos oferecidos no anúncio, ou seja, a Funlec está ofertando os cursos de Administração, Pedagogia, Letras e Ciências Contábeis na modalidade a distância. Com essa marca enunciativa, a instituição Funlec se marca no discurso e ao mesmo tempo constitui uma recepção voltada para um público específico. Através da semiótica verbal da listagem dos cursos oferecidos a distância, se constrói a imagem de um sujeito-destinatário pela presença de enunciadores com diferentes perfis de alunos, no caso das Ciências da Educação, Humanas e Letras. Oferecendo estas quatro opções poder-se-á ter mais candidatos dispostos a estudar na Funlec, na medida em que o emissor do anúncio propõe com o seu texto diversos enunciadores, com os quais os leitores ou destinatários da propaganda poderão identificar-se, constituindo-se em *leitor virtual*. Sobre esta terminologia de sujeito, em Orlandi (2017) o compreendemos como essa imagem ou lugar que os interlocutor(es) do discurso assume(m)

ao se reconhecer(em) nas posições- sujeito a ele(s) atribuída (s) pelo locutor (emissor), em decorrência de processos de identificação. Isso nada mais é do que a construção de lugares de fala numa perspectiva materialista. Desta forma encontraremos leitores que se identificarão e/ou de desidentificação com esses diferentes perfis de profissionais materializados nos cursos oferecidos.

Figura 5: Campanha publicitária Funlec. 2009



Ao voltarmos ao plano de conteúdo da semiótica verbal deste anúncio, vista na fig.5, extraídas e analisadas suas categorias semânticas de conteúdo que foram: *aprender vs. não aprender*; *aprender na escola vs. aprender em qualquer lugar*; *aprender em horário determinado vs. aprender no horário livre*, podemos estabelecer algumas relações paradigmáticas entre estas categorias temáticas de conteúdo com os signos verbais ou categorias do plano de expressão verbal, como podemos ver na figura acima: *não existe hora*; *nem lugar*; *muito menos barreira*. Podemos relacioná-las paradigmaticamente na semiótica verbal da propaganda da seguinte maneira: *aprender vs. não aprender*, do plano do conteúdo vs. *não existe muito menos barreira*, do plano da expressão, ou seja, há a possibilidade de se aprender mediante um curso universitário a distância sem haver mais nenhum empecilho, pois a EaD surge para resolver os problemas de quem deseja estudar e não tem tempo para realizar tal tarefa; a segunda categoria: *aprender na escola vs. aprender em qualquer lugar*, do plano do conteúdo, vs. *não existe lugar*, do plano da expressão, ou seja, o aluno deixará de ser obrigado a frequentar uma escola e poderá conectar-se desde qualquer lugar e fazer curso seu maiores problemas com o trabalho; e por fim *aprender em horário determinado vs. aprender no horário livre* do plano do conteúdo, vs. *não existe hora*, do plano da expressão verbal, ou seja, o aluno não terá um horário estabelecido como o que ocorre no modelo presencial, pois é ele quem faz seu próprio horário de acesso à plataforma.

Com isso queremos dizer que há uma relação possível entre as categorias do plano de *conteúdo* com as suas categorias do plano de *expressão* no eixo sintagmático da frase analisada (slogan), portanto da sua semiótica verbal. Os discursos vão sendo construídos de modo que, vendo este outdoor, a imagem-significado e a imagem-forma se relacionam naturalmente.

A pesquisa mostra que analisar semioticamente uma peça publicitária sobre um curso a distância no suporte outdoor, implica tratá-la discursivamente como um texto, no qual se articulam conteúdo e expressão, sendo esta última de caráter binário por poder reunir semiótica plástica ou visual (imagem fotográfica, no caso) e semiótica verbal materializada nos letreiros das peças. Levando-se em conta nossos objetivos lembrados no início deste tópico, partiremos para sua semiótica visual através de sua imagem fotográfica do tipo expressionista e de outros elementos iconográficos utilizados, como no caso, o da fig.6 logo abaixo, para averiguarmos se há ou não uma relação semisimbólica entre as duas semióticas deste outdoor (texto e imagens).

Figura 6: Campanha publicitária Funlec. 2009



Antes de buscarmos esta relação semisimbólica, cabe-nos analisar o elemento iconográfico acima que contribui de forma relevante à construção de sentidos para esse texto. Na fig. 6 vemos a logomarca da Funlec. Trata-se de uma iconografia que põe esta instituição na base de uma figura triangular, semelhante a uma árvore em fundo circular verde, que leva no seu interior a figura humana como se fosse as ramificações desta árvore. Nesse ponto da análise fica evidente que a Funlec simboliza as raízes de sustentação dessa árvore feita de homens que buscam o conhecimento. É a Funlec aparecendo neste cenário como o gérmen e o sustentáculo da formação intelectual, social e cultural do homem.

Segundo Guimarães (2000) numa sociedade simbólica a cor também é discurso, ou seja, é lugar de diferentes produções de

sentido. A cor verde utilizada de fundo nessa imagem nos remete a uma memória discursiva ligada aos discursos de esperança, de vida, de movimento. Tradicionalmente essa cor esteve atrelada a esses discursos e nessa iconografia, é isso que representa: vida, ascensão, movimento e esperança para muitos que almejavam um curso universitário, e que a través da Funlec, este sonho poderá ser realizado. Portanto, não se trata de uma simples logomarca, mas de um discurso voltado para a educação de homens e mulheres e para a busca do saber e do conhecimento. Constrói-se com essa logomarca ou elemento iconográfico um modo de dizer, que implica na construção de uma imagem do sujeito Funlec revelada positivamente ao leitor -- aluno candidato aos cursos oferecidos -- porque se preocupa em levar o conhecimento ao futuro aluno virtual através dos seus cursos a distância.

Figura 7: Campanha publicitária Funlec. 2009



Analisada a figura iconográfica acima da fig. 6, passemos a analisar a outra semiótica plástica do outdoor que é a imagem fotográfica como a figurativizada na fig. 7, para a partir do seu *plano de expressão*, identificar a presença ou não de uma relação semisimbólica com seu conteúdo e por fim se essa relação se mantém em relação aos letreiros ou mensagens verbais e a outros elementos iconográficos deste anúncio.

Partiremos do pensamento de Lagazzi (2017) que defende que nenhuma imagem é totalmente transparente, ou seja, nenhuma imagem é o espelho do real. Daí admite-se a existência nas imagens de opacidade responsável pelo seu caráter discursivo. Opacidade no sentido de que ela adquire sentidos a partir dos lugares ou contextos de produção, circulação e consumo da mesma. Imagem é discurso, na

voz da referida autora. Concordamos com ela por várias razões e será sobre isso que nos empenharemos nesta fase da análise.

Simbolicamente somos uma sociedade da informação, persuasão e de convencimento do outro. Estamos sempre, dentro de uma perspectiva interacionista, mantendo contratos de leitura e de comunicação com nossos interlocutores mediante formulações verbais e audiovisuais. E dentro dessas relações comunicacionais podemos dizer que as imagens revelam sua função de mostraçõ marcando contextos e, portanto, conotando algo, daí se dizer que elas têm poder referencial.

Ao visualizarmos a imagem da fig.7 vemos uma fotografia onde há nela várias operações de enunciação que a transformam em discurso, conotando que a possibilidade de buscar o conhecimento é infinita e livre de obstáculos. A princípio podemos já partir do fato de que se trata de uma foto de caráter expressionista, ou seja, uma foto trabalhada em laboratório, portanto, uma fotografia “manipulada”, um tipo de tratamento dados às imagens fotográficas, uma tendência atual das mídias publicitárias, principalmente com o advento das novas tecnologias relacionadas à diagramação e à edição de imagens.

Há muito que se deixou de trabalhar com as fotos testemunhais ou de acontecimento em curso, optando-se pelas fotos editadas. Na fotografia com tendência expressionista como a da fig.7, o enunciador se posiciona na imagem distribuindo efeitos de sentido positivos aos leitores interessados em fazer um curso de graduação a distância. Neste tipo de imagem fotográfica deve-se prestar atenção ao seu *profilmico*, às *técnicas* nela utilizadas, e a sua *edição*, pois é passando por essas três etapas que o publicitário realiza a sua função de mostrador da imagem, ou seja, aquele que a manipula com um único fim: o de atingir o seu consumidor distribuindo afetos positivos e\ou negativos para conquistar adesões e ou rejeições, sempre num processo de sedução como se vê em *Marcas de enunciação em imagens* de Pinto (2002).

O nível *do profilmico* está mais relacionado ao cenário ou à paisagem da imagem. Nesta da fig.7 vemos que no seu *profilmico*, não houve arranjo de cenário, questões como o uso roupas, maquiagens, poses ou olhares para a câmera. O rapaz está apenas sentado à vontade diante de uma tela de computador. O que podemos dizer é que seu nível *profilmico* se deu muito mais por alterações mediante o computador, na medida em que posicionaram o aluno sentado no topo de uma montanha como se estivesse no alto de um abismo.

Figura 8: Campanha publicitária Funlec. 2009



Com relação ao nível *do fotográfico* da imagem da fig. 8, o evidenciamos mais pelo seu enquadramento, profundidade do foco e pela sua edição. Vemos que se procurou focar -- para a estabilização de sentido para o texto -- no rapaz com o computador no colo, sentado no topo de uma montanha rochosa, deixando o abismo ou nuvens em segundo plano na imagem, através da utilização da ausência de cor, no caso o branco, e/ou de cores neutras de fundo como o cinza. Com relação ao enquadramento da imagem, optou-se por trabalhar com a foto do rapaz por inteiro, não havendo cortes de partes do seu corpo, tão pouco da paisagem. Isso já nos revela um traço de operação enunciativa, onde se evidencia uma clara intenção do publicitário em manter a integridade da foto sem cortes ou recortes. E se houve essa intenção, já se evidencia nesta imagem o seu caráter ou tom discursivo.

Quanto à sua *edição*, pode-se dizer que é neste nível que as imagens mais passam de meras fotos a discursos, pois é nesse nível que se deixa mais marcas de enunciação e de geração de sentido na passagem do icônico da foto para o iconográfico do discurso. E isso se dá pelas montagens, diagramações, etc. No caso dessa imagem que ora analisamos houve um trabalho de manipulação enunciativa comandado por certa intenção comunicativa a partir dos objetivos propostos pelo anúncio. Estabilizando o sentido dessa imagem, podemos extrair dela para seu plano de conteúdo, as categorias analíticas *liberdade x não liberdade*. O que se quer passar com essa imagem de um rapaz sentado no topo de uma rocha com um abismo a seus pés, estudando com um computador no colo? A imagem de um curso universitário feito sem nenhuma barreira “terrena”, adjetivo este que deve ser relacionado a todos os atributos de uma educação nos moldes presenciais, na qual se deve cumprir um ritual de horários e escolas a frequentar. Com esta imagem, o sentido se fixa na voz do enunciador institucional que diz que no curso a distância, o aluno poderá livremente estudar desde qualquer lugar até mesmo no topo

de uma rocha, como se vê na foto, por isso não há barreiras para tal intento. É uma fotografia que associa a EaD, a valores como a *liberdade*.

Na semiótica plástica dessa fotografia, as imagens sugerem categorias plásticas do tipo *topológica, eidética e cromática*. Segundo Pietroforte (2010) a categoria *topológica* é responsável pela disposição das figuras na fotografia, ou seja, articula a questão do espaço na foto; a eidética organiza os contornos das imagens, e a *cromática*, a sua cor.

Vendo as imagens do outdoor como dispostas na fig. 9 logo abaixo, podemos dizer que quanto à cor, extraímos as categorias *monocromático vs. colorido*, pois a figura das rochas em tom marrom juntamente com o verde da logomarca da Funlec e o branco e o preto da roupa do rapaz entram em contraste com o cinza escuro predominante do fundo do outdoor. Quanto à organização do contorno das imagens, temos as categorias eidéticas *uniforme vs. multiforme*. Os contornos curvilíneos multiformes da figura do rapaz juntamente com as rochas, se opõem à uniformidade ou ausência de contorno na imagem do abismo. E quanto à distribuição do espaço, temos a categoria topológica *horizontal esquerda vs. vertical direita*, através das quais pode-se analisar no outdoor, que a semiótica verbal do slogan e da frase que faz referência à EAD encontram-se numa posição horizontal e no lado esquerdo do outdoor, na posição de quem o vê; já a semiótica verbal disposta pela listagem dos cursos oferecidos e a figura do rapaz sentado na rocha encontram-se numa posição vertical e no lado direito de quem o vê.

Também podemos extrair as categorias topológicas *inferior x superior*, através das quais pode-se estabelecer um sentido para a Educação a Distância por estas duas categorias. Vendo a foto do rapaz sentado no topo da rocha com um abismo a seus pés, podemos associar essa posição *superior* do rapaz no outdoor a conteúdos de *liberdade* de se fazer um curso a distância sem barreiras de hora nem de lugar, e a posição *inferior* do abismo aos pés do rapaz, como figuritizada na imagem da fig.9, podemos associá-la a conteúdos de *não liberdade* ligada ao ensino presencial, com barreiras de horários e lugar para muitos brasileiros que ainda não tiveram condições de fazer uma faculdade ou um curso universitário por conta da sua jornada de trabalho. Assim pode-se proceder relacionando as outras categorias de expressão extraídas: *colorido e multiforme* ligados a conteúdos de *liberdade* para estudar a distância e *cinza e uniforme* ligados à *não liberdade* para estudar, submetendo-se a horários estabelecidos pela

instituição e a frequentar o curso com direito apenas a 25% de falta. Graficamente isso fica assim:

PE:Superior →colorido→multiforme↔ PC*: liberdade*

PE:Inferior→ cinza→amorfa→PC: não liberdade

**Plano de Expressão, *Plano de conteúdo*

Figura 9: Campanha publicitária Funlec. 2009



Analisadas as categorias plásticas de expressão dessa imagem, percebemos que elas se relacionam com seu plano de conteúdo como sintetizado no quadro acima — daí poder dizer que esta imagem mantém uma relação semisimbólica — porque houve relação nos eixos paradigmáticos de cada um desses planos (expressão e conteúdo), como em *inferior vs. superior; monocromático vs. colorido; uniforme vs. multiforme* no plano de expressão e *liberdade vs. não liberdade* no plano de conteúdo, e ao mesmo tempo projetada no eixo sintagmático. Se no outdoor, a cor *cinza* e o nível *inferior* esteve relacionados ao ensino presencial, e o *colorido* e o nível *superior* à educação a distância, no texto desse anúncio houve uma projeção no eixo sintagmático da relação entre os paradigmas que formam as categorias de expressão *inferior vs. superior; monocromático vs. colorido* e a categoria de conteúdo *liberdade vs. não liberdade*.

Tais categorias extraídas desses signos são arbitrárias no sentido de que elas estabilizam sentidos para o texto desse anúncio, a partir

de um contexto específico que é o da educação a distância, no mundo globalizado e mediado pelas novas tecnologias de comunicação, ao mesmo tempo, motivadas pela relação entre planos de *expressão e de conteúdo* do anúncio, uma vez que é por esta relação que se apreende os efeitos de sentido construídos simbolicamente na propaganda deste outdoor.

Tendo constatado as relações internas entre os planos de *conteúdo e expressão* da semiótica verbal e da semiótica plástica desse anúncio, cabe atestar que esta relação semisimbólica também se faz presente externamente, ou seja, também há relação entre as frases do outdoor e a fotografia nele contida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Simbolicamente somos uma sociedade de informação e de conhecimento, e nesse contexto simbólico, múltiplas leituras são feitas sobre os fenômenos da linguagem sob o viés de práticas socioculturais. Daí a necessidade de como analistas de discursos, entender o processo de produção de sentidos deste mercado simbólico de valores e propósitos que põem as instituições sociais em um verdadeiro mercado de concorrência simbólica.

Nossa análise tratou-se de uma propaganda à qual, numa perspectiva sincrética de uso de semiótica verbal mais semiótica plástica, pôs a linguagem em funcionamento, inserida em um contexto específico de formulação, circulação e consumo de representações ligadas aos discursos da educação a distância. Não nos preocupamos em analisar o *que* foi dito no outdoors, mas nos centramos no *como* a mensagem foi dita ou no *como* os sentidos foram mobilizados no texto propagandístico, identificando pelos planos de *conteúdo e expressão*, as estratégias de enunciação que puseram em funcionamento a linguagem dos anúncios, com o propósito de persuasão num processo de sedução publicitária. As imagens revelaram-se polissêmicas, por levarem à construção de vários sentidos que jamais serão estáticos, mas dinâmicos, em decorrência da incompletude da língua e dos sujeitos que a falam.

Nas semióticas do anúncio trabalhado, os textos verbais, imagéticos e iconográficos foram analisados a partir de categorias analíticas ou temáticas e categorias plásticas, que orientaram sua

realização no plano de conteúdo e de expressão, onde pode-se constatar a presença de relações semisimbólicas no sentido de Pietroforte (2010), ou seja as categorias de expressão dos anúncios analisados se articularam com as categorias de conteúdo, na construção dos sentidos destes textos. O outdoor da Funlec ofereceu-nos esse tipo de relação, pois foi através da sua matéria significativa que mais pudemos relacionar conteúdos à forma nas suas semióticas plásticas e verbais. A propaganda, dentro do seu lugar de fala, construiu seus discursos sobre o marketing da Educação a Distância numa relação de alteridade e, pelos planos de *conteúdo* e *expressão*, procurou seduzir o público associando a educação a distância a discursos de *liberdade, de esperança, de flexibilidade* na e para a educação.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Lei número 9394, 20 de dezembro de 1996.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9394.htm Acesso em: 12 de jan 2019

CARROZZA, Newton G. V. **Publicidade: o consumo e sua língua.** Campinas, SO: [s.n.], 2010. Tese (doutorado)- Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos de Linguagem. Orientadora Cláudia Regina Castellanos Pfeiffer.

GREIMAS, A. J. e COURTÉS, J. **Dicionário de semiótica.** São Paulo: Cultrix, 1979.

GREIMAS, A. **Semântica estrutural.** São Paulo: Cultrix, 1976.

_____. **Semiótica e Ciências Sociais.** São Paulo: Cultrix, 1981.

GUIMARÃES, L. A cor como informação- a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: AnnaBlume, 2000.

INDURSKY, F. O texto nos estudos da linguagem: especificidades e limites in ORLANDI, E.P; LAGAZZI- RODRIGUES, S. **Introdução às Ciências da Linguagem-Discurso e textualidade.** 3ª edição. Campinas, SP: Pontes Editores, 2017.

LAGAZZI, S. O recorte e o entremeio: condições para a materialidade significativa in RODRIGUES, E. A. *et al.* **Análise de Discurso no Brasil – Pensando o impensado sempre. Uma homenagem à Eni Orlandi.** Campinas, SP: Editora RG, 2011.

LÉVY, Pierre. Educação e Cybercultura In: LÉVY, Pierre, **Cibercultura**. França: Odle Jacob, 1993.

JOLY, M. **Introdução à análise de imagens**. 9.ed. Campinas, SP: Papiru, 2005.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 8. ed. Campinas-SP: Pontes, 2009.

_____. **Discurso em análise. Sujeito, Sentido, Ideologia**. 3ª edição. Campinas, SP: Pontes Editores, 2017.

PÊCHEUX, Michel (2002). **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas: Pontes, 2008.

_____. (1975). **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas-SP: Editora Unicamp, 2014.

PEIRCE, C.S. **Semiótica**. Trad. José Teixeira C. Neto. São Paulo: Perspectiva, 2005.

