



UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE LINGUAGEM

GISELLA MENEGUELLI

ECOS DO *ETHOS*:
UM GOLPE NA IMAGEM PÚBLICA
DE DILMA ROUSSEFF
EM *VEJA ONLINE*



Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagem da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para a obtenção do título de doutora em Estudos de Linguagem.

Área de Concentração: Teorias do Texto, do Discurso e da Interação

ORIENTADORA:
PROFª DRª ROSANE SANTOS
MAURO MONNERAT

NITERÓI 2017



UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagem

**ECOS DO *ETHOS*: UM GOLPE NA IMAGEM PÚBLICA DE DILMA
ROUSSEFF EM *VEJA ON LINE***

NITERÓI
2017

GISELLA MENEGUELLI

**ECOS DO *ETHOS*: UM GOLPE NA IMAGEM PÚBLICA
DE DILMA ROUSSEFF EM *VEJA ON LINE***

Tese apresentada ao Instituto de Letras da
Universidade Federal Fluminense, como
parte dos requisitos para obtenção do
título de Doutora pelo Programa de Pós-
Graduação em Estudos de Linguagem.

Área de Concentração: Teorias do Texto,
do Discurso e da Interação

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Rosane Santos
Mauro Monnerat

Niterói, 2017

M541 Meneguelli, Gisella.

Ecos do ethos: um golpe na imagem pública de Dilma Rousseff em
Veja on line / Gisella Meneguelli. – 2017.

305 f. ; il.

Orientadora: Rosane Santos Mauro Monnerat.

Tese (Doutorado em Estudos de Linguagem) – Universidade
Federal Fluminense, Instituto de Letras, 2017.

Bibliografia: f. 256-267.

1. Semiologia. 2. Ethos. 3. Adjetivação. 4. Estereótipo.
I. Monnerat, Rosane Santos Mauro. II. Universidade Federal
Fluminense. Instituto de Letras. III. Título.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Rosane Santos Mauro Monnerat
Universidade Federal Fluminense – Orientadora

Prof. Dr. André Crim Valente
Universidade Estadual do Rio de Janeiro

Prof^a. Dr^a. Maria Aparecida Lino Pauliukonis
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof^a. Dr^a. Beatriz dos Santos Feres
Universidade Federal Fluminense

Prof^a. Dr^a. Patrícia Ferreira Neves Ribeiro
Universidade Federal Fluminense

Suplente – Prof^a. Dr^a. Tânia Reis Cunha
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Suplente – Prof^a. Dr^a. Ilana da Silva Rebello Viegas
Universidade Federal Fluminense

AGRADEÇO aos mestres que encontrei na vida e nos livros;

À minha mãe, por sua dedicação e esforços incansáveis para me dar a melhor educação e por seu apoio para que eu pudesse seguir os meus caminhos;

Ao meu pai (in memoriam), por ter me mostrado que sempre terei um abrigo nas páginas dos livros;

À minha irmã e à minha sobrinha, pelo afeto que me vivifica;

Ao Jimmy, meu companheiro, por seu amor e por todo o aprendizado de vida;

À Rosane Monnerat, pela confiança no meu trabalho e pela dedicação sempre competente, atenta e generosa;

À Carme Ferré-Pavia, pela acolhida em Barcelona e pelas oportunidades;

Aos professores da UFF, pelos fundamentos aprendidos;

Aos amigos e colegas, por terem compartilhado seus conhecimentos e por todo o apoio, especialmente Sabrina, Camilla, Margareth e Anabel;

À Maíra Zannon, pelo desenho da tese;

Ao servidores do PPG Estudos de Linguagem, por todo o trabalho de acolhimento.

Ou se significado não é bem a palavra certa, então digamos, deriva, ou uma consistente sensação do que está acontecendo, ainda enquanto muda, a cada momento. Descrevê-lo em todos os seus detalhes provavelmente não é impossível. Mas tantas palavras seriam necessárias, tantos ribeiros de sílabas, sentenças e frases e orações subordinadas, que as palavras sempre ficariam para trás do que estava acontecendo, e bem depois de ter cessado todo o movimento e de cada uma de suas testemunhas ter se afastado dali, a voz que descreve aquele movimento estaria ainda falando, só, ouvida por ninguém, no fundo do silêncio e das trevas destas quatro paredes. E no entanto algo está acontecendo, e contra minha vontade eu quero me apresentar dentro do espaço deste momento, destes momentos, e dizer alguma coisa, mesmo que seja esquecida, que fará parte desta jornada pelo tempo que ela dure.

Paul Auster

SINOPSE

Análise do discurso midiático, especificamente do discurso jornalístico dos artigos de opinião da revista *Veja on line*, pela perspectiva da Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso, bem como dos conceitos de *ethos* discursivo e de adjetivação na construção de uma imagem para Dilma Rousseff e para a própria revista.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Contrato de comunicação jornalístico de <i>Veja</i>	37
Tabela 2 – Visadas discursivas.....	121
Tabela 3 – Guia para análise de textos visuais.....	142
Tabela 4 – <i>Continuum</i> de objetividade-subjetividade dos adjetivos.....	162
Tabela 5 – Valores expressos pelos adjetivos.....	162
Tabela 6 – Posição dos adjetivos.....	162
Tabela 7 – Tiragem de revistas.....	171
Tabela 8 – Composição prévia do <i>corpus</i>	172
Tabela 9 – Composição do <i>corpus</i> da pesquisa.....	173
Tabela 10 – Característica dos SAdjs.....	186
Tabela 11 – Caracterização dos SAdjs.....	190
Tabela 12 – Caracterização dos SAdjs.....	194
Tabela 13 – Caracterização dos SAdjs.....	201
Tabela 14 – Caracterização dos SAdjs.....	205
Tabela 15 – Caracterização dos SAdjs.....	213
Tabela 16 – Percentual de usos dos adjetivos.....	216
Tabela 17 – Caracterização dos SAdjs.....	220
Tabela 18 – Caracterização dos SAdjs.....	226
Tabela 19 – Caracterização dos SAdjs.....	231
Tabela 20 – Caracterização dos SAdjs.....	236
Tabela 21 – Caracterização dos SAdjs.....	240
Tabela 22 – Caracterização dos SAdjs.....	244
Tabela 23 – Percentual de uso de adjetivos.....	245
Tabela 24 – Comparação entre a Direção 1 e a Direção 2.....	245

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Processo de semiotização do mundo.....	23
Figura 2 – Sujeitos de linguagem	31
Figura 3 – Universo de discurso.....	36
Figura 4 – Circuito de linguagem.....	39
Figura 5 – Intencionalidade informativa do texto visual.....	144
Figura 6 – Subjetividade dos adjetivos.....	158
Figura 7 – Dispositivo da cena pública.....	173
Figura 8 – Biografia de Dilma Rousseff no site do Planalto em 03/02/2014...	179
Figura 9 – Biografia de Dilma Rousseff no site do Planalto em 12/01/2016...	179
Figura 10 – Biografia de Dilma Rousseff no Facebook em 12/01/2016.....	180
Figura 11 – Dilma Coração Valente.....	181
Figura 12 – Discurso de Dilma.....	183
Figura 13 – O circo de horrores.....	187
Figura 14 – A amiga do torturador.....	191
Figura 15 – Dilmês.....	195
Figura 16 – A <i>serial killer</i> das letras.....	202
Figura 17 – Dilma Rousseff x Dilma Bolada.....	207
Figura 18 – Crise de confiança.....	216
Figura 19 – Pobre Dilma.....	221
Figura 20 – Não dá mais, Dilma.....	227
Figura 21 – Dilma e Guimarães Rosa.....	231
Figura 22 – Renúncia de Dilma.....	236
Figura 23 – O discurso falacioso de Dilma.....	240

SUMÁRIO



1. Considerações iniciais.....	11
2. O problema e o percurso.....	17
3. Teoria semiolinguística de análise do discurso...20	
3.1 Conceituação.....	22
3.2 Sentido de língua e sentido de discurso.....	26
3.3 Os sujeitos da linguagem.....	29
3.4 Os processos de produção da linguagem.....	30
3.5 O contrato de Comunicação.....	32
4. Sujeitos e identidades.....	41
4.1 As identidades no marco da globalização.....	47
4.2 Alguns sujeitos nos estudos linguísticos.....	52
4.3 Identidade social e identidade discursiva.....	57
4.3.1 Identidade social.....	59
4.3.2 Identidade discursiva.....	60
5. Imagens sociais no discurso.....	63
5.1 Representações sociais pela perspectiva da Psicologia Social.....	67
5.2 A noção de estereótipo nas Ciências Sociais..	73
5.3 Ideologia.....	76
5.4 Sistemas de valores e de pensamento.....	82
5.5 Imaginários sociais e imaginários discursivos.	85