PIETROFORTE, A. V. **Análise do texto visual: a construção da imagem**- 1.ed. 1ª reimpressão- São Paulo:Contexto,2008.

_____. **Semiótica Visual- os percursos do olhar**. 2.ed. 1ª reimpressão- São Paulo:Contexto,2010.

PINTO, Milton José. **Comunicação e Discurso**-2ª ed.-São Paulo: Hacker Editoras, 2002.

SABADIN, C. **Outdoor: uma visão do meio por inteiro** p. SABADIN, Celso (org). **Outdoor: uma visão do meio por inteiro**. São Paulo: Central do Outdoor,1990.

Site pesquisado

<http://rafaelbourne.blogspot.com/2009/06/ead-ensino-distancia.html>

BRUMILLA NA CAPA DA REVISTA MARIE CLAIRE¹

Geovane Pereira²

INTRODUÇÃO

Nas revistas são colocados assuntos do dia a dia, que podem ir desde indicações de filmes até questões complexas, à exemplo, apresentar discussões a favor e/ou contra o aborto. As revistas também fazem parte das relações sociais, nelas encontram-se instruções comportamentais: como se vestir, o que comprar, conselhos amorosos, dicas de bem-estar entre outras práticas do cotidiano. Nesse sentido, **é válido ressaltar** que as revistas estão presentes na vida social (a partir da instauração modernidade). Desse modo, esses suportes midiáticos produzem representações sociais, principalmente, através de imagens.

A historiadora Eleutério (2012) ao analisar periódicos brasileiros do período da Primeira República (1889 - 1930), compartilha que nesse momento, ocorreu um processo de modernização em técnicas e tecnologias na imprensa brasileira, em que os impressos melhoraram suas publicações, como também exploraram o uso de ilustrações e fotografias.

Segundo Eleutério (2012), as revistas eram compostas por informações leves que entretinham e educavam a população. Ela ainda comenta que essas mídias exerceram um papel educativo no país, uma vez que no período de análise da autora boa parte da sociedade brasileira era, então, analfabeta, dessa maneira “a imagem educava”. A historiadora também aponta para o caráter comercial desse meio de comunicação, pois grande parte dos anúncios eram direcionados para as revistas, devido a resolução das imagens ser melhor do que as dos jornais.

1 - Trabalho apresentado no GT 2. Imagem e produção de sentidos do III Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Graduando da Universidade Federal do Piauí do Curso de Comunicação Social com Hab. em Jornalismo. Teresina-PI. Integrante do Núcleo de Pesquisa em Estratégias de Comunicação - NEPEC/UFPI e do Grupo de Pesquisa: Jornalismo, Mídia, História e Poder - JOMIHIP. Endereço eletrônico: gpsgeovane@outlook.com.

Através desse breve comentário histórico das revistas no Brasil, mesmo que num momento inicial da República, é possível perceber o peso social que teve (e ainda tem) o uso imagético na constituição e operacionalização desses dispositivos de comunicação. Outro ponto a se observar, são os impactos que as revistas causaram na população brasileira: como a participação na formação educativa do povo e ampliação de mercado. Nessa última questão, é **notável** a utilização de imagens nessas mídias serviu (e ainda serve) para gerar economia através da veiculação de anúncios.

O Brasil possui uma variedade de revistas, principalmente, revistas femininas, pode-se citar alguns títulos como a *Capricho* (1952), *Claudia* (1961), *Nova* (1973), *ELLE* (1988), *AnaMaria* (1996) *TRIP para Mulher* (2001), as quais se tornaram canais de conteúdos comportamentais, principalmente com temas relacionados a beleza, moda, maternidade e sexo. A revista *Marie Claire* faz parte do cenário brasileiro, porém sua origem é Paris, França. No Brasil, a revista é publicada mensalmente pela Editora Globo desde abril de 1991.

A revista *Marie Claire* adota o *slogan* “Chique é ser inteligente”, o veículo tem como alvo o público feminino, além de tratar de assuntos do universo das mulheres, a revista é consolidada no mercado com o conteúdo de moda. A *Marie Claire*, nessa última década, tem enunciado a necessidade de abordar “a mulher contemporânea”, trazendo à baila questões que não se limitem a maternidade, beleza e casa, como ocorreu nas primeiras revistas direcionadas para as mulheres. Personalidades femininas da mídia, da política e do meio artístico, em geral, protagonizam as capas da *Marie Claire*. A celebridade estampada na capa da revista concede uma entrevista com assuntos relacionados a sua vida profissional, amorosa e questões sociais: ser mulher. Um dos elementos que caracterizam a marca da revista é a elaboração de duas capas por edição (a revista é pioneira nessa proposta): uma capa é direcionada a venda em bancas e outra é exclusiva para assinantes.

As protagonistas das capas da *Marie Claire* geralmente são retratadas do tronco para cima, em um plano fotográfico americano. O vestuário utilizado pelas protagonistas das capas geralmente está ligado a tendências da moda, como também é relacionado a assuntos e produtos expostos no conteúdo da revista.

De acordo com Garcia (2011, p. 7), “Outras características marcantes de Marie Claire são a ausência de brindes para as leitoras, pois prefere conquistá-las por meio da qualidade de suas matérias,

entre as quais se sobressaem histórias verídicas vividas por mulheres reais, o que leva as leitoras a tirarem suas próprias conclusões”. Na avaliação do autor isso é positivo, pois proporcionam as mulheres buscarem uma criticidade sobre os temas debatidos. Um outro elemento exposto por Garcia (2011) é o alto poder aquisitivo do público leitor da *Marie Claire*. “O fato de as leitoras de Marie Claire possuírem uma certa estabilidade financeira se reflete nas seções como Moda, Estilo de Vida, Viagem, Boa Vida e Cozinha. Essas seções enfocam certos luxos, como requintes culinários, roupas de grife e viagens ao exterior” (GARCIA, *Ibidem*).

Tendo em vista que algumas edições da *Marie Claire* possuem duas capas por edição, este artigo, observou a necessidade de realizar uma análise de discurso crítica da capa da edição do mês de fevereiro de 2020 da edição brasileira da *Marie Claire*, que tem na capa direcionada a venda em bancas o casal Brumilla (*shipper*)³: a cantora Ludmilla Oliveira da Silva e a bailarina Brunna Gonçalves; e na capa exclusiva para assinantes há apenas a cantora.

Para tanto, o foco deste trabalho consiste em perceber como é que se dá a representação sócio identitária de um casal de mulheres negras, corporificado em Brumilla (sujeito social) através da construção do discurso do feminino e do amoroso, bem como buscar os sentidos das duas opções de capa. Toma-se a composição de elementos imagéticos, contextuais e sociodiscursivos na capa da edição referida com material de análise. Para tal, utiliza-se do referencial teórico-metodológico da Análise de Discurso Crítica (ADC) para a análise, valendo-se de percepções desse instrumental, por Fairclough (2001) e em Ramalho e Resende (2011).

CONSTRUINDO A METODOLOGIA PELA ADC: DISCURSO E SEUS EFEITOS SOCIAIS

Para realizar análises discursivas, dentro do campo teórico e metodológico da ADC, exige-se um trabalho transdisciplinar. Para além da base de estudos linguísticos, é necessário adotar reflexões de caráter social, como poder, hegemonia, ideologia e discurso, conforme apresentam Ramalho e Resende (2011). As autoras partem da vertente

3 - *Shipper* é um substantivo do inglês sem tradução para o português que indica o “apelido” de um casal: a junção dos nomes das duas pessoas (do casal). Esse tipo de apelido geralmente é dado por fãs para casais famosos, como uma forma de expressar que aprovam e gostam da união do casal.

de ADC, e propõem-se a sistematizar conceitos e, nesse sentido, somar ao contexto dos estudos no Brasil, para aplicação em pesquisas e análises (multidisciplinares) textualmente orientada (vale lembrar que texto pode ser uma estrutura escrita, sonora e/ou imagética).

As obras de Norman Fairclough são utilizadas pelas autoras supracitadas, assim adota-se também as conceptualizações de Fairclough (2001) nesta pesquisa. O autor propõe uma Teoria Social do Discurso com um olhar sobre a linguagem como prática social. As discussões do teórico defendem a necessidade de utiliza-se da crítica nessa teoria como uma ferramenta de transformação social. Ramalho e Resende (2011) compartilham da teoria dialética social do discurso como participante das estruturas sociais articuladas por Fairclough (2001).

A ADC é comprometida em oferecer suporte científico para questionamentos de problemas sociais adotando a relação dialética interacional *linguagem* e *sociedade* como modeladores das estruturas sociais (FAIRCLOUGH, 2001; RAMALHO & RESENDE, 2011). Dessa maneira, questões problemáticas que envolvam e/ou impactem grupos socialmente marginalizados como negros, mulheres e Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Transgêneros, *Queer*, Intersexuais, Assexuais e Pansexuais (LGBTQIAP+) através de discursos midiáticos, podem ser objetos de reflexões pela ADC. De acordo com Fairclough (2001, p. 91):

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

Sendo assim, aqui, busca-se analisar os discursos e feitos sociais da imagem do casal Brumilla e da Ludmilla na capa da revista *Marie Clair*. Antes de partir para a análise, é preciso formular a abordagem teórica sobre a estrutura e aplicação de ADC. O discurso é uma estrutural fundamental para ADC, como afirmam Ramalho e Resende (2011). “Nas práticas sociais, a linguagem se manifesta como discurso: como uma parte irredutível das maneiras como agimos e interagimos, representamos e identificamos a nós mesmos, aos outros e a aspectos

do mundo por meio da linguagem” (RAMALHO & RESENDE, 2011, p. 15). As autoras ainda pontuam que assumir a linguagem como prática social, ou, melhor dizendo, como parte da vida social, possibilita uma forma de observar a intermediação de sentidos entre estruturas e eventos sociais, ações e seus participantes. Ainda é esclarecido por Ramalho e Resende (2011, p. 141) que “Assim como a linguagem verbal, as imagens atuam como forma de representação, como troca de experiência e como mensagem.”

Fairclough (2001) discorre que a constituição discursiva da sociedade não é um jogo livre de ideias nas cabeças das pessoas, mas sim resultados acumulativos de realidades que o discurso carrega, são práticas sociais que envolvem as materialidades e relação das coisas, pessoas, ações concretas com orientações e valores: econômicos, políticos, morais, profissionais, entre outras convenções e modos de vida. Assim, “O propósito das análises em ADC é, portanto, mapear conexões entre escolhas de atores sociais ou grupos, em textos e eventos discursivos específicos, e questões mais amplas, de cunho social, envolvendo poder” (RAMALHO & RESENDE, 2011, p. 21).

Isso, também está ligado ao como fazer da ADC: buscar evidências e realizar questionamentos sobre as estruturas dos sentidos, condicionamentos e as funcionalidades que são usadas no discurso. De acordo com Ramalho e Resende (2011, p. 23, grifos das autoras):

O processo de análise textual, em que investigamos com categorias analíticas traços de modos de (inter)agir/relacionar-se, representar e identificar(-se) em práticas sociais, é sempre parcial e subjetivo. O que lhe confere cientificidade é o trabalho explanatório, isto é, de *compreensão* conjugado com a *explicação*. Pela compreensão descrevemos e interpretamos propriedades de textos, e pela explicação investigamos o texto como material empírico à luz de conceitos, de um arcabouço teórico particular.

Através da leitura de Fairclough (2001) e Ramalho e Resende (2011), compreende-se que para realizar a análise crítica de um texto é necessário sistematizar (e definir) o que se pretende analisar (evento discursivo), apresentar o meio e os atores sociais desse evento, e as circunstâncias e posições (contexto) que os participantes desse acontecimento se encontram no discurso. É preciso destacar, que quando se analisa um discurso, deve-se entendê-lo em uma ordem

discursiva (campo específico), por exemplo, “discursos midiáticos” são produzidos pela mídia (jornal, revista, TV, internet entre outros veículos de comunicação). Por fim, a análise busca identificar e apontar para os sentidos (e seus efeitos) complexos dos discursos (na relação da estrutura e individualização), os quais não se encontram na superfície do texto concreto, mas sim na integração e relação com outros elementos (sociais, históricos, culturais, simbólicos, documentais entre outros) em torno da sua materialização.

Neste trabalho, a proposta de usar categorias, é dialógica, no sentido de situá-las ao contexto do evento discursivo do texto aqui analisado, e não as fixá-las de maneira fechada, ou como Ramalho e Resende (2011) salientam que as categorias ajudam a realizar um mapeamento entre o social e o discursivo, possibilitando conexões no processo de investigar efeitos e práticas sociais observadas no texto. “**Categorias analíticas**’ são, portanto, formas e significados textuais associados a maneiras particulares de representar, de (inter) agir e de identificar(-se) em práticas sociais situadas” (RAMALHO & RESENDE, 2011, p. 112, grifos das autoras).

As autoras ainda expõem elementos categoriais como os aspectos discursivos/textuais: estruturas genéricas, intertextualidade, interdiscursividade, relações semânticas, representação de eventos e/ou atores sociais, identificação, coesão entre outros aspectos. Esses, servirão de categorias ao longo da análise, os quais serão relacionados e aplicados ao contexto do texto aqui trabalhado. Algumas dessas categorias serão utilizadas durante o percurso analítico, de modo que nem todas as categorias apresentadas pelas autoras serão usadas. É necessário lembrar que as categorias podem ou não dialogar, pois elas não se excluem.

Sendo assim, segue-se para discussões sobre representação, sujeito social mulher negra e o gênero revista. Pois, entende-se a lógica interdisciplinar e integração do discurso a questões sociais na ADC. Então, ver-se a necessidade de apresentar conceitos - questões ontológicas e epistemológicas - que fundamentem a base teórica desta análise.

LINGUAGEM, REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE

Ramalho e Resende (2011) compreende a representação como um significado das práticas de aspectos do mundo e auto(identificação) que atua em conjunto com práticas de ação e interação. Já Fairclough (2001, p. 140) lembra que “De fato, não tem sido geralmente avaliado o quanto é importante a representação do discurso, não só como um elemento da linguagem de textos, mas também como uma dimensão da prática social.” As autoras e o autor supracitados reconhecem a representação como parte do processo de significação do discurso, como também entendem o discurso como uma prática de representar.

Hall (2016) aproxima-se das reflexões de Ramalho e Resende (2011) e Fairclough (2001), no sentido de pensar a representação a partir da linguagem, porém em articulação com a cultura. O teórico lança luzes sob o papel (função) da linguagem como representação, promovendo reflexões através de um olhar culturalista, ou melhor dizer construtivista, em que a cultura por meio da representação possibilita ferramentas de interpretar realidades, comportamentos e atores sociais. O autor desenvolve o conceito de representação guiado pela investigação de como é construído o significado. Segundo o autor, representar é uma parte fundamental do processo pelo qual os significados são produzidos e compartilhados entre participantes de uma mesma cultura. “Representar *envolve* o uso da linguagem, de signos e imagens que significam ou representam objetos” (HALL, 2016, p. 31, grifos do autor).

A representação é uma prática, um tipo de “trabalho”, que usa objetos materiais e efeitos. O *sentido* depende não da qualidade material do signo, mas de *sua função simbólica*. Porque um som ou palavra em particular indica, simboliza ou representa um conceito, ele pode funcionar, na linguagem, como um signo e transportar sentido – ou, como os construtivistas dizem, significar (HALL, 2016, p. 49, grifos do autor).

Hall (2016) chama atenção para as conceitualizações e análises de representação para o fato de reconhecer a fragmentação de um todo, ou seja, trabalha-se com recortes e decodificações. Para o autor, é a partir dos códigos, signos e significados situados em suas especificidades que se torna possível identificar práticas, objetos e efeitos sociais. Desse modo, o discurso e suas discursividades podem

ser compreendidas como práticas da representação, bem como atuam com função de representar.

A identidade é outra conceitualização debatida por Hall (2019), o teórico discorre sobre três ideias de sujeito/identidade. Em um primeiro momento a percepção do *sujeito soberano* dotado de si mesmo que se autocompreende e se coloca no mundo por sua visão de completude. Em um outro estágio o teórico comenta sobre o *sujeito social*, aquele que se constrói no mundo na relação como outro (coletivo). E por fim, o *sujeito pós-moderno* ou fragmentado, a concepção da constituição de si na relação como o outro de forma contínua e inacabada.

Assim, em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de *identificação*, e vê-la como um processo em andamento. A identidade surge tanto na plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de uma *falta* de inteireza que é “preenchida” a partir de nosso *exterior*, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por *outros* (HALL, 2019, p. 24-25, grifos do autor).

É preciso salientar que dentro dos processos discursivos e representativos, a identidade atua como um ponto de transmissão e recepção de sentidos. Hall (2019) expõe que a constituição de categorias de raça, classe e gênero são pontos carregados de relações socio-históricas, discursivas e culturais que marcam e ordenam lugares no espaço social. Segundo o estudioso, as identidades também servem e atuam como canais de reivindicações sociais, políticas e culturais. Desse modo, pode-se argumentar que a identidade não é apenas um meio de produção para representações, mas também resultado de relações e prática sociais.

INQUIETAÇÕES SOBRE O LUGAR PENSADO PARA MULHER NEGRA

Ribeiro (2016) ao apresentar reflexões realizadas por teóricas feministas negras, aborda que para se pensar a mulher negra em nível social é preciso entender o lugar/prática de interseccionalidades⁴

4 - Conforme Crenshaw (2002, p. 177 apud RIBEIRO, 2016, p. 101) “A interseccionalidade é uma conceitualização do problema que busca capturar as conseqüências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação. Ela trata especificamente da forma pela qual o racismo, o patriarcalismo, a opressão

que esse sujeito se encontra em um espaço de atravessamentos de problemas sociais relacionado a raça, classe, gênero dentre outras categorias (que não podem ser pensadas de forma isoladas) que levam a opressões sociais em nível estrutural.

Pode-se levantar a questão da orientação sexual (não heterossexual), como parte desse conjunto de categorias que podem compor o lugar de atravessamentos da mulher negra na sociedade. Lorde (2009) afirma que não há como hierarquizar a intolerância da diferença, seja de cor ou da sexualidade, a pensadora ainda compartilha, que quando se é negra, lésbica e feminista todos esses elementos constituem uma identidade indissociável, que os mesmos se fazem perceptíveis na vida social e condicionam ao estado de “desviante” ou “errada”.

As autoras Ribeiro (2016) e Lorde (2009) compartilham da compreensão de não poder selecionar qual (quais) categoria(s) a mulher negra deva ser colocada quando se trata de realidades sociais. A partir das autoras supracitadas, pode-se tencionar que para trabalhar reflexões sobre mulheres negras seja em níveis acadêmicos, políticos e/ou sociais é necessário ter em mente a pluralidade e individualidade das realidades que esses sujeitos estão inseridos, e que a combinação de aspectos sócio identitários integram a complexidade da análise.

González (1984) se aproxima das concepções de Ribeiro (2016) e Lorde (2009) sobre a composição múltipla do sujeito social mulher negra, e traz discussões sobre racismo e sexismo na cultura brasileira. Para a antropóloga, a mulher negra brasileira está situada em uma interpretação do fenômeno do racismo e sexismo, como uma espécie de neurose da cultura brasileira, ou seja, um conjunto de problemas que fazem parte das práticas e relações sociais.

A autora ao analisar textos (literatos, midiáticos, musicalizados e teóricos) aponta para a naturalização do racismo. “Mulher negra, naturalmente, é cozinheira, faxineira, servente, trocadora de ônibus ou prostituta. Basta a gente ler jornal, ouvir rádio e ver televisão. Eles não querem nada. [...] Racismo? No Brasil? Quem foi que disse? Isso é coisa de americano” (GONZÁLEZ, 1984, p. 226). Em suas análises, a antropóloga utiliza noções de consciência e memória ligadas a questão discursiva, o discurso como ideológico: exercício e manutenção de

de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas que estruturam as posições relativas de mulheres, raças, etnias, classes e outras.”

papéis e relações sociais (efeitos do discurso), dando ênfase ao mito da democracia racial⁵.

Aqui, toma-se as três definições sobre mulher negra na cultura brasileira, desenvolvidas por González (1984), para propor categorias de análise discursiva sobre imagens de mulheres negras construídas em textos. Essas são “Mulata”, Doméstica e Mãe Preta. As primeiras duas noções estão ligadas ao termo e assujeitamento “Mucama⁶”, funções que são atribuídas ao sujeito mulher negra em momentos e espaços distintos. Através da leitura de González (1984) a “Mulata” pode ser compreendida como alegoria (figura mítica) do carnaval, um “produto exótico”, “típico”/“cor” (mestiçagem) do Brasil, encarnado na malemolência (sexualização). Enquanto a Doméstica é um “serviço” (mucama), uma função econômica historicamente utilizada para o trabalho pesado na estruturação do Brasil. É interessante dizer que na visão da autora, um mesmo sujeito poder ser percebido em ambas as noções, dependendo do momento e espaço (contexto) da funcionalização deste sujeito.

Já sobre a Mãe Preta, González (1984) a concebe como a figura da mulher negra simplesmente como mãe, a maternidade em toda sua entrega para com os filhos, neste caso, o cuidado e a dedicação para com os brancos. Através da leitura da autora, é possível interpretar que essa afetividade não era uma vontade, a estudiosa traz Gilberto Freyre para apresentar distinções sobre esse papel, e assim, aponta para um processo de imposição condicionado a escravização. É válido abordar que a antropóloga integra discussões de Lacan sobre linguagem, e a função exercida pela mãe na vida de uma criança

5 - Segundo González (1979, p. 3 apud BARRETO, 2005, p. 37) “(...) o resultado da violentação das mulheres negras por parte da minoria branca dominante: os senhores de engenho, os traficantes de escravos etc. E este fato teria dado origem, na década de 30, à criação do mito que, até os dias de hoje, afirma ser o Brasil uma democracia racial. Gilberto Freyre, famoso historiador e sociólogo brasileiro, é seu principal articulador com sua ‘teoria’ do ‘lusotropicalismo’. O efeito maior desse mito é a crença de que o racismo é inexistente em nosso país, graças ao processo de miscigenação.”

6 - De acordo com González (1984, p. 229, sic) “Muita coisa que explica essa confusão toda que o branco faz com a gente porque a gente é preto. Prá gente que é preta então, nem se fala. Será que as avós da gente, as mucamas, fizeram alguma coisa prá eles tratarem a gente desse jeito? Mas, quê era uma mucama? O Aurélio assim define: Mucama. (Do quimbundo mu’kama ‘amásia escrava’) S. f. Bras. A escrava negra moça e de estimação que era escolhida para auxiliar nos serviços caseiros ou acompanhar pessoas da família e que, por vezes era ama-de-leite. (Os grifos são nossos). Parece que o primeiro aspecto a observar é o próprio nome, significante proveniente da língua quimbunda, e o significado que nela possui. Nome africano, dado pelos africanos e que ficou como inscrição não apenas no dicionário. Outro aspecto interessante é o deslocamento do significado no dicionário, ou seja, no código oficial. Vemos aí uma espécie de neutralização, de esvaziamento no sentido original. O por vezes é que, de raspão, deixa transparecer alguma coisa daquilo que os africanos sabiam, mas que precisava ser esquecido, ocultado.”

como meio internalização de valores ligados a função/trabalho (participação) da Mãe Preta.

Tendo apresentado as três definições de mulher negra formuladas por González (1984), e observando que a autora pontua o efeito discursivo dessas funções nas relações sociais como presentes na formação e manutenção desses papéis sociais em torno da mulher negra, elabora-se aqui um quadro com categorias discursivas de identificação desse sujeito. Confira abaixo:

Quadro 1: Categorias de identificação de imagens de mulheres negras (“Mulata”, Doméstica e Mãe Preta) na cultura brasileira

Categoria	Arquétipo	Função Imagética/discursiva
“Mulata”	Mulher negra jovem com traços finos com variação de tons da “cor preta”, relacionada a mestiçagem brasileira. Estética sexualizada. Arquétipo: passista de carnaval.	Prestação de produto/serviço visual, exaltação/exposição do corpo, conotação sexual, simbolização da mestiçagem “exótica”, características de passista de carnaval glorificada, beleza como meio econômico e/ou turístico.
Doméstica	Mulher negra jovem ou de meia-idade, não tão atrativa pela locação no trabalho pesado, mas mesmo assim pode ser sexualizada. Arquétipo: a faxineira e/ou cozinheira.	Prestação de produto/serviço braçal, uso da força, apresentação de característica da simplicidade do cotidiano, a visualização do corpo como trabalho, logo econômico.
Mãe Preta	Mulher negra de meia-idade ou idade avançada, não possui nenhum traço atrativo físico, mas sim uma aparência velha, terna e aconchegante. Arquétipo: a mãe ou avó zeladora.	Prestação de serviço real e simbólico do cuidado, expressão da conformidade, bondade e afetuosidade, visualização do corpo maternal disposto a ser prestativo de forma incondicional.

Fonte: Quadro elaborado pelos autores com base em González (1984)

O GÊNERO REVISTA E APONTAMENTOS SOBRE A EDIÇÃO BRASILEIRA DA REVISTA *MARIE CLAIRE*

Trindade (2016) se propõe a analisar como tendências de moda são apresentadas discursivamente em revistas femininas brasileiras (*Vogue* e *ELLE*). Através da ADC a autora aponta que esses veículos utilizam de estratégias enunciativas e discursividades diferentes para alimentarem o desejo do leitor para com a moda, bem como servir

termômetro para tendências desse universo. A estudiosa ao pontuar sobre o início da história da moda, comenta que esse meio vem se ressignificando, e isso se deve ao seu modo dinâmico de ser, e nesse aspecto a autora ainda diz que a moda transacionou de uma maneira de separação de classes, enaltecendo o luxo (assimetrias de poder), para a ampliação de público.

As revistas de moda têm um papel significativo na constituição de novas identidades, mas ao mesmo tempo esses meios de comunicação também constroem certos grupos sociais com imposições de normas e padrões, aborda Trindade (2016). A autora defende a hipótese das revistas atuarem como práticas discursivas, ou seja, produtoras de sentidos (efeitos, disputas, identificações, diferenciações, organizações e relações) no meio social, por meio do seu conteúdo. Sobre a estrutura de conteúdo das revistas, esclarece-se a especificidade de produção jornalística que mescla entretenimento e informação. E para tal, requer meios de produção, equipamentos diversos e equipe multiprofissional. “O fazer jornalismo de revista requer um ‘trato’ maior com as informações. É preciso que se tenha mais tempo para apurar, pesquisar, acompanhar, o que resulta em matérias bem mais completas” (TRINDADE, 2016, p. 67).

Nesse último ponto, pode-se visualizar o que Ramalho e Resende (2011) apresentam como gêneros discursivos⁷, um modo de ver um texto (e/ou a linguagem/prática jornalística, por exemplo) para além de uma estrutura fixa, mas sim a relação do texto com sua produção, estrutura e usos, como meio de acionar, organizar e relacionar discursos para um fim identificacional e/ou representacional.

A partir das leituras de Trindade (2016) e Ramalho e Resende (2011), pode-se tencionar que o veículo de comunicação revista enquanto um gênero jornalístico, tem a capacidade de criar e compartilhar discursos com alcances sociais, que interferem nas identidades dos sujeitos. Logo, impacta em comportamentos e formas de ver e compreender o mundo. Isto é, aquilo que é construído na “estrutura revista”: textos e imagens entre outros elementos possui um fundo, sentido e peso social.

7 - Conforme Ramalho e Resende (2011, p. 58-59, grifos das autoras) “Para a ADC, gêneros não são ‘tipos textuais fixos’, mas, sim, *um dos momentos de ordens do discurso*, daí serem definidos como ‘gêneros discursivos’, e não ‘gêneros textuais’. O conceito de gênero está associado ao significado acional/ relacional do discurso. Nessa concepção, a rede de opções de gêneros existe no nível das práticas sociais, nas redes sociodiscursivas de ordens do discurso, que, a exemplo da rede semiótica, permitem e constroem processos de significação.”

Por sua vez, Barros (2002) acrescenta a esta pesquisa ao lançar olhar sob a imprensa feminina brasileira (a considerando um campo fértil para discutir gênero e sexismo). A autora toma o discurso (algumas peças do início dos anos 2000) da edição brasileira da revista *Marie Claire*: “Chique é ser inteligente”; uma autointitulação (contra hegemônico) da revista como objeto de análise para detectar qual a representação da mulher na revista em questão. Em sua análise, a jornalista conclui que o discurso da *Marie Claire* norteia entrelinhas valores hegemônicos: pensamentos tradicionais com novas roupagens, a fim de acompanhar mudanças da sociedade e atender interesses econômicos, e esses, auxiliam na manutenção e estereótipos sexistas.

Discussões sobre história da imprensa feminina, formação da estrutura revista feminina e suas ligações com o social, a economia, a política e o desenvolvimento tecnológico são alguns dos pontos trazidos por Barros (2002). Dentro desses elementos, é necessário expor que a estrutura revista feminina se valeu de recursos imagéticos. De acordo com Barros (2002, p. 40):

A foto, dentre outras funções, encarna um papel estratégico no momento em que a revista assume sua versão mais elementar: a de objeto a ser comercializado como qualquer outro dentro do mundo capitalista. Ela torna o “produto” mais atraente. Closes em rostos e corpos femininos viraram arma para estimular o consumo de mulheres que, com o crescente acesso à educação – predominantemente, as de classe média em diante – tornaram-se, cada vez mais, exigentes. Como instrumento de identificação, a fotografia nas publicações voltadas para o público feminino se transforma em um espelho, refletindo os arquétipos que serão introjetados nas veias das leitoras.

No que se refere à questão da imagem dos sujeitos que a constituem, a autora fala que é comum o uso de mulheres famosas como apresentadoras de TV, atrizes e modelos para protagonizar as capas de revistas, principalmente pelo aspecto estético como referencial de beleza, estratégia de venda de produtos e correlação com o “seduzir o masculino”.

A reportagem *Gay por uma semana* é uma das edições que compõe o material de análise de Barros (2002). Conforme a pesquisadora, é demonstrado preconceitos e estranhezas na matéria, mas que não chegam a ser homofóbica, porque não seria politicamente correta.

A superficialidade no assunto é algo destacado pela autora, em que a aparência de mulheres lésbicas é apresentada como feias, masculinizadas, desengonçadas e pouca atraente para os homens. Em sua análise, a autora discorre que “Salta aos olhos a distância estabelecida entre o ‘nós, mulheres’ e ‘elas, as homossexuais’, como se estas não pertencessem, igualmente, ao sexo feminino, sendo ‘criaturas’ diferente das ‘mulheres convencionais’. A entrelinha é clara, as lésbicas são sutilmente excluídas do indefectível universo de leitoras da *Marie Claire*” (BARROS, 2002, p. 44).

Percebe-se a partir da análise de Barros (2002) aspectos ligados a identidade sexual como um elemento divisor dentro da categoria feminina (ser mulher). A estudiosa expõe que a *Marie Claire* imprime uma visão negativa da homossexualidade, e como o conservadorismo da revista vai além da sexualidade. “Ele se estende para outros aspectos. A mulher é retratada de maneira servil e sedutora mesmo quando aparece como uma profissional bem-sucedida. Basta notar o elevado número de matérias que sugerem subserviência diante do sexo masculino” (BARROS, 2002, p. 45).

Neste trabalho, toma-se a capa de fevereiro de 2020 da edição brasileira da *Marie Claire*, que em suas opções de capa são protagonizadas por mulheres negras (não héteros⁸), é necessário salientar que as discussões analíticas tratadas por Barros (2002) sobre a revista em questão são tencionadas para ter uma visão do conteúdo que antecede nosso objeto de pesquisa, que em certo grau de proximidade, possibilitam uma visualização de discursos emitidos pelo veículo de comunicação aqui citado: tendo em mente que são recortes de análises distintas, inseridos em contextos diferentes. Entre as colocações que Barros (2002) discorre, é frisado o fato da rigidez do padrão estético, como uma característica não apenas da *Marie Claire*, mas sim das editoriais de beleza das revistas femininas de forma geral. Com isso, a autora chama atenção para o fato da não presença de mulheres negras nessas páginas, ou apenas aparições esporádicas.

8 - É válido pontuar que mesmo sendo um casal de pessoas do mesmo gênero (Ludmilla e Brunna), e configurando um casal homoafetivo, não se pode afirmar que as integrantes da relação são lésbicas, pois ambas não trataram desta questão ao pública, sobre suas orientações sexuais, assim essas podem ser lésbicas, bissexuais, pansexuais ou não nomeiam sua sexualidade. Dessa maneira, aqui é refere-se ao casal, como casal de mulheres sem referenciar a orientação sexual desses sujeitos.

Na realidade, o raciocínio é bem pragmático. Como as revistas fornecem arquétipos identificadores é “natural” que elas recorram à imagens que supostamente se assemelhem ao seu público alvo. Se não há negras ilustrando as dicas de maquiagem ou como se vestir é porque se nutre a crença de que elas não consomem a *Marie Claire*. Isso fica claro no exemplar de fevereiro, onde há uma chamada na capa anunciando: “cortes para todos os tipos de cabelos”; desde que sejam lisos, pois não há uma mulher de cabelo crespo na matéria (BARROS, 2002, p. 47).

Através das constatações de Barros (2002) sobre a *Marie Claire* em paralelo ao nosso objeto em análise, é possível observar mudanças, no sentido de abertura para discussões sobre sexualidades e belezas negras (aparentemente um distanciamento do conservadorismo), uma vez que um casal de mulheres negras estampa uma capa da revista, claro que se tem aproximadamente duas décadas desde as reflexões realizadas por Barros (2002). Contudo, entende-se a capa aqui analisada como evento discursivo que pode refletir a(s) (re) configurações da sociedade. Assim, questiona-se como é feita essa representação do casal Brumilla? Como são construídos/usados os discursos do feminino e do amoroso? E se há interesses no uso da imagem do casal? Essas são perguntas que guiam a análise deste artigo.

Barros (2002) inquieta-se sobre o fato de uma revista que diz direcionar-se a mulher inteligente tenha pouco texto em suas páginas, e o uso de muitas fotografias com ou sem legendas. Para a jornalista, a *Marie Claire* compõe a lista de revistas que não ousam:

[...] subverter a conformidade do sistema midiático. Propor um discurso transformador significa, necessariamente, romper com o marasmo da ordem vigente. Macular a sólida dinâmica de consumo é algo preocupante dentro de uma sociedade matizada por desigualdades de várias estirpes (BARROS, 2002, p. 49-50).

Os anúncios da revista entram nos eixos de análise de Barros (2002), em que se aponta tais textos como formas de manipulação e atuação na manutenção de valores conservadores. No que se trata de publicidade da *Marie Claire*, Garcia (2011) observa uma dinâmica que absorve características do aspecto da mulher contemporânea que relaciona estratégias de anúncios que envolvam a mulher no

mercado, na política e na cultura, em paralelo as narrativas que não se distanciam de centralizações com consumo, beleza e maternidade.

Garcia (2011) comenta que a publicidade através da mídia tem um impacto significativo e participante na democracia, pois atua como gerador de mercado, por meio do desejo de consumo. O autor ainda salienta a responsabilidade social da publicidade feita em revistas com capacidade de influenciar ideais e valores em uma sociedade. “Nos textos veiculados por esse meio, importante se torna a imagem que o autor formula da sua leitora para a sua constituição, por isso é tão necessário aos produtores de uma revista feminina que conheçam a mulher e todo o processo de transformação pelo qual ela passou até os dias de hoje” (GARCIA, 2011, p. 6).

BRUMILLA NA CAPA EDIÇÃO BRASILEIRA DA REVISTA MARIE CLAIRE

Neste primeiro momento de análise, é preciso explicitar que a capa da revista aqui em análise (confira a Imagem – 1 (A)) é entendida como evento discursivo. Assim, ela é um lugar com sujeitos posicionados e no geral a própria capa é um sujeito discursivo. Ludmilla é um sujeito, a Brunna é outro sujeito, ambas são negras e não héteros e têm *status* de celebridade a nível nacional. Ramalho e Resende (2011, p. 130) esclarecem que “Pelo princípio da dialética entre os significados, a construção discursiva de identidades relaciona-se também ao significado representacional (representação) e ao significado acional/relacional (relações sociais e papéis sociais)”. Nesse sentido, os elementos identitários desses sujeitos no espaço discursivo midiático configuram uma semiose social, no sentido relacional da composição imagética da página, eles estão situados como um casal (Brumilla). Logo, pode-se ver Brumilla enquanto um sujeito social que relaciona a identidade étnica-racial e a homoafetiva feminina com capacidade de representação.

Um ponto que chama atenção é o fato da chamada e entrevista da *Marie Claire* ter a cantora Ludmilla como protagonista (confira a Imagem – 1 (B)), e esta ser colocado como um sujeito de ação, com destaque na chamada da capa que constitui as imagens nas opções A e B: “SEM TABUS, Ludmilla em conversa franca sobre amor, sexo, maconha e funk”. Nesse enunciado, infere-se que seja uma categoria

de nominalização, como Fairclough (2001) comenta, a convenção de processos em nomes, em que tempo e modalidade dos sujeitos participantes são deixados de forma implícita. A *Marie Claire* aciona sentidos implícitos (não descreve) a relação homoafetiva do casal, porém torna-se perceptível pela própria imagem junto a chamada. Ver-se que a revista dá ênfase ao casal e a Ludmilla (Imagem – 1: A e B) ao colocá-las sobrepostas a frente da logo da revista, ou seja, uma personalização da capa.

Figura 1: Capa do mês de fevereiro da edição brasileira da revista *Marie Claire*: aqui, nomeia-se a capa a esquerda como (A); direcionada a venda em bancas e a capa a direita como (B); exclusiva para assinantes.



Fonte: Reprodução via internet – site Google.

O casal é o sujeito em evidência na capa (A), porém a cantora Ludmilla é a protagonista, Brunna é nomeada no canto inferior da página (espaço de pouco interesse do campo visual humano) em letras pequenas “Lud e a mulher, a bailarina Brunna Gonçalves”, infere-se que Brunna é o sujeito complementar, ela integra a imagem da Ludmilla. Isso torna-se mais evidente na segunda opção da capa (B) da mesma edição. Nessa imagem, a cantora está em um plano central, conhecido na fotografia com plano americano, com um ângulo levemente de baixo para cima, essa composição dá uma ideia de engrandecimento. Fairclough (2001) lembra que há uma variação de

sistemas semióticos que matem uma inter-relação entre linguagem e semiose social. E essa intermediação realiza processos discursivos que possibilitam a produção e interpretação textual.