6. <i>Ethos</i>: um caleidoscópio de si e de outro(s).....	88
6.1 O <i>ethos</i> na análise do discurso.....	92
6.2 O <i>ethos</i> na teoria semiolinguística.....	101
6.3 Carisma: ter ou não ter, eis a questão.....	107
7. Gêneros do discurso.....	115
7.1 Perspectivas discursivas sobre gênero.....	119
7.2 Cultura de massa e gêneros digitais.....	122
7.3 Os gêneros informativos no discurso das mídias.....	125
7.3.1 O artigo de opinião.....	131
7.3.2 A polêmica polarizadora.....	132
7.4 Linguagem não verbal.....	138
8. A dimensão subjetiva do adjetivo.....	147
8.1 O adjetivo nos estudos gramaticais.....	150
8.2 Visões mais gramaticais sobre o adjetivo.....	150
8.3 Visões mais discursivas sobre o adjetivo.....	152
9. Metodologia.....	164
9.1 O contexto da pesquisa.....	167
9.2 A constituição do <i>corpus</i>	170
10. Olhe e veja: análise dos dados.....	176
10.1 Quem é Dilma Rousseff?.....	179
10.2 Quem é a Dilma de <i>Veja</i> ?.....	182
Período pré-eleição 2014	
Artigo 1 – Discurso de Dilma sobre o 31 de março de 1964.....	183
Artigo 2 – O circo de horrores.....	187
Artigo 3 – Dilma, a amiga do torturador.....	191
Artigo 4 – Dilmês.....	195
Artigo 5 – Dilma, a <i>serial killer</i> das letras.....	202
Artigo 6 – Dilma Rousseff x Dilma Bolada.....	207

Período pós-eleição 2014

Artigo 1 – A pior crise do governo Dilma é a de confiança!.....	216
Artigo 2 – Cunha fez a crise econômica? A crise política? A crise de confiança? Pobre Dilma! Cunha é para ela uma solução!.....	221
Artigo 3 – Não dá mais, Dilma! A Presidência não pode mais ser ocupada pelo vazio. O país não aguenta.....	227
Artigo 4 – Presidente Dilma, não se sacrifique por mim!.....	231
Artigo 5 – Dilma, renuncia logo! O PT quebrou o Brasil! Governo vai mandar Orçamento de 2016 prevendo déficit primário. Deve ser o 3º consecutivo.....	236
Artigo 6 – O discurso falacioso de Dilma. Ou: Modos de usar a realidade internacional.....	240

11. Conclusões e aberturas.....	247
--	------------

12. Referências.....	256
-----------------------------	------------

Resumo.....	268
--------------------	------------

Abstract.....	269
----------------------	------------

Anexo.....	270
-------------------	------------

1. Considerações iniciais

Comunicação e política têm relações muito estreitas, ou melhor, vitais: uma se alimenta da outra. É pelo discurso que tanto a comunicação quanto a política são construídas e legitimadas. Ambas, comunicação e política, lançam diferentes olhares sobre temas de interesse social. A política, em termos clássicos, nasce de uma tentativa de compreender como um grupo (ou um sistema social) se organiza em função de uma obra comum, convencendo pessoas a abraçarem um projeto essencialmente político. É pela comunicação que os grupos se organizam e se aglutinam em torno de algo comum. Sloterdijk (1999, p. 32) diz que “política é a arte de organizar os laços ou forças de ligação que abrangem grandes grupos de até milhões de membros, e para além disso numa esfera de elementos comuns”. É pela linguagem, elo entre esses milhões de membros, que intentos são partilhados, seja pela interação face a face, seja pela conexão em redes sociais, modelos que organizam nossas práticas comunicacionais *on e off line*.

Os meios de comunicação e as mídias são os intermediários da realidade política construída (ou a ser construída) junto com a consciência popular. A escrita, sobretudo, tornou-se o grande registro dessa atividade discursiva de narrar a realidade e argumentar para o estabelecimento de sua *verdade*. Entretanto, há bem pouco tempo, tal registro foi ampliado graças a um outro recurso técnico, o audiovisual. Reunindo esse agrupamento técnico em um guarda-chuva denominado cultura visual, as práticas discursivas que registram a realidade não só aproximaram-na das pessoas, mas, sobretudo com o advento da internet, tornaram-nas participantes da sua construção em um aspecto fundamental: o da autoria.

Pelo lado dos representantes políticos, por intermédio das mídias, eles apresentam suas propostas de campanha, prestam contas de suas ações à sociedade e tentam manter a sua governabilidade. Na última década, se, por um lado, os políticos vêm usando na comunicação política (tanto eleitoral quanto pós-eleitoral) tecnologias digitais de informação e comunicação – as chamadas TICs –, por outro, os cidadãos

também vêm usando as tecnologias ubíquas e móveis para informar e criar informação, configurando uma nova forma de ativismo político e social.

Por conta disso, a comunicação de massa também precisou repensar seu fazer e seu campo de ação. Entendemos a autoria na construção da realidade em uma dupla face: a da consciência de ser ator do processo de construção da realidade e a de ser autor da narrativa que vai colocá-la em circulação. Para o “cidadão comum”, as tecnologias digitais e a internet tornaram-se um poderoso aliado para o debate e para a luta política.