O fundo em uma cor sólida, azul, dá foco no protagonismo da figura da cantora sem imagens que dialoguem com a composição da capa, porém a própria cor azul constitui um elemento de sentido, socialmente esta cor é ligada ao universo masculino, bem como é utilizada para transmitir segurança, estabilidade e força. Pode-se pensar, que a *Marie Claire* produz sentidos sobre o sujeito Ludmilla como uma profissional de sucesso, ao mesmo tempo é possível observar elementos que remetem a uma feminidade como as sobancelhas arqueadas, cabelos longos e esvoaçados, brincos de argolas e o cordão com uma cruz (em tamanho grande) sobre o corpo da cantora que está com uma roupa que deixa desnudo o seu centro radial.

Há um toque de erotização nessa capa (B), porém ao mesmo tempo pode-se supor que o cordão e a tatuagem em amostra remetem a um *rapper style* (porém com o “chique” da *Marie Claire*) de cantores (sobretudo uma cultura do grupo étnico afrodescendente com presença majoritária de homens) que trabalham com esse ritmo, e que geralmente fazem ensaios fotográficos como cordões de metais grandes com ou sem cruces e deixam partes do corpo expostas exibindo suas tatuagens. Ludmilla em suas redes sociais já externou o gosto pelo ritmo, e suas parceiras internacionais em videoclipes e composições foram com cantores de *rapper*, Jeremih, Ty Dolla \$ign e Snoop Dogg. Assim, supõe-se que existe um sentido relacional que liga a imagem da cantora com sua ascensão profissional e “poder” que o/as *reppers* ostentam.

É preciso lembrar que há duas capas nas edições da *Marie Claire*, assim segue a análise para a capa voltada para as bancas (A). A capa destinada a assinantes (B) é um argumento para entender que protagonista do mês de fevereiro da revista é a cantora e não sua esposa. A partir disso, pode-se questionar, o porquê da Brunna na composição da capa comercial (A)? Para pensar como a Brunna entra nesse evento discursivo é preciso entender o contexto anterior a materialização da capa.

Em 2019, a cantora Ludmilla teve destaque e engajamento em sua vida profissional, realizou composições e gravações de músicas e clipes com cantoras e cantores a nível nacional como Léo Santana, Anitta, a dupla Simone e Simaria, além de estrangeiros como Snoop

Dogg. A cantora ganhou o *Prêmio Multishow* como melhor cantora do ano (2019). As obras da artista, além de ganhar o público por serem dançantes (o principal gênero musical trabalhado por ela é o funk), apresentam alguns temas polêmicos, por exemplo, as músicas *Onda Diferente* e *Verdinha* que fazem referência a maconha, entre outras regravações (*DVD Hello Mundo*) suas que falam de aceitação estética e empoderamento feminino. Através de suas letras, carisma, e compartilhamentos de sua trajetória de mulher negra vinda da favela a cantora ampliou seus fãs. Na mídia comercial (2019), Ludmilla participou e venceu o *Show dos Famosos* um quadro de um dos principais e tradicionais programas da TV aberta brasileira, *Domingão do Faustão*.

Pelo exposto acima, entende-se o poder de alcance que tem a imagem de Ludmilla, bem como aspectos identitários ligados à sua formação (mulher negra, de origem periférica e artista). Por essa constituição, é explicável a escolha da cantora para protagonizar uma capa de revista, pois há público que se interessa pelo que a artista produz, como também pessoas que se identificam com ela. Nos processos de interesse e identificação, pode-se pontuar questões de representação e representatividade. Esses dois conceitos caminham juntos, porém o último, expressa a junção da subjetividade e identidade, num sentido mais político e social que implica na formação e processos de subjetivação relativos a grupos sociais que geralmente não ocupam de forma significativa espaços de poder na sociedade, por exemplo, pessoas negras que não estão na mídia e mulheres que ocupam poucos espaços na política.

O contexto de 2019, também serve para entender a principal chamada da capa (A e B), e o uso do “SEM TABU” e “conversa franca” relacionados a vida amorosa e sexual, maconha e funk, pois essas questões integraram a vida da cantora (principalmente expostas em 2019). É perceptível a intimidade e intensidade que o discurso da capa realiza ao usar o nome da cantora sem nomeá-la como cantora, e até no uso da contração do seu nome “Lud” no canto inferior direito da capa (A). Já sobre a intensidade do discurso, é possível identificá-la na forma de adjetivar (valor semântico) a conversa com Ludmilla como “franca” (aberta/sincera), ou seja, logo se a *Marie Claire* é íntima da “Lud” e ela (a cantora) é franca com a revista, existe uma relação de confiança e familiaridade. Na construção dessa discursividade, observa-se modos de (inter-)agir e representar, pois os sujeitos que

se identificam com a Ludmilla podem se reconhecer na revista *Marie Claire*.

Em 2019, Ludmilla tornou público seu relacionamento com a bailarina Brunna Gonçalves, que também é integrante do seu balé. Essa ação, ocorreu por meio das redes sociais digitais da cantora, a declaração teve repercussão não apenas no meio digital, mas na mídia comercial. O impacto foi positivo por parte de seu público, é tanto que seus fãs “shiparam” o casal como Brumilla. Desde então, a cantora e a bailarina compartilharam sua rotina de casal e assim aumentou seus seguidores tendo o crescimento de pessoas da comunidade LGBTQIAP+.

Em participação no programa de TV aberta da Rede Globo, *Altas Horas*, no dia 03 de agosto de 2019, Ludmilla foi questionada por uma jovem que compunha a plateia do programa sobre seu sentimento ao assumir sua orientação sexual. Em resposta, a cantora disse que não assumiu sua orientação sexual, mas sim o relacionamento com a pessoa que ela ama. No mesmo dia, o apresentador do programa, Serginho Groisman, em conversa com Brunna pergunta sobre o relacionamento delas, em resposta a bailarina compartilhou que elas estão juntas desde 2017. E em dezembro de 2019 as duas realizaram seus votos matrimônias em sua residência.

Através desse quadro de eventos ligados a Ludmilla e a Brunna, justifica-se o provável motivo do casal estar na edição da *Marie Claire*. Tomando o exposto acima, infere-se que tais eventos constituem uma cadeia de interdiscursividades. Ramalho e Resende (2011) expõem que essa prática atua como categoria representacional, e explora os discursos articulados nos textos ou não, bem como os mesmos são mesclados com outros discursos ligados a maneiras particulares de representar aspectos no mundo.

Também pode-se apontar para interdiscursividades que unem discursos sobre identidade sexual homoafetiva feminina, amor e beleza na capa (A) - na qual elas estão abraçadas - com ligação as três chamadas sobre outros conteúdos da edição (co-textos): (1) “CARNAVAL COUTURE Mais é mais: brilho sobre o brilho, estampas a mil, acessórios máxi”; (2) “BISSEXUAIS, SIM Mulheres dividem as descobertas e os preconceitos de serem bi’; (3) “VIRE A PÁGINA Um guia definitivo para desintoxicar cabelo, pele e corpo depois das férias”.

Os elementos imagéticos e escritos nesse momento da análise implicam em uma coesão contextual, ou seja, a organização de elementos textuais. Ramalho e Resende (2011) argumentam sobre esse elemento como uma categoria que trata as relações estabelecidas nas orações com funcionalidade acional/relacional. De acordo como as autoras, essa categoria na ADC tem o foco de retirar as orações da lógica das aparências para uma lógica explanatória.

É preciso chamar atenção para o fato em que a capa foi lançada no período de carnaval, momento que cantores/as ganham maior destaque na mídia, por conta do trabalho na folia. Esse momento é propício para utilização de personalidades que trabalham no mundo musical para divulgações de marcas. Sugere-se que possa ter uma estratégia de publicidade, um interesse econômico no uso da imagem do casal, principalmente com a imagem da cantora.

Discursividades são construídas pela semiótica social da imagem (A), na composição do uso das roupas justas e com detalhes de rendas e estampa florida em cor rosa e pelugem de animal, assim como um fundo com flores, remetem a um discurso “essencial” de feminilidade: um universo “delicado e romântico”. Uma característica das capas da *Marie Claire* é a elegância e descrição em suas fotos, em que geralmente fotografam as personalidades da cintura para cima. Porém, é possível detectar a construção do sensual na capa (A), mas ao mesmo tempo não pesa como sexualização, há uma leveza erótica, pode-se perceber sensualidade no abraço em que Ludmilla envolve Brunna e a posiciona a língua no queixo da esposa e ambas de olhos fechados sorrindo discretamente numa representação erotizada do par romântico. Lorde (2009) pensa o uso do erotismo feito por e/ou entre mulheres como poder⁹. O discurso construído por meio da imagem do erótico do casal Brumilla materializado na capa pode ser entendido como um uso de poder, uma ação de transgressão, em que a homoafetividade feminina é estampar em uma revista tradicional de alcance nacional. Para Lorde (2009, p. 14) “[...] o erótico oferece um manancial de força revigorante e provocativa à mulher que não teme sua revelação, nem sucumbe à crença de que as sensações são o bastante.”

9 - “O erótico, para mim, acontece de muitas maneiras, e a primeira é fornecendo o poder que vem de compartilhar intensamente qualquer busca com outra pessoa. A partilha do gozo, seja ele físico, emocional, psíquico ou intelectual, monta uma ponte entre quem compartilha, e essa ponte pode ser a base para a compreensão daquilo que não se compartilha, enquanto, e diminuir o medo da suas diferenças” (LORDE, 2009, p. 16).

Nessa direção, a imagem do casal Brumilla exerce um sentido relacional, no qual a representação de lésbicas, bissexuais, pansexuais entre outras variações sexuais de mulheres em intersecção com raça/etnia podem ser reconhecida na imagem do casal na capa (A). Pelas conexões realizadas, indica-se que construção imagética da capa (A) não é algo de “aparências”, estéticas simples, mas sim materializações de práticas discursivas que podem gerar e conquistar representatividade no meio social.

É importante lembrar que a revista *Marie Claire* é um dispositivo midiático comercial, que estar inserido no sistema capitalista (lógica de ampliação de venda e ganho de mercado constante). Ao salientar que a revista ganha com a publicidade de acessórios e roupas em suas páginas não se pode desvincular que a composição visual da capa (A): escolha das personagens, seus *links* sociais, a estética física de Ludmilla e Brunna, as vestes que o casal usa, bem como o período de Carnaval; como peças que também possuem estratégias e interesses comerciais.

A configuração citada acima, leva a categorização de “Mulata” aqui formulada, seja nas características do arquétipo de passista (corpos e cor de pele), seja na glorificação desses corpos em período de carnaval (momento “mítico” de visualizar a negra), com também no modo e vínculo midiático que essas características são produzidas. Também, pontua-se funções dessa categoria ligadas a aspectos econômicos, como já foi observado na função da imagem da “Mulata” e pelo contexto anteriormente exposto do casal sob alcance de público.

Fazer um paralelo entre a representação que o casal favorece, enquanto mulheres jovens negras não héteros, alcança identidades e grupos sociais marginalizados, ou seja, é um aspecto positivo. E essa questão para o capitalismo, é interessante, pois uma das lógicas desse sistema é buscar e ampliação de público de consumidores e aumento de produtos de venda. E nessa mesma lógica, é questionável para quem é essa representação? É para o público que consome a revista *Marie Claire*? Quem é esse público? Para esse público o casal Brumilla é visto como representatividade? Confira abaixo a Mídia Kit moda da *Marie Claire* (2015):

Figura 2: Dados do público e consumo da edição brasileira da revista Marie Claire



Fonte: Reprodução - Mídia Kit moda da Marie Claire 2015 da Editora Globo

A partir desses dados públicos disponibilizados pela editora da *Marie Claire* Brasil, pode-se traçar que o perfil e alvo de leitores da revista são mulheres brancas, com uma boa estrutura econômica e *status* social, como graduação e emprego bem remunerado. Na mesma mídia kit, é salientado que as leitoras da revista têm gosto por produtos importados e caros, e quem investem em cuidados estéticos semanais. Com isso, é perceptível que o público consumidor da revista possui poder aquisitivo, assim a revista é uma vitrine que gerar capital.

Para tal, argumenta-se que o grupo de mulheres negras, por exemplo, não integra em termos de maioria do público alvo e consumidor da *Marie Claire*. Segundo Estatísticas de gênero do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), divulgado em 2018, apontam que mulheres brancas com ensino superior completo (23,5%) é 2,3 vezes maior do que o de mulheres pretas ou pardas (10,4%). Dados do IBGE 2016 veiculados na *Agência Brasil* (2016) revela que, “Entre os mais pobres, por outro lado, três em cada quatro são pessoas negras, segundo informou hoje (2) o IBGE. Mais da metade da população brasileira (54%) é de pretos ou pardos (grupos agregados na definição de negros), sendo que a cada dez pessoas, três são mulheres negras.”

Pelos dados da revista e do IBGE, pode-se ter uma dimensão social e quadro econômico do grupo étnico/racial brasileiro que pode ter acesso a revista *Marie Claire* e os produtos veiculados nela. Nesse ponto, ver-se que a representação da imagem de Brumilla é relacional, ter sentidos diferentes, a qual não rompe com imagem estereotipada de mercado (representação que é consumida pelo público alvo da revista), do modelo de mulher negra capa de revista, a “Mulata”; “interessante para vendas”. Como também, gera sentidos simbólicos de representação em sociedade para camadas/grupos sociais que podem se identificar enquanto sujeitos que se veem como semelhantes (mulheres negras, Lésbicas, Bissexuais, Pansexuais e/ou jovens de origem periférica) do casal Brumilla presente no espaço midiático.

Ao analisar as duas capas da mesma edição, é observável que seus destinos (públicos) são distintos, assim formula-se quais os sentidos das direções da capa da Brumilla e suas ligações como algo foge da lógica das “aparências”. Na capa (A) existe uma referência maior do romântico e erótico da homoafetividade feminina. Desse modo, não seria “algo recomendável” para enviar aos assinantes de classes A e B da *Marie Claire*, tendo em vista a suposição que este grupo em geral é elitista e conservador, assim não gostaria de consumir uma capa com essa constituição imagética, e para esse público de consumidores foi elaborada a capa (B): uma mulher negra em ascensão profissional. Porém, para venda em bancas, a imagem da capa (A) é atrativa para o comércio que contemple pessoas de outras classes sociais, e a mesma exerce uma função de representatividade para grupos sociais como mulheres, negras, homoafetivas e artistas (considerando suas interseccionalidades).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em resposta ao objetivo deste artigo, conclui-se que a imagem do casal Brumilla na capa da edição brasileira da revista *Marie Claire* gerou representações e representatividade. Discursividades interseccionais, que atravessam elementos sócio identitários relacionando raça/etnia, classes e gênero. Desse modo, o grupo social de mulheres negras, como também a ligação a comunidade LGBTQIAP+ se fazem presentes no sujeito social Brumilla e na sua representação na capa da revista. E esses atravessamentos são interligados, ou seja, não tem como separá-

los, observou-se tais elementos como interdiscursividades: discursos que constroem o romântico e o feminino da imagem do casal.

Constatou-se também a utilização da imagem de Brumilla como estratégia de vendas, bem como um discurso para atrair público. Logo, é possível identificar o interesse de mercado (capital). Para tal, observa-se sentidos representacionais distintos, o primeiro com um viés de “vitrine” que (re)produz a imagem da “Mulata” como modelo comercial e atrativo. Já o outro viés da representação, direciona-se a representatividade, produz sentidos de identificação aos sujeitos semelhantes ao corpo identitário e interseccional do sujeito social Brumilla.

Dessa maneira, percebe-se que uma imagem trabalhada em uma revista pode gerar efeitos discursivos diferentes, e atender a práticas e relações sociais distintas, por exemplo, existe a preocupação/necessidade da *Marie Claire* em vender seu produto (e essa também (re)produz padrões e normas vigentes em sociedade), mas ao mesmo tempo ela também pode romper com alguns estigmas sociais através da abertura de suas páginas para discursos não hegemônicos como a homoafetividade feminina, e o protagonismo de negras estampadas em sua capa.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL (EBC). Negros são 17% dos mais ricos e três quartos da população mais pobre. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-12/ibge-negros-sao-17-dos-mais-ricos-e-tres-quartos-da-populacao-mais-pobre> Acesso: 31 de mai. de 2018.

BARROS, Ana Cláudia do Nascimento. **A inteligência chique da revista Marie Claire.** Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2002. Monografia (Curso de Bacharelado em Comunicação Social).

BARRETO, Raquel de Andrade. **Enegrecendo o feminismo ou feminizando a raça:** narrativas de libertação em Angela Davis e Lélia Gonzalez. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2005. Dissertação (Mestrado em História).

EDITORA GLOBO. Mídia Kit Moda Marie Claire 2015. Disponível em: http://editora.globo.com/midiakit/marieclaire/arquivos/MidiaKit_MarieClaire.pdf Acesso em 03 de ago. de 2020.

ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. Imprensa a serviço do progresso. In: **História da imprensa no Brasil**. MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de (Organizadoras). 2ª. ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2012. [Versão digital]

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Tradução e (Organização.) Izabel Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

GARCIA, Edson Roberto Bogas. **O estereótipo confirmado**: a presença da mulher na publicidade da Marie Claire. Revista Científica da Ajes. v. 2, n. 5, 2011. Disponível em: <https://www.revista.ajes.edu.br/index.php/rca/article/view/39> Acesso em: 08 de mar. de 2020.

GONZÁLEZ, Lélia. **Racismo e Sexismo na cultura brasileira**. Apresentado na Reunião do Grupo de Trabalho “Temas e Problemas da População Negra no Brasil”, IV Encontro Anual da Associação Brasileira de Pós-graduação e Pesquisa nas Ciências Sociais, Rio de Janeiro, 31 de outubro de 1980. In: Revista Ciências Sociais Hoje, pp. 223-244, Anpocs, 1984. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4584956/mod_resource/content/1/06%20-%20GONZALES%2C%20L%2C%A9lia%20-%20Racismo_e_Sexismo_na_Cultura_Brasileira%20%281%29.pdf Acesso em: 07 de jun. de 2019.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. ITUASSU Arthur, organização e revisão técnica. Tradução de Daniel Miranda e Willian Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 12ª e.d. 2. reimp. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Estatísticas de Gênero - Indicadores sociais das mulheres no Brasil. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/multidominio/genero/20163-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html?=&t=o-que-e> Acesso: 31 de mai. de 2018.

LORDE, Audre. **Textos escolhidos de Audre Lorde**. Herética Edições Lesbofeministas independentes, 2009. Disponível em: https://www.mpba.mp.br/sites/default/files/biblioteca/direitos-humanos/direitos-da-populacao-lgbt/obras_digitalizadas/audre_lorde_-_textos_escolhidos_portu.pdf Acesso em: 08 de mar. de 2020.

RAMALHO, Viviane; RESENDE, Viviane. **Análise de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa.** Campinas, SP: Pontes: 2011.

RIBEIRO, Djamila. **Feminismo negro para um novo marco civilizatório.** Revista internacional de direitos humanos, v. 13, n. 24, p. 99-104, 2016. Disponível em: <https://sur.conectas.org/feminismo-negro-para-um-novo-marco-civilizatorio/> Acesso em: 08 de mar. de 2020.

TRINDADE, Ana Carolina dos Reis de Moraes. **A moda da estação: a construção discursiva acerca de tendências de moda nas edições brasileiras das revistas Vogue e ELLE.** Universidade Federal do Piauí. Teresina, 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação).





ALÉM DA IMAGEM: SENTIDOS E EFEITOS ICÔNICOS¹

Francisco Laerte Juvêncio Magalhães²
Amanda de Cássia Campos Reis Bezerra Filgueira³

INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, a sociedade é fortemente influenciada pelas novas mídias alicerçadas por uma cultura imagética. A construção da imagem intangível (produto da imaginação) é uma consequência de como a imagem tangível é capturada pelo olhar do sujeito que, por sua vez, é influenciado por questões de sua formação sociocultural.

O presente artigo objetiva analisar os aspectos discursivos que constituem a produção de sentidos da imagem foto/videográfica. Este estudo perpassa pelo modo de produção e consumo da imagem tangível, considerando os discursos imagéticos circulantes.

Ao que tange a metodologia aplicada, o presente trabalho caracteriza-se por um estudo exploratório, com abordagem qualitativa. Quanto ao procedimento técnico, é a pesquisa bibliográfica, tendo como base os estudos já organizados e sistematizados, apresentados por meio de livros e artigos científico de autores tais como Charaudeau (2013) que apresenta a imagem como provas discursivas nos discursos das mídias, Magalhães (2003) sobre as discursividades da imagem, Aumont (1993) na sua abordagem sobre imagem e a complexidade da percepção visual entre outros estudiosos relevantes para a temática

Para melhor sistematização e organização do trabalho, optou-se por estruturá-lo com dois entretítulos intitulados: A Imagem Tangível: produto discursivo gerador de efeitos de sentido e A Imagem como Texto Verbo-Icônico, que discorre sobre as nuances do produto

1 - Trabalho apresentado no GT 01 Imagem e Produção de Sentidos do III Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Francisco Laerte Juvêncio Magalhães, Professor Dr. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí - UFPI, Brasil, flaerte@msn.com

3 - Amanda de Cássia Campos Reis Bezerra Filgueira, Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí - UFPI, Brasil, amandamestradoufpi@gmail.com

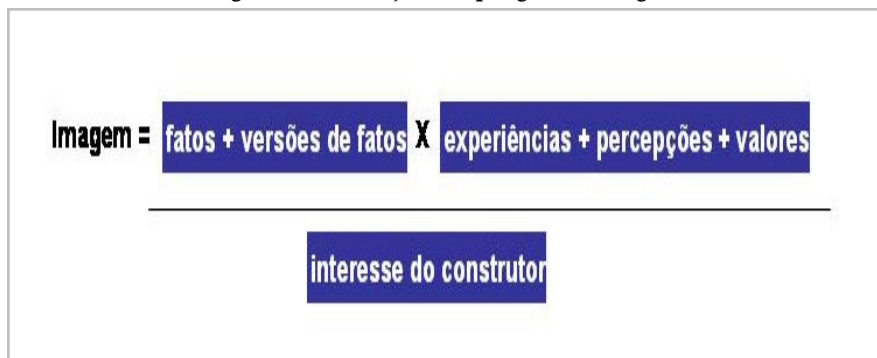
imagético permeado de discursividade, com a produção de efeitos de sentido, por meio dos ditos e não ditos.

A IMAGEM TANGÍVEL: PRODUTO DISCURSIVO GERADOR DE EFEITOS DE SENTIDO

A imagem pode ser percebida como magia, imaginação, memória, discurso etc. Este trabalho focará na sua condição discursiva, contudo. A imagem é, academicamente, também definida como aquilo que se passa na mente das pessoas, no imaginário, ou seja, a percepção de uma determinada realidade obtida por uma visão intangível, abstrata e subjetiva (KUNSCH, 2003).

Neste contexto, Halliday (2001, p. 58-59) afirma que a imaginação é considerada a “faculdade de construir uma visão de um objeto, pessoa ou situação – conhecidos ou não conhecidos”. A imagem é o produto da imaginação constituída por pessoas que interpretam o mundo embasadas por filtros sensoriais e experiências anteriores. Filgueira e Lopes (2009) esquematizou as informações no gráfico abaixo.

Figura 1: Ilustração do que gera a imagem



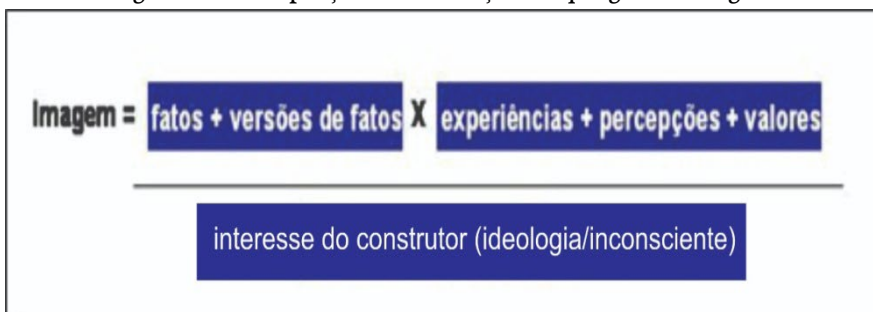
Fonte: Filgueira e Lopes (2009) com base nas informações de Halliday (2001, p. 60)

Há de convir que a construção da imagem intangível (produto da imaginação) é uma consequência de como a imagem tangível é capturada pelo olhar do sujeito que, por sua vez, é influenciado por questões relativas à sua formação sócio cultural. Para Orlandi (2015, p.60), o sujeito discursivo é afetado pelo real da história e da língua, sem ter controle desta afetação, funcionando pelo inconsciente e o

ideológico. A referida autora afirma que “os sentidos e os sujeitos se constituem em processos em que há transferências, jogos simbólicos dos quais não temos controle e nos quais o equívoco – o trabalho da ideologia e do inconsciente – estão largamente presentes”. A autora enfatiza que não se aprende apenas à ideologia e que o saber não controla o inconsciente.

Considerando os aspectos ideológicos e inconscientes na produção de imagens, pode-se adaptar à fórmula - apresentada anteriormente - acrescentando o inconsciente e a ideologia.

Figura 2: Readaptação da ilustração do que gera a imagem



Fonte: Adaptação com base nas informações de Halliday (2001) e Orlandi (2015)

O aspecto ideológico atravessa a construção da imagem intangível e perpassa pelo modo de produção e consumo da imagem tangível. Aumont (1993, p. 197) enfatiza que a técnica de produção de uma imagem repercute na apropriação dela pelo espectador e complementa que a imagem é para ser vista por um “espectador historicamente definido”, sendo produzida de maneira “deliberada, calculada, para certos efeitos sociais”, pois a imagem é “fonte de processos, de afetos, de significações”.

O recorte da presente pesquisa é esta imagem tangível, como produto discursivo, que gera efeitos de sentidos por meio de elementos perceptíveis aos olhos, bem como pelo o que não é visto. Aumont (1993, p. 59), na parte introdutória do seu livro sobre imagem, aborda a complexidade da percepção visual e de que a visão não se separa dos aspectos psíquicos, sendo considerado o sujeito que olha (espectador), ponderando a sua inteligência, a memória, o desejo e a cognição. Considerar o sujeito que olha é sobrepesar também o além do que o olho visualiza, pois o “olhar é o que define a intencionalidade e a finalidade da visão. É a dimensão propriamente humana da visão”.

Magalhães (2003, p. 83) pondera que “a imagem pode ser, ao mesmo tempo, a âncora forte que nos prende ao real e o elemento que constrói a nossa imaginação”. Neste diapasão, Costa (2018, p. 360-361) apresenta o visível como sendo aquilo que se vê e o visual, o além daquilo que se vê. A autora situa o visível como evidente o que está na ordem da pretensa transparência; já o visual encontra-se na ordem do processual que, por sua vez, “deixa vestígios da memória discursiva no visível”.

Deve-se considerar, ao analisar um discurso imagético, de que a imagem está relacionada com o que nela também não está. O mundo é regido pelo regime da “visibilidade” e da “visualização”, o que afeta o sujeito e o espaço. “A produção de imagens pressupõe um jogo entre aquilo que ela dá a ver com aquilo que ela torna (in)visível [...] a imagem, em seu funcionamento, em sua discursividade engendra sentidos sobre ser e estar em um espaço social delimitado entre o (in) visível e o visual” (COSTA, 2018, p. 360-361).

Sobre o visível pelo meio de comunicação, o linguista Charaudeau (2013, p. 269) aborda na sua obra *Discurso das Mídias* que é posta em cena uma realidade através de um maquinário de informação com a tentativa de tocar, instalando o paradoxo de que “o visível do mundo é apenas um invisível, intocável, construído em visível pelo efeito conjunto da espetacularização e da projeção de nossa memória sobre o espetáculo”.

O visível e o visual da imagem são passíveis de interpretação. Medeiros (2010, p. 61) assevera que “é justo que nesse jogo deve ser constituída a interpretação entre os elementos que habitam a superfície da imagem e os que a permeiam, esquecidos, na densidade da história”. Para autora, é desta correlação de elementos visíveis na imagem e aqueles que estão espalhados que se instaura o sentido. No que tange aos tais elementos espalhados, a estudiosa pontua que são “dissipados nos conflitos históricos, e que não se encontram explicitados na imagem, mas que se deixam entrever como um inquietante retorno de elementos que possibilitam a existência de outros sentidos, retomados, atualizados em movimentos parafrásticos” (MEDEIROS, 2010, p. 67).

O não verbal é permeado de significações que re(produzem) sentidos. Costa (2018, p. 354) pontua que a instauração de sentidos pela imagem surge do ato de interpretar, que por sua vez trabalha a memória e possibilita reconhecer que não está evidente. A opacidade

do discurso imagético é encarada pela análise de discurso, ponderando “na dessuperficialização do *corpus* de acordo com a natureza da imagem. Explica sua historicidade. Suspende a leitura administrada da imagem. Faz do movimento contínuo de ver e ler um poderoso exercício de reflexão”.

Segundo Charaudeau (2013, p. 19), a imagem tida como o reflexo do mundo, como ele é, tem “a sua própria opacidade”, que é descoberta “de forma patente quando produz efeitos perversos”. A linguagem visual tem sua opacidade “através da qual se constrói uma visão, um sentido particular do mundo”, haja vista “a linguagem não é transparente ao mundo”.

O referido autor, ao estudar a imagem, apresenta três efeitos suscetíveis de serem produzidos: o de realidade, o de ficção e o de verdade. O efeito de realidade é produzido “quando se presume que ela reporta diretamente o que surge no mundo”, o de ficção “quando tende a representar de maneira analógica um acontecimento que já passou (reconstituição)”; já o efeito de verdade “quando torna visível o que não o era a olho nu”, a exemplo dos mapas, gráficos, sendo inclusas as macro e micro tomadas de imagem em *close-up*, no caso das narrativas cinematográficas (atenção focalizada).

A imagem constitui os discursos sociais e pode ser considerada um objeto simbólico nos processos de significações, no decorrer da evolução da humanidade, produzindo diferentes processos discursivos. O homem pré-histórico usava pinturas rupestres como linguagem específica daquela época. Os conhecimentos puderam ser socializados por meio de desenhos registrados nos atuais sítios arqueológicos já demarcados e em outros, certamente, ainda por se conhecer, mas, também, já por registros não tão distantes, pela habilidade de pessoas de arte e ciência, que esboçaram seus estudos em seus ateliers.

Na área de anatomia (Da Vinci), astronomia (Galileu Galilei), seleção natural e evolução humana (Darwin); os pensadores contaram com o auxílio das imagens para que suas teorias fossem melhor compreendidas. A imagem se tornou conhecida por tecnologias mais modernas, e estendem-se seus registros nos mais variados tipos de registros fotográficos individuais ou em famílias, sendo as imagens também utilizadas como narrativas utilizadas pelos meios de comunicação. No contexto atual, na ânsia do mostrar-se, a

visibilidade da imagem passou a ser uma maneira de existir (COSTA, 2018, p. 351-352).

A IMAGEM COMO TEXTO VERBO-ICÔNICO

A imagem pode ser analisada em variadas perspectivas, a exemplo da Análise de Discurso, principal interesse para o presente estudo. A Análise de Discurso Crítica tem caráter transdisciplinar possibilitando a análise textos (falados ou escritos) e imagem, bem como os textos eletrônicos utilizados com o advento da internet. Embasada em conhecimentos faircloughianos, Magalhães (2017, p. 23) explica que “[...] qualquer instância concreta de linguagem em uso é ‘texto’ – mas mesmo isso é muito limitado, porque textos como programas de televisão envolvem não apenas a linguagem, mas também imagens visuais e efeitos sonoros”.

Lustosa (2016, p. 98), em seu texto sobre a aproximação teórica da Análise do Discurso Crítica e a análise da imagem em movimento, coloca como incipiente a leitura crítica de textos visuais. Ela crer que seja pela auto-evidência da fácil “tradução” do texto imagético, com a aparência da não necessidade de letramento formal. Com a inovação tecnológica, facilitou o desenvolvimento da linguagem visual na reconfiguração da noção do tempo e do espaço.

Para a Análise de Discurso Crítica, a imagem é considerada texto, podendo ser interpretada mesmo não se apoderando da verbalidade. Mendes (2013) define a imagem como texto verbo-icônico. No mesmo mote, Medeiros (2010, p. 58) pontua que para análise discursiva, a imagem é vista como texto e lugar de movimento de sentidos.

Os textos podem ter interpretações diversas, considerando o contexto no qual o interprete está inserido, “o que significa que os sentidos sociais do discurso (bem como ideologias) não podem ser simplesmente extraídos do texto sem considerar padrões e variações na distribuição, no consumo e na interpretação social do texto” (FAIRCLOUGH, 2016, p. 52), ou seja, “os sentidos são produzidos por meio de interpretações dos textos e os textos estão abertos a diversas interpretações, que podem diferir em sua importância ideológica [...]” (FAIRCLOUGH, 2016, p. 123-124). Há uma passagem da discussão da imagem opaca a imagem textualizada, do icônico ao simbólico.

Quando se diz dentro da visão do senso comum que a linguagem (não-verbal) possui condição discursiva, pode-se provocar - nela - uma universalidade. Para se entender a imagem não se faz necessário o conhecimento do idioma, assim como no texto (verbal), sendo que lugares e momentos são facilmente interpretados por pessoas não letradas. Todavia, esta afirmativa não é tida como verdade absoluta, uma vez que a pessoa não letrada só compreenderá os discursos de uma imagem, quando os mesmos fizerem parte do seu universo de referência.

Magalhães (2003, p. 83) discorda dessa possibilidade completamente. O autor diz que essa aceção não é sempre verdadeira e pode ser considerado uma crença achar que “a imagem é lida por qualquer pessoa, em qualquer parte do mundo”, isto porque “a sua capacidade descritiva carece, de conhecimentos prévios para que se possa perceber como referência”, pois a imagem carece de predicadores para significar e, estes, são ancorados nos sentidos construídos linguisticamente por experiências culturais histórica e socialmente situados.

As tecnologias são novas, mas o procedimento é antigo: a vida imita a arte e a arte imita a vida. Essa fluidez cria desafios para se analisar as imagens, pois não há uma “constante” a ser determinada. A imagem goza de certa liberdade. Embora possamos por vezes encontrar padrões, eles são aleatórios se comparados a uma gramática mais “fixa” da língua. Além disso, qualquer pessoa de qualquer lugar do mundo pode ter uma interpretação de uma imagem, mas sempre teremos o fator cultural como força motriz dessa leitura, criando uma diversidade de efeitos possíveis de sentido, muitas vezes imprevisíveis. Essa nova realidade nos confronta com uma premência de reflexão e de desenvolvimento - a exemplo das metodologias desenvolvidas para se alfabetizar pela língua - de novos métodos para aprimorar a leitura e a compreensão de imagens icônicas (MENDES, 2013, p. 14).

Na abordagem de Aumont (1993, p. 250), “se a imagem contém sentido, este tem de ser ‘lido’ por seu destinatário, por seu espectador [...] as imagens, visíveis do modo aparentemente imediato e inato, nem por isso são compreendidas com facilidade, sobretudo se foram produzidas em um contexto afastado do nosso”.

As imagens têm a faculdade de nos comover, nos indignar, nos fazer rir, nos persuadir, nos distrair, nos fazer fantasiar; podem ser produtos de alucinações, estabelecer o cenário de nossos sonhos, povoar nosso inconsciente, enfim, são parte integrante de nossa paisagem cotidiana – seja ela urbana ou rural, seja ela consciente ou inconsciente. Não escapamos das imagens, pois mesmo aqueles com problemas de visão - ou até mesmo acometidos pela cegueira - possuem tipos específicos de percepções de dados imagéticos (MENDES, 2013, p. 13)

A imagem é permeada de discursividade. “O discurso é uma dispersão de textos e o texto é uma dispersão do sujeito. O sujeito se subjetiva de maneiras diferentes ao longo de um texto” (ORLANDI, 2015, p. 70). A autora afirma que “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido” (ORLANDI, 2009, p. 17). Para Lustosa (2016, p. 101), “todo e qualquer discurso subjaz uma ideologia, na acepção mais ampla do termo. A neutralidade é apenas um mito; o discurso que se pretende “neutro”, ingênuo, contém também uma ideologia – a da sua própria objetividade”.

Seguindo esta linha de pensamento, Medeiros (2010, p. 59) pontua que “os textos são constitutivos das redes discursivas de formulação, ou seja, imagem é texto, e não só mobiliza a memória do dizer como também a integra. Como qualquer outra matéria significante, é uma das possíveis materialidades do ideológico”.

[...] inexistente imagem neutra ou pura. Antes de qualquer coisa, a imagem é um produto cultural portanto social. Deste modo, constitui-se sempre de um querer dizer algo para alguém. Mesmo a imagem que se pretende isenta de linguagem, como é o caso da arte, é prenhe de sentido: a visualidade e a sensibilidade se entremesclam no pântano milenar da palavra impronunciável. (MAGALHÃES, 2003, p. 60)

Partindo do arrazoado acima, as linguagens não verbais são também um lugar de inscrição de sentidos. Deste modo, a imagem, ou melhor, a sua condição discursiva é objeto de estudo da Análise do Discurso com o fito de “compreender de que modo a imagem, enquanto objeto simbólico, produz efeitos de sentido remetida à língua, à história, à ideologia”, enfatizando a sua “dimensão simbólica, material, ideológica, histórica política e social”. A análise discursiva

considera “a linguagem na relação com a exterioridade em sua incompletude e não - transparência” (COSTA, 2018, p. 352).

Sobre os mecanismos de produção de sentidos e as propriedades discursivas da imagem, Magalhães (2003, p. 87) apresenta três afirmações que precisam ser consideradas. A primeira, que “a imagem em si, na sua materialidade icônica, não mantém a clareza informativa em que se acredita”; a segunda, que “a imagem, com produto técnico, portanto, cultural, participa de uma rede de produção social do sentido e por isso, revela, potencialmente, alguma significação, mas descritiva e restrita aos limites culturais do contexto”; e a terceira, que “a imagem, para ser enquadrada como matéria discursiva, orientada para a produção de um sentido determinado, carece do apoio de recursos discursivos e reconhecidos socialmente”. Ao pontuar as características da imagem Alves (2013, p. 81) também elenca em três pontos a serem vistos abaixo:

- 1) A imagem possui uma dimensão linguística/discursiva, uma vez que desencadeia processos de expressão e de interpretação, logo, comunicacionais. O que justificaria a necessidade de compreensão da imagem enquanto elemento pertencente a um ato de linguagem, a uma operação co-enunciativa;
- 2) Por ser esse objeto de troca comunicativa, a imagem deve ser estudada a partir de uma série de categorias, tais como o contexto, o histórico, a subjetividade de seu conteúdo e das partes envolvidas na troca, a materialidade e o dispositivo de comunicação que a abriga, o gênero discursivo;
- 3) A imagem é impregnada de um caráter argumentativo que passa pela ordem da verossimilhança, assim como da racionalidade e da afetividade, e tais categorias estão interligadas na construção do elemento persuasivo do discurso icônico.