Os meios de comunicação tradicionais sempre estiveram a serviço da classe política representante da elite econômica e não é de hoje que vêm tentando silenciar as diferentes vozes exigentes de uma abertura política que as reconheça como novos atores sociais no espaço público. A chamada “mídia tradicional” tem, dentre seus papéis, combater a amplificação dessas vozes que querem fazer política e falar de política. A pesquisa de Barbosa (2010) deslinda, na história da imprensa no Brasil entre os anos 1800-1900, como muitos jornais da época, vão-se utilizar de uma artilharia verbal para se situar em lados opostos. Como ressalta a estudiosa, “pensar no Brasil do século XIX é colocar em evidência diversas redes de sociabilidade que estão em formação num espaço cuja aspiração máxima era se constituir como nação” (BARBOSA, 2010, p. 60). Ora, se nesse momento questões relacionadas à nacionalidade e às identidades raciais vão ser pauta dos jornais, hoje podemos afirmar que as redes de sociabilidade em formação aspiram a constituir o país como uma democracia com questões relacionadas aos direitos humanos e das minorias, levando para as redes sociais virtuais discussões negligenciadas, quando não silenciadas, pela mídia tradicional. Nesse sentido, a linguagem é uma forma de agir no mundo, talvez a mais poderosa, pois, como ensinou Foucault (2011, p. 10), “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar”.

Nesta investigação, o discurso, como fenômeno social e linguístico, é analisado na apropriação de tecnologias digitais, por um meio de comunicação da “mídia

tradicional”, na construção discursiva de uma imagem de si – denominada pelos estudos retóricos de *ethos*¹ – e da imagem do sujeito político Dilma Rousseff.

Sendo o Brasil um país onde a experiência democrática sempre foi marcada por rupturas, o acesso à informação e a participação plural dos atores sociais na construção da informação do espaço público são fundamentais para o seu amadurecimento e a sua consolidação. Por isso, tanto a construção da imagem por parte do sujeito político, cuja publicidade midiática não está restrita apenas aos períodos pré-eleitorais (no sentido de sustentá-la para a atuação no cenário político), quanto a construção de uma imagem complementar e opositiva por parte da mídia, são fundamentais para constituir um mosaico informacional para os cidadãos brasileiros.

O uso de *sites* e de redes sociais por partidos e agentes políticos para promoverem a sua imagem e debaterem temas importantes para a sociedade é um fenômeno bem recente no Brasil. Foi com a nova Lei Eleitoral que começaram as campanhas eleitorais pela internet, em 2010. Conforme constatam Lima e Oliveira (2015), os eleitores fizeram, em 2010 e 2014, a eleição virtual. Mas foi, sobretudo, este último pleito que marcou uma espécie de divisor de águas no cenário político brasileiro no que concerne ao uso de tecnologias digitais.

Vale ressaltar algumas experiências do uso da internet por partidos e políticos desvinculadas, necessariamente, de um pleito eleitoral. O Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) é um exemplo de partido político cujos representantes deram início à discussão de temas de relevância social pela internet.

1 Optamos por redigir as palavras *ethos* e *ethé* sem destaque gráfico (itálico) indicador de transliteração pelo fato de ocorrerem com relativa frequência no texto.

O deputado federal Jean Wyllys (PSOL-RJ) é um bom exemplo de um político que percebeu a importância de manter uma página própria na internet, além de contas nas redes sociais Twitter e Facebook, por meio das quais divulga e discute ações e projetos de lei na Câmara dos Deputados com um tom muito pessoal.

O Partido dos Trabalhadores (PT) também mostrou-se atento ao que vem ocorrendo na sociedade em relação à forma como as informações estão sendo produzidas, distribuídas e discutidas pela internet e pelas redes sociais. Prova disso é o investimento que o PT tem feito para digitalizar informações sobre as ações do governo e a construção da própria imagem dos seus políticos, os quais vêm usando cada vez mais as redes sociais e *sítes* para divulgação de seus atos. Além disso, o PT, em outubro de 2013, lançou uma plataforma digital unificada, chamada Governo Digital, para informar o cidadão e manter com ele um canal de comunicação: o Portal Brasil. Além disso, a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/ 2011) regula o acesso a informações, de acordo com o artigo 5º da Constituição, dando mais publicidade aos atos da administração pública.

Em 2013, a presidenta Dilma Rousseff reativou as suas contas no Facebook e no Twitter para fortalecer pelas redes sociais sua comunicação com os cidadãos, com o intuito de torná-los seus potenciais seguidores² e, principalmente, eleitores em 2014. A imagem de Dilma Rousseff antes, durante e depois da eleição tomou diferentes contornos, variando de acordo com os “termômetros” que sua assessoria de comunicação captou dos comentários e compartilhamentos feitos na página da presidenta – o que valeria um estudo sobre

2 Em consulta feita em 13/02/2014, a presidenta Dilma Rousseff tinha 2,16 milhões de seguidores em sua conta no Twitter, enquanto, na mesma data, a sua página no Facebook tinha 232.896 curtidas.

a transição do ethos de Dilma Rousseff. A imagem de Dilma nas redes sociais se beneficiou da simpatia conquistada pela sua *fake*, a Dilma Bolada, que comenta eventos relacionados à presidenta de forma humorística. A quantidade de curtidas³ que essa personagem tem no Facebook é muito superior à da presidenta. O sucesso de Dilma Bolada pela rede social foi tamanho que motivou a verdadeira Dilma a encontrar com a sua *fake*⁴.