Entre as categorias apontadas acima, a verossimilhança faz parte das provas discursivas, ou seja, provas da verdade apontadas por Charaudeau (2013), além da autenticidade e explicação. Na autenticidade, utiliza-se o procedimento da designação com apresentação de documentos e objetos como provas concretas. Na verossimilhança, o procedimento usado é o da reconstituição, como uma forma de apresentar um evento tal como ocorreu, assim como se faz nas reportagens, testemunhos. Já na explicação, o procedimento

é o da elucidação, apoiando em palavras de especialistas alicerçados por provas científicas e técnicas, assim como que por meio de uma verdade construída a partir de debates diversos etc.

O autor explana que as provas discursivas correspondem à veracidade de uma informação, ressaltando que faz parte da ordem do imaginário e que “essas provas devem ser objetivas, independentes da subjetividade do sujeito falante, exteriores a ele e reconhecidas por outros [...], devendo tender a provar a autenticidade ou a verossimilhança dos fatos, e o valor das explicações dadas”.

Quadro 1: Provas discursivas

PROVAS DISCURSIVAS	
AUTENTICIDADE	Caracteriza-se pela possibilidade de atestar a própria existência dos seres do mundo, sem artifício, sem filtro entre o que seria o mundo empírico e a percepção do homem. Essa validação constrói um real de “transparência”, de ordem ontológica, de prova concreta, como se a verdade dos seres consistisse simplesmente em “estar aí. Os meios discursivos utilizados para entrar nesse imaginário incluem o procedimento de designação, que diz: “O que é verdadeiro eu mostro a vocês.
VEROSSIMILHANÇA	Caracteriza-se pela possibilidade de se reconstituir analogicamente, quando o mundo não está presente e os acontecimentos já ocorreram, a existência possível do que foi ou será. Essa validação constrói um real de suposição, de ordem alética, sendo a verdade alguma coisa da ordem do possível. Os meios discursivos utilizados para entrar nesse imaginário remetem ao procedimento de reconstituição, que diz: “eis como isso deve ter acontecido”
EXPLICAÇÃO	Caracteriza-se pela possibilidade de se determinar o porquê dos fatos, o que os motivou, as intenções e a finalidade daqueles que foram os protagonistas. O ideal de uma boa explicação consiste em poder remontar à origem dos fatos; a verdade de ordem epistêmica se confunde aqui com o conhecimento original. Os meios discursivos utilizados para entrar nesse imaginário remetem ao procedimento de elucidação, que diz: “eis porque as coisas são assim”.

Fonte: Informações obtidas em Charaudeau (2013, p. 55-56)

A imagem é uma prova discursiva e funciona como uma prova concreta de autenticidade, mas pode também ser utilizada para reconstituição e elucidação de acontecimentos. Charaudeau (2013, p. 55) destaca a “função predominante da imagem quando esta tem a pretensão de mostrar diretamente ou não o mundo como ele é”. O autor pontua que “a imagem é, ao mesmo tempo, um testemunho da

realidade em difração e um espelho de nós mesmos. Seria melhor dizer: um testemunho em difração porque espelho de nós mesmos” (CHARAUDEAU, 2013, p. 256).

Nessa linha de raciocínio, Magalhães (2003, p. 79) ao abordar a estratégia comunicacional do testemunho, fala da imagem como elemento de composição discursiva. “Num primeiro momento, coage do discurso à vontade de verdade. Noutra, figura como cúmplice, representando o dito, na condição de um redizer incontestável: o que eu digo, eu mostro. Mais do que isso, digo mostrando. Demonstrando”. O autor assevera, ainda, que caráter ilustrativo do icônico “é traspassado pelo indicial, com seu poder de verdade”.

Aprofundando o processo reflexivo, o estudioso enfatiza poder imagético de uma produção, seja fixa ou animada, apresentando os efeitos da transparência e da evocação. No que tange à transparência, “a imagem nos traria a realidade tal como ela existe, em sua autenticidade”; já o poder da evocação, a imagem “desperta, em nossa memória pessoal e coletiva, lembranças de experiências passadas sob a forma de outras imagens”. Há uma relação entre os dois efeitos, haja vista que se interpreta e se sente uma imagem “através da maneira pela qual ela nos é mostrada e através de nossa própria história, individual ou coletiva” (CHARAUDEAU, 2013, p. 255).

O poder de evocação presente na imagem é variável e vai depender de cada um. Evocar outras imagens para dar sentido à determinada imagem faz surgir a definição dada por Charaudeau (2013, p. 246) como “imagem-sintoma”, que é interpretada por analogia formal ou intermédio do discurso verbal, através de imagens e relatos já obtidos. O valor dado a uma imagem é produto de uma “construção que depende de um jogo de intertextualidade, jogo que lhe confere uma significação plural, jamais unívoca”, sendo enviesado na imagem-sintoma o valor referencial, como valor substituição de uma realidade empírica.

Uma imagem-sintoma é também uma imagem dotada de uma forte carga semântica. Todas as imagens têm sentido, mas nem todas têm necessariamente um efeito sintoma. E preciso que elas sejam preenchidas com o que mais toca os indivíduos: os dramas, as alegrias, os sofrimentos ou a simples nostalgia de um passado perdido. A imagem deve remeter a imaginários profundos da vida. Deve ser igualmente uma imagem simples, reduzida a alguns traços dominantes, como sabem fazê-lo os

caricaturistas, pois a complexidade confunde a memória e impede a apreensão de seu efeito simbólico. Enfim, a imagem deve ter uma aparição recorrente, tanto na história quanto no presente, para que possa fixar-se nas memórias e tornar-se um instantâneo (CHARAUDEAU, 2013, p. 246).

O linguista francês pontua ainda implicação de como o acontecimento interfere na forma que se contempla uma imagem, podendo o mesmo fato não ter os mesmos efeitos e os mesmos sentidos. Charaudeau (2013, p. 38) considera a polidiscursividade que remete ao enunciado ter vários valores, seja ele o referencial que “descreve um estado do mundo”, o enunciativo que “diz coisas sobre a identidade e as intenções dos interlocutores”, e o de crença, asseverando que há polissemia (vários sentidos) e a sinonímia (sentidos próximos).

Pensamento que se associa ao apresentado por Aumont (1993, p. 250) ao explicar que na relação com a imagem mobilizam-se códigos resultantes da percepção (quase universais), da analogia do contexto social: “o domínio desses diferentes níveis de códigos será desigual segundo os sujeitos e sua situação histórica, e as interpretações resultantes serão proporcionalmente diferentes”.

Magalhães (2003, p. 82) enfoca que, além da atração e do fascínio exercidos pela imagem, há a capacidade de “retratar dados da realidade, preservando traços de pessoas e lugares no tempo, além das diversificadas possibilidades de utilização e do incrível desenvolvimento da tecnologia de produção imagística”. Este contexto remete-se também ao dizer de Costa (2018, p. 357), quando é pontuado que “tratar da imagem situando nela, ou atribuindo a ela um referente no mundo, é uma prática discursiva, de significação, pois ela só tem sentido se remetida às condições nas quais é produzida”. Devem-se maturar as formas das leituras de uma imagem, questionando “as práticas de legibilidade de um acontecimento que é dado a ver”.

Costa (2018, p. 357), traz a reflexão de que a imagem é discurso e assim sendo é uma forma de linguagem propícia a equívocos. Considerando que faz parte do funcionamento da memória discursiva não transparente, sendo “forjada no interior das relações de força e poder, produz esquecimento, metáfora”. Trazendo para o contexto da mídia, Magalhães (2003, p. 57) apresenta a figura do arqui-enunciador que dissimula “os enunciadores que emprestam suas vozes ao discurso unificado ou, dizendo melhor, o qual se apropria de suas vozes para parecer um falante uno”. O grande número de imagens

faz com que seu consumo seja “naturalizado”. A facilidade no acesso leva ao esquecimento de que as imagens “são produtos de múltiplas manipulações, complexas e, às vezes, muito elaboradas”, e neste dilúvio imagético a análise adentra para relativizá-la (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 1994, p. 52).

Aumont (1993, p. 250), apoiado teoricamente em Munier, apresenta a imagem como perigosa e que é preciso transcendê-las. Já com aporte teórico, Worth e Gross apud Aumont (1993, p. 250) alerta que “superestima sobretudo a identificação da imagem com o mundo real esquecendo que as ‘estratégias simbólicas’ [...] utilizadas para com uma e outro não são absolutamente as mesmas”. Analisando o decurso dos anos, o autor define como a “civilização das imagens”, reforçando o quanto as imagens são numerosas, intercambiáveis diversificadas, sejam elas fílmicas, fotográficas e etc., sendo “as imagens, artefatos cada vez mais abundantes e importantes na nossa sociedade [...] a percepção visual é, de todos os modos de relação entre o homem e o mundo que o cerca, um dos mais conhecidos” (AUMONT, 1993, p. 14-16).

Com o advento das novas tecnologias, aumentou-se a proliferação de imagens, ou seja, materiais simbólicos passaram a ser socializados como mais efervescência, especialmente com os novos meios de comunicação. Ao falar sobre os registros icônicos na modernidade Mendes (2013, p. 13-14) menciona que o contexto de início de século criou “um volume incalculável de dados verbo-imagéticos”. Para a estudiosa, as pessoas são, na atual conjuntura, cercadas de iconicidade manifestadas naturalmente ou produzidas pela técnica humana.

No cotidiano, a imagem passa a fazer parte da vida: “tudo é fotografado, filmado e exposto em redes sociais - as mais diversas - gerando até mesmo novas releituras de gêneros antigos, como a atual prática do *selfie*, que reedita e coloca em voga o autorretrato (MENDES, 2013, p. 14). O ícone, juntamente com índice e símbolos são considerados signos semióticos na visão do estudioso Peirce e trabalhado por Umberto Eco, cabe aqui entender que o ícone é um signo visual, ou seja, uma imagem com representação de algo com as mesmas características.

Ao conjecturar sobre a mídia e a modernidade, Thompson (1998, p.182) já falava sobre a natureza do eu (self) e as experiências mediadas em suas vidas diárias e ressalta que “não é incomum encontrar indivíduos perdidos na tempestade de informações, incapazes de

ver alguma saída e paralisados pela profusão de imagens e opiniões mediadas”. Esse autor apresenta as indagações de “como é viver num mundo cada vez mais permeado de formas mediadas de informação e comunicação?” e o “que acontece com o self no mundo onde a experiência mediada desempenha um papel crescente substancial nas vidas diárias dos indivíduos? O próprio Thompson (1998, p. 201), com base nos trabalhos de teoria social e cultural, apresenta a resposta da seguinte forma:

[...] a profusão de mensagens e imagens mediadas dissolveu efetivamente o self como uma entidade coerente. O self foi absorvido por uma desarticulada exibição de símbolos mediados. À proposta que o indivíduo se torna mais e mais aberto às mensagens mediadas, o self se torna mais e mais disperso descentrado, perdendo qualquer unidade ou coerência que posso ter. Como as imagens refletidas num espelho o self se torna jogo sem fim de símbolos que mudam a cada momento. Nada é estável, nada é fixo, e não há entidade separada da qual estas imagens são o reflexo: na idade de saturação da mídia, as múltiplas e mutáveis imagens são self.

Magalhães (2003, p. 143), em suas considerações, aborda a imagem como “uma espécie de permanência que transcende o espaço de mera visibilidade, ligando aspectos de adoração e desafio” e de que o homem, nesta “era moderna potencializada de sentidos e sematizada pelas formas das paisagens naturais, dos objetos culturais e trejeitos humanos”, utiliza os registros imagéticos no que ela oferta e fascina. Thompson (1998, p. 182) esclarece que há uma seletividade no recebimento destas informações, ocorrendo uma filtragem onde são ignorados alguns aspectos, dando atenção a outros, a depender do interesse na busca de “dar sentido a fenômenos que desafiam sua compreensão, e que se esforçam para relacioná-los aos contextos e condições de suas próprias vidas”.

No que tange ao sentido da imagem, há um estudo desenvolvido na Alemanha conhecido como iconologia, ligado mais à imagem artística, mas que pode ser associado à interpretação de outros tipos de imagens, que também geram níveis diferentes de sentido, tendo a representação icônica de um gesto várias significações, sejam elas, primária ou natural, secundária ou convencional e intrínseca ou essencial. As três formas de significações são esclarecidas por Aumont (1993, p. 251) dando como exemplo um gesto do cotidiano de levantar

o chapéu ao cruzar com alguém, pois “todo fenômeno social comporta vários níveis de sentido”.

Quadro 2: Níveis de significações

NÍVEIS DE SIGNIFICAÇÕES	
Cena – Alguém levanta o chapéu ao passar por outra	
PRIMÁRIA OU NATURAL	Significação puramente fatural: compreender que um ser humano levantou um elemento do vestuário chamado chapéu; Significação expressiva: constatar que o gesto é mais ou menos amplo, mais ou menos violento.
SECUNDÁRIA OU CONVENCIONAL	Consiste em atribuir a esse gesto um valor de virtude de uma referência cultural (levantar o chapéu só tem sentido de saudação cortês em determinada sociedade: aliás, convenção que está prestes a desaparecer, já que hoje em dia o chapéu tende a ficar “pregado” na cabeça.
INTRÍNSECA OU ESSENCIAL	É a desse gesto se estiver relacionado com o indivíduo que o efetuou, e do qual permitirá interferir o temperamento, a cortesia etc.

Fonte: Adaptação das informações apresentadas por Aumont (1993, p. 251)

Na conjuntura atual, esta forma diferenciada de compreender as imagens oferecidas no cotidiano é consequência também da forma distinta que as pessoas têm acesso à tecnologia. Mendes (2013, p. 14-15) assevera que “essa nova experiência do mundo atinge várias faixas etárias e cria outros sentidos, formas de ver, estéticas diferenciadas, gerando um hiato entre a compreensão de mundo daqueles que partilham e daqueles que não partilham o conhecimento da tecnologia”. A autora prossegue seu raciocínio pontuando a necessidade de ter uma educação para imagem, mesmo ciente dos obstáculos para seu estudo, é forçoso saber ler e ensinar as pessoas a discernir, tornando-as capazes ao exercício do livre arbítrio.

Na contemporaneidade, o sujeito comunicante / sujeito enunciante é fortemente influenciado pelas novas mídias alicerçadas por uma cultura imagética e utiliza as imagens no ato comunicacional dirigido ao sujeito destinatário / sujeito interpretante enquadrando-se nos modos de ser pautados pela própria mídia. A esse respeito, Miranda (2019, p. 61) fala da importância da mídia em “estabelecer uma cultura do espetáculo que se vale de uma lógica emotiva capaz de produzir nos sujeitos um desejo de saber e uma necessidade

de identificação aos modelos que são oferecidos pelo mercado de imagens.

Miranda (2019, p. 65) ainda afirma que “as imagens seduzem, as imagens captam, as imagens fascinam” e que nesse mercado são oferecidas imagens diversas que convivem no mesmo espaço temporal e prometem “bem-estar, fama, poder fortuna e felicidade, ao lado de imagens de horror, violência e agressividade” e arremata seu pensamento afirmando que, “na contemporaneidade, imagem é tudo”.

CONSIDERAÇÕES

Diante do exposto, verifica-se que a imagem é repleta de discursividade, refletindo os aspectos ideológicos e inconscientes dos sujeitos que a produz e podendo ter diversos sentidos, levando em consideração o contexto do intérprete. Nota-se que o sentido não é obtido por uma simples decodificação, como se houvesse uma interpretação do texto da mesma forma que o enunciador constrói. Afasta-se a neutralidade, ao tempo que se tem presente nos discursos, posições ideológicas. O sentido é contextualmente construído e os analistas de discurso entendem que há um efeito de sentido, que não se reduz apenas ao entendimento do que é dito. A interpretação na análise do discurso é ampliada para os elementos extralinguísticos, não se restringindo aos elementos linguísticos.

No decorrer do estudo observa-se que a imagem tornou o cerne de uma sociedade da visibilidade, na qual o ver e ser visto passou a ser um grande anseio dos indivíduos guiados pelos novos aparatos tecnológicos. Considerando a capacidade de armazenamento de dados na era digital, um produto imagético disponibilizado na rede passa a ter certa perenidade - mesmo que por qualquer motivo seja retirado - não sendo garantia de que não haverá mais visualizações e produções de efeitos de sentido, pois uma vez na rede, não há como mensurar o controle total do alcance da imagem, principalmente, dos prints e das cópias compartilhadas indefinidamente.

Extrai-se deste estudo que com o advento das novas tecnologias aumentou-se a proliferação de imagens especialmente com os novos meios de comunicação, ou seja, materiais simbólicos passaram a ser

socializados como mais efervescência sendo as imagens tangíveis utilizadas como provas discursivas que produzem efeito de sentido.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. Trad. Estela dos Santos Abreu e Cláudio. C. Santoro. Campinas- São Paulo: Papyrus, 1993.

ALVES, Carolina Assunção e. **Retórica da imagem em movimento: uma abordagem possível?** In: MENDES, Emília (Coord.); MACHADO, Ida Lucia; LIMA, Helcira; LYSARDO-DIAS, Dylia (Orgs). *Imagem e Discurso*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2013. p. 73-88.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

COSTA, Greciely Cristina da. **A imagem e suas discursividades**. In: LOPES, Maraisa; BATISTA JÚNIOR, José Ribamar; MOURA, João Benvindo de (orgs). *Linguagem, discurso e produção de sentidos*. São Paulo: Pá de Palavra, 2018. p. 351 – 362.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Universidade de Brasília, 2016.

FILGUEIRA, Amanda de Cássia Campos Reis Bezerra; LOPES, Kledja Maria Marabuco de Sousa. Reflexos da Gestão do Conhecimento na construção da auto-imagem organizacional. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Teresina – 14 a 16 de maio de 2009

HALLIDAY, Teresa. **A construção da imagem empresarial: quem fala que ouve**. In: DINES, Alberto (Org.). *Espaços na mídia: história, cultura e esporte*. Brasília: Banco do Brasil, 2001. p. 58-67.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 4. ed. rev. atual. e amp. São Paulo: Summes, 2003.

LUSTOSA, Solange de Carvalho. **Análise de Discurso Crítica e a análise da imagem em movimento: uma aproximação teórica**. *Revista Interfaces*. Vol. 07, n. 01, 2016, p. 97-107.

MAGALHÃES, Francisco Laerte Juvêncio. **Veja, Isto é, Leia: a imagem nos discursos de capa das revistas**. Teresina: EDUFPI, 2003.

MAGALHÃES, Izabel. Um método de análise textual para o estudo da prática social. In: MAGALHÃES, Laerte (Org.). *Análise de Discurso*

Crítica e Comunicação: percursos teórico e pragmático de discurso, mídia e política. Teresina: EDUFPI, 2017. p. 15-50.

MEDEIROS, Caciene Souza de. **Sociedade da Imagem: A (Re) Produção de sentidos da mídia do espetáculo.** Tese (Doutorado em Letras - Estudos Linguísticos). Rio Grande do Sul: Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria. 2010.

MENDES, Emília. **Imagem e discurso: os desafios de se pensar o icônico na atualidade (Prefácio)** In: MENDES, Emília (Coord.); MACHADO Ida Lucia; LIMA, Helcira; LYSARDO-DIAS Dylia (Orgs). *Imagem e Discurso.* Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2013.

MIRANDA, Cassio Eduardo Soares. **Erotismo, mídia e subjetividade: uma nova pedagogia amorosa na ótica da psicanálise e da análise do discurso.** Curitiba: Juruá, 2019.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos.** 12 ed. São Paulo: Pontes Editores, 2015.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso.** 5. ed. São Paulo: Pontes, 2009.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia.** Trad Wagner de Oliveira Brandão. RJ: Vozes, 1998.

VANOYE, Francis; GOLLIOT-LÉTÉ, A. **Ensaio sobre a Análise Fílmica.** Campinas: Papyrus, 1994.

“EM CASA, PORÉM NO ROLÊ”: A BIOPOLÍTICA E OS NOVOS MODOS DE SOCIABILIDADE NA PANDEMIA¹

Ana Carolina dos Reis de Moraes Trindade²
Thamyres Sousa de Oliveira³

INTRODUÇÃO

A pandemia do coronavírus tem feito o mundo vivenciar novas experiências. De repente a lavagem das mãos, a ida ao supermercado e até mesmo a forma de se portar ao encontrar um conhecido tiveram que ser revistas. Novos protocolos foram estabelecidos pelos órgãos de saúde e permanecer em casa, com poucas pessoas, é o modo mais seguro de viver a pandemia. Segundo o Ministério da Saúde, a doença é causada pelo coronavírus, denominado SARS-Cov-2, que provoca infecção respiratória, apresentando-se de modo assintomático ou, em casos graves, podendo levar o paciente a óbito.

Devido ao alto grau de propagação da doença, fomos bombardeados de informações sobre a atuação do vírus, algumas sequer já haviam sido comprovadas. Tudo foi/é muito novo tanto para pesquisadores, médicos, Estado e para a sociedade de modo geral. O excesso de informações levou ao medo e até a medidas exageradas do público, tais como queimaduras em alto grau devido ao mau uso do álcool em gel, recomendação de injeção de desinfetante, automedicação com remédios não assegurados pela OMS e ANVISA para o tratamento da doença, consumo de chás e receitas que prometiam a cura.

O mundo todo, durante o período inicial da pandemia, foi minado por informações apresentadas por agentes que se caracterizavam como peritos, que cumpriam o papel de correspondentes. A escolha de tais peritos não se dava de forma aleatória, mas sim política, visando

1 - Trabalho apresentado no GT 2 – Discurso e Narrativas Midiáticas do II Encontro Nacional sobre Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS), realizado de 27 a 30 de outubro de 2020.

2 - Doutoranda em Estudos da Mídia pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal- RN. carolinareeis@gmail.com .

3 - Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí. Teresina-PI. sousathamyres91@gmail.com .

controlar a situação por meio de atualizações estatísticas, regulação e prevenção nos modos de ação da sociedade, bem como uma explicação pedagógica da manifestação do coronavírus. De certo modo, essas pessoas escolhidas por seu discurso autorizado visam cumprir uma certa satisfação cobrada pela população mundial, visto que o vírus é uma realidade não só biológica, mas política, social e discursiva, que gerou uma ruptura na continuidade da vida urbana⁴.

As redes sociais digitais foram um dos espaços utilizados por estes ditos peritos para alcançar a sociedade e informá-la sobre a doença e os cuidados necessários. Jamais estivemos tão conectados quanto no período mais rigoroso de isolamento social convocado por esta pandemia. Os exercícios físicos, a preparação dos alimentos, as aulas do ensino básico e superior, as práticas de consumo e outras atividades foram adaptadas a uma nova forma de comunicação que extrapolou o tempo e o espaço. Com isto, algumas páginas de redes sociais como o *instagram* resolveram adequar o seu conteúdo para este seguidor que, além de querer continuar a vida antes-pandemia, desejava adquirir novos hábitos e garantir a vida.

Deste modo, nosso objetivo geral é analisar os modos de sociabilidade durante a pandemia do novo coronavírus enquanto estratégia biopolítica. Para tanto, iremos analisar as postagens do evento *on-line*, GE Festival, produzido pela página *Garotas Estúpidas*, no *Instagram*, a partir do conceito de biopolítica, com base em Foucault (2010, 2015), enquanto percurso teórico-metodológico.

Inicialmente, discutiremos como as redes sociais digitais interpelaram, de forma mais massiva, nossos modos de relacionamento durante a pandemia, estabelecendo novas praças contemporâneas. Posteriormente, abordaremos como as estratégias biopolíticas, propostas por Foucault (2010, 2015), são exercidas a fim de gerar e manter a vida. Por fim, analisaremos a página *Garotas Estúpidas*, por meio do GE Festival, verificando os modos de sociabilidade estabelecidos durante o período inicial da pandemia do coronavírus, no Brasil, enquanto estratégia biopolítica.

4 - Desenvolvemos essa ideia a partir da palestra de Dominique Maingueneau intitulada “análise do discurso e a crise do coronavírus”, no dia 03.06.2020, na programação da Associação Brasileira de Linguística - ABRALIN. <https://aovivo.abralin.org/lives/dominique-maingueneau/>

AS REDES SOCIAIS DIGITAIS E OS NOVOS MODOS DE SOCIABILIDADE

Embora o termo redes sociais nos remeta, geralmente, a algo novo e associado ao digital, os processos comunicacionais sempre envolveram redes. Como bem ressalta Messenger (2016), a troca de cartas foi um modelo de comunicação em rede que se dava de “um para um” antes do advento do digital. Tínhamos alguém que escrevia a carta, chamado de remetente, e, do outro lado, alguém que recebia esta carta, o destinatário, por meio dos Correios/carteiro. O autor também destaca que já existia comunicação em rede entre o público e meios de comunicação de massa, tais como tv e rádio. Nestes meios, a comunicação se dava de “um para muitos”, uma vez que mais pessoas conseguiam, por meio destes recursos tecnológicos, ter acesso a informações.

Os principais meios de comunicação adaptaram-se à vida das pessoas. A comunicação foi reformulada e teve que atender a “necessidades” como, por exemplo, novas formas consumo, agilidade e encurtamento de distâncias. A comunicação de “um para um” ou de “um para muitos” já não era suficiente.

O desenvolvimento de novas tecnologias abriu margem para o surgimento do ciberespaço e das redes sociais digitais. Definido por Levy (2010) como uma nova esfera de comunicação que extrapola tempo e espaço, vai ser no interior do ciberespaço que teremos uma reconfiguração das redes. Nele, os processos comunicacionais não se limitam apenas a pequenos grupos. Para Messenger (2016), vai ser neste ambiente de trocas intensas e em tempo real que pessoas e instituições com interesses semelhantes podem construir comunidades virtuais e criar a nova “praça contemporânea”, um lugar de encontro, de troca, de visibilidade pública e no qual a comunicação em rede flui de “muitos para muitos”.

A discussão proposta por Messenger (2016), em que o autor coloca as comunidades virtuais criadas no ciberespaço como “praças contemporâneas”, converge com o que Pierre Levy (1999) já discutia em seu livro “Cibercultura”. O autor afirma que o ciberespaço afeta o urbano e a organização dos territórios. Se antes tínhamos a experiência de ir à praça para conversarmos com os amigos, fazer uma atividade física ou apenas apreciar a paisagem, o ciberespaço nos permitiu uma reestruturação destes hábitos. É possível fazer

todas estas atividades sem sair do espaço físico, de forma mediada por tecnologias. Contudo, Levy (1999) nos alerta para o fato de que o ciberespaço não deve ser considerado apenas como algo que deriva da presença de equipamentos. Segundo o autor, ele exige uma reforma de mentalidade, modos de organização e hábitos políticos.

Embora em 1999, ano em que a obra de Pierre Levy foi escrita, ainda nem imaginássemos que o ano de 2020 seria marcado pela pandemia da COVID-19, o distanciamento social, que é uma das medidas de prevenção à doença, tem nos proporcionado uma reforma de mentalidade em relação ao ciberespaço e suas comunidades virtuais. Se antes da pandemia já estávamos imersos nesta forma de comunicação que extrapola o tempo e o espaço, acreditamos que, após a pandemia, não teremos como reverter os passos dados. A medicina, os exercícios físicos, os shows e eventos culturais, o comércio, as relações interpessoais, a educação e até mesmo as comunidades criadas nas redes sociais digitais sofreram um processo de ressignificação. Precisávamos continuar a vida e o ciberespaço nos ajudou a assegurar este direito em um momento em que o mais seguro foi/é permanecermos em casa.

Levy (1999) nos aponta que o ciberespaço nos permitiu viver uma substituição e destaca que os novos instrumentos de trabalho cooperativo *on-line* viabilizam uma participação da vida econômica internacional sem sair de sua própria casa e de centros locais. Com isso, o autor destaca que a cidade e, conseqüentemente, quem lá habita, vive benefícios como o desafogamento dos centros urbanos, melhor circulação de automóveis, redução da poluição, esperança de revalorização em áreas afetadas pelo desemprego e outras; mas também nos alerta que deve existir uma autogestão das cidades que foram estendidas para o ambiente virtual pelas pessoas que fazem parte da mesma.

Apesar do caráter dinâmico que as redes proporcionam, não podemos afirmar que as redes sociais digitais, por completo, formam apenas uma comunidade. Se analisarmos o termo “comunidade”, perceberemos que a palavra “comum” faz parte do seu radical. Desse modo, entendemos que, dentro das redes digitais, estamos cercados por várias comunidades, que têm interesses comuns e até mesmo por agregações que Lemos (2002) apud Recuero (2009) chama de não-comunitárias, pois, segundo o autor, nestas agregações eletrônicas não existe um envolvimento dos participantes, sendo o espaço apenas

de encontro, compartilhamento de informações, efemeridade e desterritorialidade.

Estas redes sociais digitais, que podem também ser espaços comunitários, vêm instituindo novas formas de interagir, compartilhar e experienciar o ambiente conectado, utilizando-se até mesmo de estratégias biopolíticas, “governando” os sujeitos, por meio de normas e regulações.

A BIOPOLÍTICA E A PANDEMIA

Pensar o poder, na perspectiva de Foucault, é entendê-lo como uma prática social que é instituída historicamente, com caráter relacional complexo, que gera saberes e, com isso, efeitos de verdades que, de modo algum, podem ser dissociados do poder (FOUCAULT, 2015a). Em sua fase genealógica, Foucault (2014a) analisa o poder que é capaz de gerar saberes, situado em um corpo social, deslocando-o das teorias jurídicas e políticas para pensá-lo a partir da ótica da microfísica, onde é exercido de forma estratégica, excluindo a ideia de propriedade ou apropriação. Para Veiga-Neto (2017, p. 55), “Foucault busca entender os processos pelos quais os indivíduos se tornam sujeitos como resultados de um complexo processo de objetificação que se dá no interior das redes de poderes, que os capturam, dividem, classificam”. Deste modo, é possível compreender que as verdades que nos são apresentadas são instituídas de um saber que se relaciona diretamente com o poder, ou seja, o poder se reveste de saberes que, discursivamente, produzem verdades. Assim, o discurso verdadeiro é uma trama costurada entre o saber e o poder (FOUCAULT, 2014b).

Ao romper com esse poder estrutural, voltado apenas para o direito com as formas jurídicas e com a política, Foucault (2010) passa a analisá-lo a partir das múltiplas possibilidades de micropoderes que não só constituem, mas constroem e interpelam o corpo social, fazendo com que os discursos de verdade circulem nas diferentes esferas e, assim, o poder seja exercido. Foucault (2010) pretende analisar o poder a partir dos níveis mais baixos em que ele atua para compreender que ele é reversível. Para o autor, “uma dominação de classe ou uma estrutura de Estado só podem bem funcionar se há, na base, essas pequenas relações de poder” (FOUCAULT, 2015a, p. 226). É importante destacar que Foucault (2015a) não procura enxergar o poder apenas por sua estratégia de força e repressão -mesmo o poder

possibilitando a resistência-, mas como ele se dá nas relações, no dia a dia, na sexualidade, na loucura.

No final desta fase genealógica, o autor vai estudar o poder disciplinar, o biopoder e a biopolítica. Foucault (2010, p. 201) percebe que, no final do século XVIII e início do século XIX, nasce um fenômeno de valorização da vida, “a assunção da vida pelo poder”, que se reflete no homem enquanto um ser vivo e biológico. No século XVII, na perspectiva de Foucault (2010), o soberano tem o direito de vida e de morte, ou seja, podia fazer viver e deixar morrer, portanto, a vida e a morte deixam de ser fenômenos naturais, mas sim políticos.

O autor diz que “o poder era, antes de tudo, nesse tipo de sociedade, direito de apreensão das coisas, do tempo, dos corpos e, finalmente, da vida; culminava com o privilégio de se apoderar da vida para suprimi-la” (FOUCAULT, 2015b, p. 146). A partir do século XIX, um novo modo de se exercer o direito é apontado por Foucault (2010), o direito de fazer viver e deixar morrer. O poder lança mão da morte, deixando-a à cargo da própria natureza, passando a ser exercido no nível da vida (FOUCAULT, 2015b).

Nos séculos XVII e XVIII viu-se surgir técnicas, tecnologias de poder que se debruçaram sobre o corpo individualizado, onde garantiam uma distribuição especial, cuja ordenação possibilitava uma melhor forma de vigilância e o controle de atividades. Tais técnicas também garantiam o aumento do exercício, da sua mecânica, mantendo-o ativo e produtivo (FOUCAULT, 2010, 2014). Na segunda metade do século XVIII, agrega-se uma nova técnica à disciplinar, que percebe não mais o homem individual, mas um homem espécie, onde a população é vista como um ser vivo, que tem vida própria. Esta técnica, chamada de biopolítica, pensa na manutenção da vida e a considera como um problema político. Com isso, segundo Foucault (2015b), a biopolítica irá estabelecer controles reguladores sobre este corpo social, com normas de estimativas estatísticas de proliferação, natalidade, mortalidade, saúde, longevidade, dentre outros.

A medicina pode ser compreendida como uma estratégia biopolítica, onde as normalizações passam a ser atendidas. Foucault (2018), ao tratar sobre o nascimento da medicina social, a constrói por três aspectos: a medicina de Estado, que normaliza o cuidado médico, instaura uma organização administrativa, acompanha os quadros de natalidade e mortalidade, e tem como base as razões econômicas do Estado; a medicina urbana que é desenvolvida a partir das estruturas

urbanas, com razões políticas, onde busca ressignificar e reorganizar os espaços, cuidar de todos os seus recursos naturais e controlar as epidemias a partir de um modelo médico-político de quarentena; a medicina dos pobres que garantia a boa saúde do operário para que o trabalho não fosse prejudicado, proporcionando tratamento gratuito ao pobre em vistas de garantia da não contaminação da população rica.

Pensar a medicina como uma estratégia é, diretamente, colocá-la numa relação que dialoga com o político, uma vez que, para Foucault (2008), o médico tem papel político. Neste atual contexto de pandemia da COVID-19, os médicos ocupam lugar de destaque nas mídias ao tratar não apenas das atualizações de dados, dos principais sintomas da doença, mas, também, com instruções de medidas preventivas. Cria-se, com isso, uma agenda de conteúdos voltados para o controle não apenas do vírus, mas da própria manutenção da vida.

É possível colocar o médico como este agente político que instaura normas de condutas. A Organização Mundial da Saúde (OMS), os Estados e prefeituras produzem discursos de verdade que, além de exercer controle sobre um corpo social - a população-, interdita, por meio destas ações preventivas e de condutas amplamente divulgadas, não somente falas, mas, principalmente, comportamentos para que a norma seja exercida. O processo biopolítico acontece à medida em que os órgãos de controles realizam triagens, medicalizam, escolhem uns em detrimento de outros - compreendem-se aqui os grupos de risco, pessoas que realizam trabalhos classificados como essenciais -. Assim, a interdição é concretizada no instante em que essas normas reguladoras nos interpelam e, com isso, nos fazem ressignificar as nossas ações no mundo, especialmente o ir e vir.

As nossas experiências com o urbano ganham um outro sentido com os modos de ação durante a pandemia. É fato que o espaço urbano é um dispositivo que sempre exerceu disciplinamento e vigilância dos corpos através de normalizações biopolíticas das leis governamentais com a utilização de sinalizações de trânsito, uso de câmeras que monitoram ruas e avenidas, lombadas para controlar a velocidade de transportes, as regras de uso de praças e calçadas, dentre outros⁵. Hoje, novas normalizações nos são impostas para interagirmos na/

5 - Desenvolvemos esta ideia a partir da palestra da Profa. Dra. Regina Baracuhy intitulada "Eles estão des-governados: governamentalidade e resistência no urbano", no dia 07.09.20, durante o Ciclo de Palestras Michel Foucault: discurso, poder e sujeito, via plataforma digital.

com a cidade. O que antes representava um espaço de circulação, trabalho, lazer, agora passa a ser visto como zona de perigo ou uma zona de controle ainda mais vigiado. Aprendemos a perceber a cidade por dispositivos midiáticos, por janelas, por varandas e portões. Nos é ensinado, inclusive, a ter um novo olhar para os nossos lares e ressignificar, em dada medida, os seus espaços, onde sala de estar, por exemplo, se torna o local para a prática de exercícios físicos ao mesmo tempo em que pode se transformar na extensão da igreja ou do trabalho.

A partir disso, novos modos de sociabilidade nos são apresentados pelas redes sociais digitais que, além de ter um caráter informativo, de entretenimento, se colocam como agentes reguladores dos corpos em isolamento, fazendo com que muitas estratégias fossem instituídas a fim de manter o equilíbrio entre as técnicas do cuidado de si e o cumprimento das normas impostas pela OMS e os governos. Com a ajuda deste ecossistema comunicacional contemporâneo, a cibercultura, outras experiências nas redes sociais digitais, como o GE Festival, possibilitaram a consolidação de uma miríade de lugares por meio da conectividade, permitindo a reorganização nas relações de tempo-espaço, bem como nas formas de sociabilidade.

“EM CASA, PORÉM NO ROLÊ!”