Muitos analistas políticos afirmaram que provavelmente o candidato de oposição ao PT, Aécio Neves, caso não existisse a internet como ferramenta informacional, teria ganhado o pleito de 2014, o que mostra o quão poderosa é a internet para a comunicação política.

O mesmo se pode dizer do processo de impeachment, na Câmara dos Deputados, em 2016. Milhões de cidadãos brasileiros, que vivem no Brasil e no exterior, puderam acompanhar a votação pelo “sim” no dia 17/04/2016 pela internet e toda a discussão feita pelos líderes dos partidos nos dias que antecederam à votação de forma *on line*. De fato, a participação cidadã, com a popularização do serviço de internet, não apenas aumentou pelo facilitado acesso à informação, como, sobretudo, diversificou os meios e as fontes de acesso, fazendo com que a pluralidade de opiniões viesse a conviver (mesmo que, em alguns casos, problematicamente) pelas redes sociais *on e off line*.

Pudemos acompanhar pelas redes sociais, a principal fonte de diversidade de registros no plano da comunicação, a

3 Em consulta feita em 13/02/2014, a página de Dilma Bolada no Facebook tinha 1.028.550 curtidas.

4 Notícia sobre o encontro foi publicada no jornal Folha de S. Paulo em 27/09/2013. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/09/1348352-dilma-bolada-entrevista-presidente-dilma-em-brasilia.shtml>

disputa entre setores conservadores da sociedade contra Dilma Rousseff, posta pela abertura do processo de impeachment contra a presidenta.

Tendo em vista esse cenário linguístico, político e comunicacional, esta pesquisa se situa no campo de investigação da linguagem no domínio discursivo jornalístico e se desenha procurando identificar e analisar as estratégias discursivas usadas para a construção da imagem da presidenta do Brasil, Dilma Rousseff, em um veículo comunicativo formador de opinião pública, a revista *Veja* (versão *online*), ao mesmo tempo em que, ao fazê-lo, constrói seu próprio ethos. 🖱️

2. O problema e o percurso

Nesta investigação, consideramos que o ato de linguagem é organizado por um sujeito dotado de intenções, situado em um contexto sócio-histórico definido. Isso nos leva a considerar, junto com Krieg-Planque (2011), que os fatos de discurso devem militar pelo reconhecimento de um real histórico e humano. Interessa-nos investigar as formas de significação, em práticas sociais no âmbito da enunciação digital, em que se faz ecoar um ethos para *Veja* a partir da imagem que a revista cria para Dilma Rousseff com o uso de sintagmas nominais adjetivados (SAdj). Buscando inspiração em Benveniste (2014) sobre o que é significar, pretendemos encontrar, na materialidade linguística a serviço do funcionamento da linguagem, as propriedades significantes que criam uma imagem de si a partir de uma imagem do outro. Mais detalhadamente, como a revista *Veja* faz circular imagens de Dilma recorrendo a imaginários sociais compartilhados por seu público leitor criando, também, uma imagem para si.

Esta pesquisa se situa, teoricamente, no quadro discursivo da teoria semiolinguística de análise do discurso, com o qual as demais teorias aqui arroladas dialogam no intuito de analisar e compreender a construção da imagem da presidenta Dilma Rousseff por uma fração da opinião pública representada pela revista *Veja*.

O percurso teórico apresentado foi realizado tendo em vista a necessidade de serem definidos alguns objetivos, que foram agrupados em dois conjuntos: objetivos gerais e objetivos específicos.

Os **objetivos gerais** são:

1. Apresentar a teoria semiolinguística de análise do discurso, conforme proposta de seu fundador, Patrick Charaudeau, para discutir o papel do *sujeito* Dilma Rousseff na construção dos sentidos de texto e de discurso, as noções de contrato de comunicação e de imaginários sociodiscursivos.
2. Investigar o conceito de ethos no contrato comunicativo estabelecido pela revista *Veja* com os seus leitores, verificando as máscaras usadas pelo sujeito comunicante, de forma que essa imagem do sujeito – após

descoberta – permita uma leitura mais crítica do texto em questão, por se tornarem conhecidos não só o contexto em que o texto foi produzido, mas também as estratégias discursivas empregadas para influenciar o leitor.

3. Organizar um *corpus* com o qual seja possível analisar as discussões e os conceitos descritos nos itens anteriores. Para tal, o *corpus* é constituído de artigos de opinião escritos para o meio digital que fazem referência à presidenta Dilma Rousseff e/ou ao governo petista e são elaborados, preferencialmente, com recursos hipermodais e/ou multimodais.

Os **objetivos específicos** que norteiam a pesquisa são:

1. Investigar a relação entre imaginários sociodiscursivos e as imagens do sujeito Dilma Rousseff na construção de estereótipos.
2. Analisar a categoria dos Sintagmas Adjetivados (SAdj) na ativação de imaginários sociodiscursivos geradores de quais estereótipos para Dilma Rousseff.
3. Articular o discurso verbal e os aspectos visuais de sua composição, buscando identificar as marcas impressas pelo sujeito nos enunciados construídos com recursos visuais e *hiperlinks* e com mais de um modo de linguagem, se houver.

Os objetivos gerais e específicos que esta pesquisa têm traçados apoiam-se em **hipóteses** por nós levantadas na definição do nosso objeto. São elas:

1. Quanto ao *procedimento de análise*:

Nossa hipótese é de que é possível traçar um caminho de intencionalidade percorrido pela revista *Veja* a partir da imagem construída para Dilma Rousseff fazendo um mapeamento das estratégias discursivas usadas pela revista, sendo a mais importante delas a caracterização da presidenta pelo recurso linguístico da adjetivação, no período que antecede e procede a eleição presidencial de 2014.

2. Quanto ao *gênero* analisado, supomos que:

A maior quantidade de texto verbal em relação a texto visual no gênero artigo de opinião revela que, na composição do gênero, o uso de imaginários sociodiscursivos apelam para a sensibilidade do leitor por meio de imagens e o uso de estratégias de aproximação com o imaginário do leitor se dá pela modalidade verbal com vistas à construção de estereótipos.

3. Quanto ao *uso linguístico*:

Nossa hipótese é de que a classe dos adjetivos é altamente produtiva na caracterização de uma imagem negativa para Dilma Rousseff. As escolhas lexicais, como estratégias enunciativas, mostram os valores de *Veja* para os seus leitores e, no caso dos adjetivos, a finalidade do seu emprego pode ser criar uma suposta objetividade para a caracterização nominal de Dilma Rousseff.

A criação de imagens de si e do outro fazem referência não só ao que os Estudos Culturais e a Sociologia chamam de fragmentação da identidade, mas, sobretudo, à fragmentação da alteridade (FABBRI, 2015), que vai colocar o problema da construção de uma identidade coletiva, isto é, qual é o posicionamento do sujeito em relação a uma comunidade. Nessa esteira, como *Veja* se coloca diante da sua comunidade de pertencimento? Que comunidade é essa? Quais estratégias ela usa para fazer circular nessa comunidade os traços de identidade que a mantêm unida e que a separam da alteridade representada por Dilma Rousseff? São essas as questões que nos guiam para chegarmos aos objetivos a que nos propusemos com esta investigação. 🖱

3. TEORIA SEMIOLINGUÍSTICA DE ANÁLISE DO DISCURSO



*A linguagem é um poder,
talvez o primeiro poder do homem.*

Patrick Charaudeau

Neste capítulo, faremos uma apresentação dos principais pontos abordados pela teoria semiolinguística de análise do discurso estruturantes do nosso trajeto teórico. Passaremos pela conceituação do termo semiolinguística, segundo o seu fundador, Patrick Charaudeau, distinguiremos as noções sentido de língua e sentido de discurso, falaremos sobre a importância dos sujeitos de linguagem para a análise teórica, bem como sobre os processos de produção da linguagem, o contrato de comunicação e os circuitos do ato de linguagem.

3. Teoria semiolinguística de análise do discurso

Realizar um estudo linguístico sobre o discurso requer do analista, antes de iniciar propriamente a análise, adotar uma concepção de linguagem e de discurso. Neste trabalho, consideramos a linguagem um processo de interação sob a responsabilidade de um sujeito dotado de intenções. O ato de uma linguagem é um quadro de ação, que emoldura uma *mise-en-scène* na qual um sujeito se define em relação a um outro em seus modos de agir. É pelas propriedades da linguagem que o sujeito “está no mundo”. Isso quer dizer que o sujeito faz uso da língua não apenas para exteriorizar seus pensamentos ou com uma mera função referencial, mas como forma de atuar no mundo, visando a interagir com outros sujeitos para produzir efeitos de sentido em uma situação comunicativa sócio-histórica e ideologicamente marcada. Dessa perspectiva, Bakhtin (1981) vê que

A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas linguísticas nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da interação verbal, realizada através da enunciação ou das enunciações. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua (BAKHTIN, 1981, p. 92).

Se a interação é um fenômeno social, nela estão envolvidos sujeitos cujos papéis precisam ser situados na atividade discursiva. Sob esse aspecto, concordamos com Charaudeau (1999) sobre o sujeito ser sobredeterminado pelas circunstâncias discursivas e portador de discursos que revelam seu posicionamento social.

A teoria semiolinguística da análise do discurso compreende o sentido, no projeto de linguagem, na relação forma-sentido, sob a responsabilidade de um sujeito que tem um projeto de influência desenhado em um cenário enunciativo do qual participa um outro sujeito, a quem se destina o ato de linguagem.