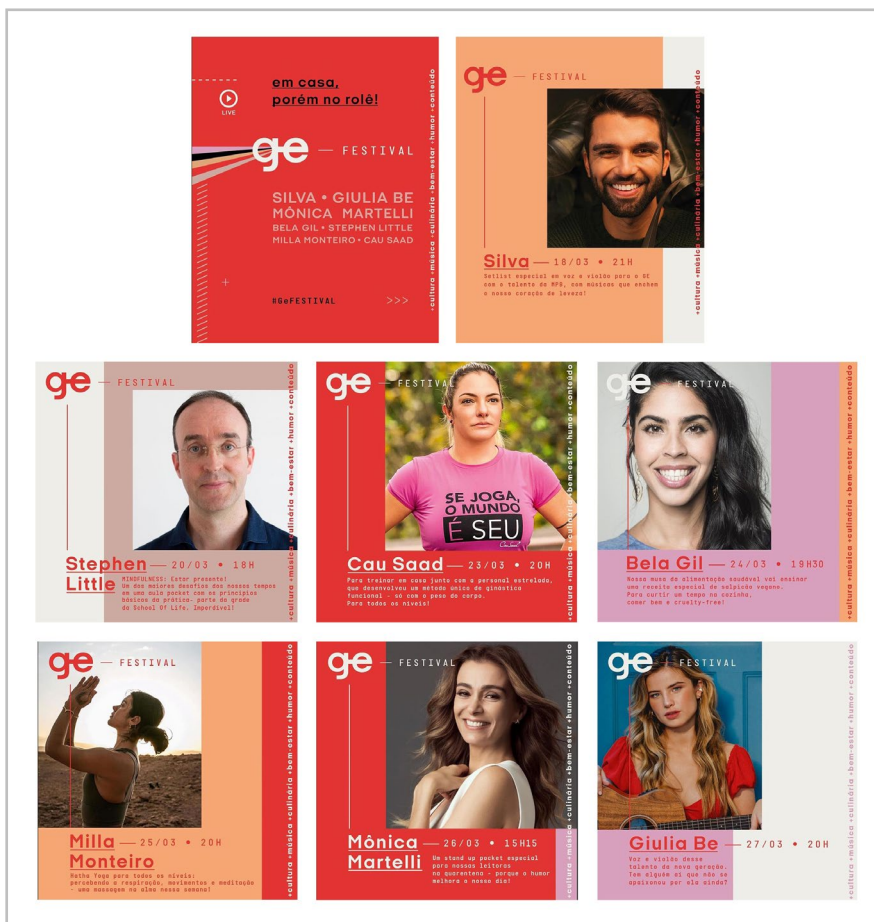
Durante o período inicial do isolamento, algumas alternativas foram criadas em diversos segmentos - cantores e bandas com *lives* em forma de shows, educadores físicos com planos de treinos gratuitos, chefs de cozinha desenvolvendo receitas junto com o público, missas e cultos de forma *on-line*, *digitais influencers* com conteúdos mais reais com seu *life style*, restaurantes se adaptando à nova forma de consumo por meio de *delivery*, dentre outros-. Muitas estratégias foram adotadas para, além de manter o público em casa, a partir das recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS), assegurar os vínculos antes estabelecidos.

Podemos pensar essas ações como uma técnica biopolítica para o cuidado com o corpo, garantindo-lhe o direito à vida, com toda qualidade, estrutura e leveza. Assim, ao cumprir o isolamento social, visto por muitas pessoas como algo pesado e difícil, as estratégias adotadas fizeram com que elas pudessem encarar de forma mais leve e sem se distanciar das práticas de seu cotidiano, mas com

ações ressignificadas. Para Foucault (2015b, p. 157), “ o ‘direito’ à vida, ao corpo, à saúde, à felicidade, à satisfação das necessidades, o ‘direito’, acima de todas as opressões ou ‘alienações’ de encontrar o que se é e tudo que se pode ser [...]”. Nessa perspectiva, o site Garotas Estúpidas, em sua página no *Instagram*, lançou, no dia 18 de março, o GE Festival, reunindo algumas personalidades da música, como o cantor Silva e a cantora Giulia Be, a atriz Mônica Martelli, a chef de cozinha e nutricionista Bela Gil, a educadora física Cau Saad, o instrutor de *mindfulness* Stephen Little e a professora de *hatha yoga* Milla Monteiro, no intuito de construir uma agenda de atividades para manter não apenas o conteúdo informativo, mas, especialmente, o entretenimento para os seus seguidores. Analisaremos, a seguir, as postagens que anunciavam a programação do GE Festival verificando os modos de sociabilidade durante a pandemia do coronavírus enquanto estratégia biopolítica.

A primeira postagem do dia 18 de março traz uma prévia do que vai acontecer no festival, apresentando em um carrossel, por meio de oito imagens, como se fosse um *flyer*, os convidados com seus respectivos dias, horários e as atividades que os mesmos irão desenvolver junto aos públicos. Na legenda, “Aqui no GE, criar bom conteúdo pra vocês sempre nos fez muito bem e, agora, mais do que nunca! Pensando que os nossos dias serão sim NECESSÁRIOS, mas nem por isso devem ser chatos, anunciamos com muito orgulho a primeira edição do GE Festival!! Uhhu!!” (GAROTAS ESTÚPIDAS, 2020), percebemos a estratégia biopolítica quando a página demonstra que procura seguir a regulamentação imposta pela OMS, enfatizado, em caixa alta, com o termo “NECESSÁRIOS”, mas, também, desenvolve uma programação em que a felicidade, a saúde, o bem estar e o lazer estão inclusos nesta estratégia, onde é possível perceber o duplo sentido no que se refere ao conteúdo apurado pela página, associado ao bem estar e o cumprimento da norma.

Figura 1: Programação GE Festival.



Fonte: Instagram Garotas Estúpidas.

No primeiro dia do festival (18 de março), a página busca estabelecer, ao anunciar a participação do cantor Silva, uma relação mais intimista com o seu público, por meio de um show voz e violão. Este tipo de apresentação sugere ser algo mais próximo, assemelhando-se à proposta de reunião com amigos em casa e, também, de bares. Percebemos ainda que a página enfatiza o espaço em que a atração deve acontecer “100% on-line”, assegurando que o público fique em casa para conferir a programação. Contudo, a participação do seguidor é, de certo modo, regulada, definindo-se um modo de ação; a página propõe: “então coloca o despertador no

celular, prepara um look, abre um vinho (por que não?) e vem curtir este momento com a gente! E usa nossa hashtag #GEFestival pra gente ver a preparação!” (GAROTAS ESTÚPIDAS, 2020). Percebemos, a partir desta postagem, não apenas uma regulação dos corpos, mas uma estratégia de controle.

No segundo dia da programação (20 de março), a proposta do GE Festival é ressaltar a importância de estar presente. Para isso, o convidado foi o instrutor de *mindfulness* Stephen Little. A prática propõe que se tenha total consciência do momento presente, levando em consideração o acolhimento dos pensamentos, sentimentos e associações de forma mais tranquila. É fato que a ciência vem normalizando práticas que permitam o homem reconfigurar o seu limite por meio do autoconhecimento e hábitos saudáveis, o festival apropria-se também desta estratégia biopolítica para estimular seus seguidores a manter um cuidado com os corpos neste tempo pandêmico. Notamos que, ao propor o *mindfulness* em sua programação, o GE Festival reforça a necessidade de se manter bem emocionalmente para que a saúde física, com a manutenção da imunidade, não seja abalada. Em discussão sobre o nascimento da medicina social, ao discorrer sobre a polícia médica, Foucault (2018, p.150), menciona que os médicos eram considerados administradores da saúde, uma vez que eles tinham o “domínio de poder ou de exercício da autoridade de seu saber”. Acreditamos que o GE Festival também se propõe a ser este administrador de saúde, pois se ampara em recomendações da OMS para, a partir delas, desenvolver sua própria programação de saúde.

Já a programação do terceiro dia (23 de março), a proposta é um treino funcional com uma “super personal estrelada” chamada Cau Saad, que, segundo a publicação, “desenvolveu seu método especial para malhar só com o peso do corpo” (GAROTAS ESTÚPIDAS, 2020). A página sugere que o seguidor continue se movimentando, mesmo não dispondo dos suportes oferecidos pela academia. Deste modo, ele consegue manter uma rotina de atividade física ou até mesmo é impulsionado a iniciá-la, uma vez que o corpo em movimento, segundo os órgãos de saúde, tem mais chances de ter o quadro leve da doença. A postagem reforça esta estratégia biopolítica para manter este corpo vivo e em paz.

O quarto dia de programação (24 de março) contou com aula de culinária da chef e nutricionista Bela Gil. Foucault (2018), ao tratar sobre a medicina urbana, fala sobre os novos modos de

aperfeiçoamento dos métodos de vigilância. Para o autor, a medicina urbana preocupa-se com os fatores que podem implicar na qualidade dos recursos naturais, como o ar e a água e o que advém a partir deles. Assim, o bom uso destes recursos garante um controle de possíveis doenças que afetariam a população que habita esses espaços. Acreditamos que a partir do que Foucault (2018) propõe, “comer bem e o *cruelthy-free*”, trazido no enunciado da postagem, são estratégias biopolíticas em que a preocupação com os recursos naturais repercute em qualidade de vida. O salpicão vegano, receita escolhida por Bela Gil, demonstra este cuidado com o que é oferecido pela natureza e que reverbera na sensação de saúde e bem estar. Neste contexto de pandemia, os órgãos reguladores indicam uma alimentação saudável, com alimentos nutritivos que garantem a imunidade do organismo. Os insumos de origem vegetais, trazidos na receita, estimulam essa ingestão de qualidade.

No quinto dia de programação (25 de março), o GE Festival trouxe uma “aula especial” de *Hatha Yoga*, uma modalidade de *yoga* que leva ao equilíbrio, relaxamento e disposição para o dia através da postura. É uma atividade de baixo impacto usada para quem não consegue fazer exercícios mais difíceis. Ao propor a atividade, a intenção é convidar o seguidor para um esvaziamento das informações que, durante o período inicial da pandemia, eram propagadas de forma mais intensificada nos meios de comunicação - televisão, jornal impresso, sites -, em redes sociais digitais, além de ser tema de conversas informais.

O convite: “uma pausa no seu dia! Nas notícias, no mundo externo! Vamos parar para respirar um pouco com a nossa atração de hoje, @millamonteiro?” (GAROTAS ESTÚPIDAS, 2020), pode ser considerado uma estratégia biopolítica, pois o propósito é que o *hatha yoga* seja uma espécie de medicina preventiva, onde o corpo e a mente devam estar em equilíbrio e, com isso, garantir a qualidade da respiração (essencial para controlar o coronavírus) e manutenção imunológica. A página *Garotas Estúpidas* se coloca, mais uma vez, como uma reguladora e até, de certo modo, mantenedora da qualidade de vida do público. Esta estratégia também foi adotada no sexto dia do GE Festival (26 de março), com o “*stand up pocket*” da atriz Mônica Martelli. Na postagem, a frase “um *stand up pocket* especial para nossas leitoras na quarentena - por que o humor melhora o dia” (GAROTAS ESTÚPIDAS, 2020), percebemos a mesma estratégia em que o riso, o

humor é considerado como algo terapêutico. Isto é reforçado quando a página menciona “ Para a gente parar um pouco e se divertir - importante ter momentos de humor nesses dias que estamos enfrentando, né?!!” (GAROTAS ESTÚPIDAS, 2020). A serotonina, conhecida popularmente como hormônio do prazer e da felicidade, ao ser liberado, reflete numa melhor qualidade do sono, da alimentação, do ritmo cardiovascular, aliviando possíveis sintomas de ansiedade e depressão. Assim, entendemos que existe uma preocupação da página em se colocar como um agente de ações preventivas que busca o bem estar do seu seguidor.

No último dia de festival (27 de março), a música foi mais uma vez utilizada como atração do evento - com a mesma proposta intimista de voz e violão- e o show foi com a cantora Giulia Be. A frase “Quem disse que você ia ficar sem fazer nada nessa sexta-feira? (GAROTAS ESTÚPIDAS, 2020), pode ser compreendida como um modo de controle e regulação do seguidor, uma vez que, além da companhia enunciada, estando em casa, cumprindo as normas da OMS e se distanciando de possíveis preocupações, pois estará em lazer. Se a biopolítica para Foucault (2010) é uma tentativa de prolongar a vida, a página Garotas Estúpidas, de certo modo, reforça esta ação ao propor atividades em que público mantém-se em casa com uma programação com música, cultura, culinária, bem-estar, humor e conteúdo.

Durante os sete dias de programação, a página buscou atender um conteúdo relacionado ao contexto social, mas sem se dirigir, diretamente, ao próprio vírus em si. A página Garotas Estúpidas se coloca mais como um agente de regulação e prevenção, pois, ao criar o festival *on-line*, ela convida, de modo sedutor, o seu público a ficar em casa, além de criar um novo modo de sociabilidade entre a página e público, através de estratégias biopolíticas com o cuidado da saúde, da mente e do corpo por meio da música, *yoga*, show de humor, atividade física e fazendo comida saudável.

CONSIDERAÇÕES

Assim, podemos dizer, a partir do que foi analisado, que as estratégias biopolíticas adotadas pelo Estado e pela medicina, aliadas com outras ciências, colaboraram para os novos modos de sociabilidades e, até mesmo, para o fortalecimento de hábitos que, em função das recomendações da OMS, tiveram que ser ressignificados, a

fim de manter um controle da doença na sociedade. Com isso, além dos agentes reguladores da saúde, outras organizações como empresas de jornalismo, agências de publicidade, páginas de redes sociais digitais, por exemplo, também cumpriram esta função. A página *Garotas Estúpidas*, que se insere em uma rede social digital, regulou e controlou os seus seguidores por meio de uma série de atividades que visavam a prevenção e a manutenção da saúde, no intuito de celebrar a vida.

A boa alimentação, a música, o exercício físico foram propostas do festival, mas, mesmo sendo apresentadas durante o período inicial da pandemia, não eram construídas, discursivamente, como uma ação direta de combate ao coronavírus, mas sim práticas que refletem no bem estar que, ao cumprir as regulamentações do isolamento social, mantém-se o equilíbrio físico, biológico e psicológico.

Durante os setes dias do GE Festival, a página buscou modos de regulação das sociabilidades e do próprio corpo. Com expressões como “coloque o despertador no celular, prepare o look, abre um vinho (por que não?) e vem curtir este momento com a gente!” (GAROTAS ESTÚPIDAS, 2020), o GE Festival delimitou como o seu seguidor deveria experienciar aquele momento. Estas expressões foram estratégias de linguagem para deter controle dos corpos.

Acreditamos que a página conseguiu, por meio de ações biopolíticas, cumprir um papel de agente regulador de corpos na manutenção da vida, além de instituir novas experiências e, com isso, uma reordenação dos modos de sociabilidade durante o período de festival. Foi uma ação inédita que conseguiu atrair não somente os seus seguidores, mas o público de cada convidado, uma vez que as apresentações se davam também na página oficial do *instagram* de todos eles, facilitando a criação de uma rede ampla de interação, que possibilitou um alcance maior das estratégias biopolíticas adotadas pela página.

REFERÊNCIAS

Divulgação GE Festival. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B94WJbhgUff/> . Acesso em 03.10.20.

Divulgação primeiro dia de programação do GE Festival. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B940815glVh/> . Acesso em 03.10.20.

Divulgação segundo dia de programação do GE Festival. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B99ylaWg-Po/> . Acesso em 03.10.20.

Divulgação terceiro dia de programação do GE Festival. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B-FlkQog_Qa/ . Acesso em 03.10.20.

Divulgação quarto dia de programação do GE Festival. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B-HO1xsAtCg/> . Acesso em 03.10.20.

Divulgação quinto dia de programação do GE Festival. Disponível em : <https://www.instagram.com/p/B-KvoAugFjA/> . Acesso em 05.10.20.

Divulgação sexto dia de programação do GE Festival. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B-NMMxlgWKU/> . Acesso em 05.10.20.

Divulgação sétimo dia de programação do GE Festival. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B-QC79NAEtI/> . Acesso em 05.10.20.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2018.

_____, Michel. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

_____, Michel. **Vigiar e Punir**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014a.

_____, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2014b.

_____, Michel. Poder e saber. In: **Ditos e escritos**, volume IV: estratégia, poder-saber. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2015a.

_____, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015b.

_____, Michel. **O nascimento da clínica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 1999.

MESSENDER, Carlos Alberto. Comunicação em rede e a experiência digital contemporânea. In: SAID [et.al], Gustavo. **Gestão de redes educacionais na cibercultura**. Teresina: EDUFPI, 2016, p.29-49.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

VEIGA-NETO, Alfredo. **Foucault & a educação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.



ÍNDICE REMISSIVO

- Alteridade, 6, 199, 202, 245, 260;
- Análise de Discurso Crítica, 11, 20, 89, 204, 307;
- Análise de Discurso Materialista, 35, 237, 239;
- Análise do discurso Semiolinguística, 23, 111, 112, 164;
- Argumentação, 6, 121, 163, 168, 179;
- Ato de linguagem, 23, 110, 164, 176, 299;
- Comunicação, 5, 69, 129, 221, 309;
- Contrato de comunicação, 12, 112, 167, 171, 188.
- Covid, 6, 19, 76, 312, 315;
- Desinformação, 11, 15, 16;
- Discurso imagético, 6, 8, 294, 294;
- Discurso político, 8, 33, 121, 161;
- Discursos de ódio, 6, 14, 16, 21;
- Discursos sociais, 6, 24, 73, 115, 243;
- Ensino, 8, 37, 141, 239, 310;
- Enunciação, 12, 76, 164, 256, 260;
- Estereótipos, 24, 33, 41, 121, 275;
- Ethos, 24, 25, 34, 111, 155;
- Facebook, 68, 87, 173, 231, 233;
- Fake news, 2, 15;
- Feminismo, 90, 106, 215, 287, 289;
- Gênero, 6, 38, 71, 90, 182;
- Ícônico, 4, 257, 296, 301, 308;
- Identidade, 5, 24, 45, 119, 174, 215, 218, 269, 288, 302;
- Ideologia, 14, 17, 21, 92, 102, 117, 164, 227, 265, 298;
- Imagem, 8, 24, 34, 44, 85, 127, 156, 177, 200, 241, 254, 255, 297, 306, 308;
- Imaginários, 6, 25, 28, 34, 112, 114, 121, 122, 182, 183, 190, 195, 301;
- Informação, 11, 16, 69, 124, 303;

Instagram, 6, 67, 75,
310, 323;

Internet, 48, 68, 75,
138, 323;

Jornal, 6, 34, 74,
122, 124, 137, 139, 147,
156, 170, 178, 247, 277,
320;

Mulher, 7, 26, 30,
39, 91, 95, 121, 270,
273, 288;

Pandemia, 8, 14, 76,
315, 322;

Rádio, 126, 136, 247,
271, 311;

Redes sociais, 6, 68,
69, 222, 323;

Representações sociais, 24,
28, 101, 117, 263;

Revista, 4, 8, 85,
106, 107, 177, 180, 273,
307, 309;

Semântica, 31, 107, 213,
253, 301;

Semiolinguística, 23, 111,
115, 163, 324;

Sentido, 5, 8, 32,
103, 119, 129, 180, 213,
242, 294, 315, 317;

Subjetividade, 4, 53,
116, 219, 308;

Sujeito, 4, 7, 8,
25, 28, 74, 168, 274,
294, 298, 306, 313;

Televisão, 126, 136, 271,
296, 320;

Twitter, 3, 11, 18,
173, 233;

Violência, 3, 23, 47,
49, 52, 71, 94, 104,
181, 306;

Webjornalismo, 7, 123,
126, 131, 138;



Esta obra reúne dezessete trabalhos de pesquisadores brasileiros vinculados a grupos de pesquisa no campo dos estudos do discurso e a programas de pós-graduação diversos nas áreas de Letras e Comunicação. As abordagens aqui presentes são produtos de distintas inquietações e filiações teóricas. Respondem a diferentes preocupações, passando por análises mais detidas nas noções e métodos, até o trabalho com categorias de análise observadas em diferentes vertentes. Neste livro, se, por um lado, as análises convergem para o funcionamento dos discursos midiáticos, por outro, seus recortes e materialidades são variados, assim divididos pelos seguintes eixos: (i) as diferentes manifestações da/sobre a violência simbólica em sociedade; (ii) o (Web)jornalismo; (iii) o funcionamento da argumentação; (iv) a alteridade; (v) o discurso imagético e (vi) os modos de sociabilidade nas redes sociais.