Uma análise do discurso, qualquer que seja, deve delimitar seu objeto de pesquisa, sua metodologia e seu instrumental. A proposta semiolinguística de Charaudeau (2005) analisa o sentido em diferentes sistemas semiológicos, o que

justifica a nossa adoção por essa teoria, uma vez que analisamos a construção da imagem da presidenta Dilma Rousseff em um meio de comunicação digital.

Nosso projeto compreende as características dos comportamentos linguajeiros de *Veja*, o seu “como dizer”, em função das condições psicossociais que restringem a situação de comunicação estruturada no contrato de comunicação que a revista estabelece com os seus leitores. Nossa análise será permeada da matéria semiológica verbal e icônica, estratificadas em níveis de análise autônomos, estudando a sua interação seja no nível contrastivo, opositivo, seja convergente (CHARAUDEAU, 2005).

3.1 Conceituação

Antes de apresentarmos o quadro teórico da análise semiolinguística do discurso, é mister conceituar a semiolinguística nas palavras de seu fundador, Patrick Charaudeau, para quem o termo “semiolinguística” tem origem em

Semio-, de “semiosis”, evocando o fato de que a construção do **sentido** e sua configuração se fazem por meio de uma relação forma-sentido (em diferentes sistemas semiológicos), sob a responsabilidade de um sujeito intencional, com um projeto de influência social, num determinado quadro de ação; *lingüística*, para destacar que a matéria principal da forma em questão – a das **línguas naturais** –, por sua dupla articulação, pela particularidade combinatória de suas unidades (sintagmático-paradigmática em vários níveis: palavra, frase, texto), impõem um procedimento de semiotização do mundo diferente das outras linguagens (CHARAUDEAU, 2005, p. 13).

Embora Charaudeau (2005) dê destaque ao papel das línguas naturais como materialidade analítica da semiolinguística, outras formas semiológicas são também participantes do processo de semiotização do mundo, mesmo que sob a dominância da linguagem verbal. A conceituação de Charaudeau encontra eco na questão colocada por Benveniste (2014, p. 109) sobre a *relação de interpretação entre sistemas*. O linguista indaga se a interpretação de um sistema se dá por ele próprio ou por outro

sistema, e conclui que o único sistema semiológico capaz de autoindagar-se é a língua, que é o único capaz, também, de explicar os demais.

O processo de semiotização do mundo a que se refere Charaudeau (2005) é duplo: primeiramente, ocorre um *processo de transformação*, no qual um “mundo a significar” passa a ser “mundo significado” pela ação de reconhecimento de um sujeito falante; e, em um segundo momento, ocorre em um *processo de transação*, no qual se estabelece um objeto de trocas com outro sujeito que desempenha um papel de destinatário desse objeto.

O processo de transformação (interno) seria o campo de atuação das identidades e o processo de transação (interno e externo) seria a área de atuação da alteridade, conforme ilustra a Figura 1:

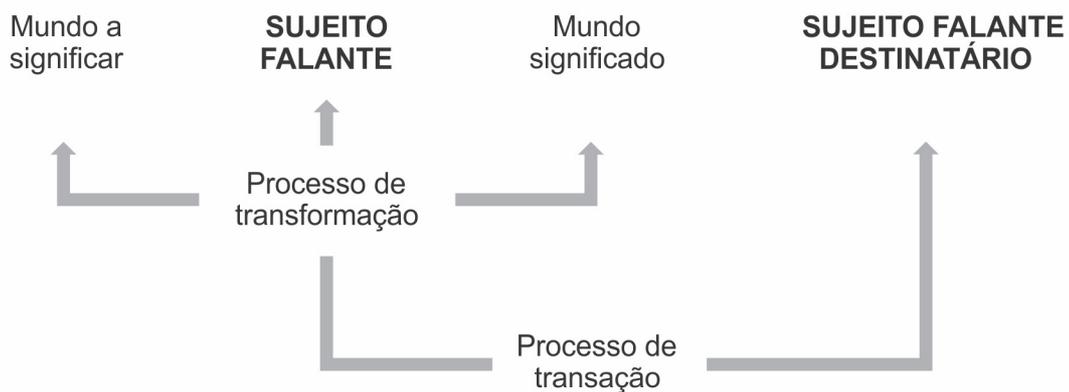


Figura 1 – Processo de semiotização do mundo (adaptado de Charaudeau, 2005, p. 14)

O processo de transformação é realizado pelo sujeito falante em quatro operações:

1. **Identificação:** o sujeito apreende dos fenômenos do mundo seres materiais e abstratos, reais e imaginários, conceitua-os e nomeia-os para que possa falar deles. É por essa operação de linguagem que os seres do mundo se transformam em “identidades nominais”.

2. **Qualificação:** os seres nomeados apresentam propriedades, características que os distinguem, os especificam, os tornam únicos. Por essa operação de linguagem, os seres do mundo se transformam em “identidades descritivas”.

3. **Ação:** os seres nomeados e descritos agem e sofrem ações, atuam em esquemas de ação que lhes conferem uma razão de ser. Os seres do mundo, por essa operação, transformam-se em “identidades narrativas”.

4. **Causação:** os seres do mundo, com suas qualidades, agem e sofrem ações em razão de certos motivos que os colocam numa cadeia de *causalidades*. A sucessão de episódios que lhes ocorre é explicada em “relações de causalidade”.

Já processo de transação se realiza de acordo com quatro princípios, a saber:

1. **Princípio de alteridade:** todo ato de linguagem se realiza entre dois parceiros em um processo de identificação e um processo de alteridade. Pelo primeiro, os parceiros vivenciam referências comuns; pelo segundo, eles desempenham papéis distintos na troca languageira como sujeito comunicante e sujeito interpretante. Esse princípio fundamenta o aspecto contratual do contrato comunicativo, pois é por ele que os parceiros se reconhecem e se legitimam. Ele define o ato de comunicação como fenômeno de troca entre dois parceiros, no qual tanto *eu* quanto *tu* se definem em relação ao outro. Portanto, o ato de comunicação é uma co-construção.

2. **Princípio da pertinência:** por esse princípio, os parceiros partilham um universo referencial comum que constitui a troca languageira, os saberes implicados no ato de linguagem, que podem ser: saberes sobre o mundo, valores psicológicos, sociais, comportamentais. Esse princípio exige que o ato de linguagem deve ser apropriado ao seu contexto e à sua finalidade.

3. **Princípio de influência:** relaciona-se com duas questões: 1ª) o interlocutor supõe que o projeto de fala do locutor é dotado de intenção, que dará ao ato

de linguagem uma motivação; 2^a) ambos devem compartilhar de um repertório referencial comum, sem o qual não podem dialogar. Além de saberes temáticos comuns, os parceiros devem partilhar conhecimentos sobre rituais linguageiros e as normas que os regulam. Todo ato de linguagem é produzido por um sujeito que visa a atingir o seu parceiro, seja no campo da ação, seja no campo da emoção, seja no campo do pensamento, logo todo ato de linguagem tem uma *finalidade intencional*.

Relaciona-se com a metáfora “linguagem é ação”, isto é, a intenção do falante deve motivar uma finalidade acional em seu destinatário. Para tal, aquele deve usar estratégias discursivas para executar o seu projeto de influência, tais como: estratégias de sedução, credibilidade, convicção, etc.

4. Princípio de regulação: este princípio está intimamente relacionado ao anterior, pois a toda influência pode corresponder uma contrainfluência. Para que não haja qualquer tipo de ruptura na troca linguageira, os parceiros “regulam” o *jogo de influências* recorrendo a estratégias no interior de um quadro situacional onde haja uma intercompreensão mínima. Este princípio determina as condições para que os parceiros se reconheçam como sujeitos legitimados a participar do ato de linguagem e as condições para que o ato prossiga e cumpra a sua finalidade. Por este princípio, são colocadas em cena estratégias que assegurem a continuidade ou a ruptura da troca comunicativa pela: aceitação/rejeição da fala do outro; valorização/desvalorização do parceiro; reivindicação/afirmação, da parte do sujeito comunicante, de sua identidade.

O funcionamento dos processos de identidade e alteridade no ato de linguagem serão apresentados na seção 2.3, na qual veremos como eles atuam sobre os sujeitos da linguagem. Antes, é importante entendermos a diferença entre sentido de língua e sentido de discurso para a teoria semiolinguística.

3.2 Sentido de língua e sentido de discurso

A finalidade do ato de linguagem, na teoria semiolinguística, não está apenas em sua configuração verbal; ela deve ser buscada no jogo que o sujeito enunciador estabelece com o seu parceiro de linguagem e com o objeto de seu enunciado. Tratando-se de um jogo, os lances de sentido podem ser muitos, configurando-se como um jogo de relações aberto e variável no qual o texto, como um conjunto de signos, atua no discurso com um sentido potencial, ou, como diz Charaudeau (1999, p. 31), os signos atuam no discurso com uma “proposição de sentido”.

A respeito do jogo da linguagem, Charaudeau (2012a) propõe que o ato de linguagem tem dupla face: uma *explícita* e outra *implícita*. A face explícita diz respeito à *simbolização referencial*, que se origina de operações de oposição (paradigmas) e de combinação (sintagmas) entre os signos. A partir dessas duas operações, surge aquilo que é manifestado no ato de linguagem, ou seja, o explícito. Já a face implícita requer dos sujeitos participantes do ato de linguagem conhecimento das circunstâncias discursivas que o envolvem.

Da relação entre a face explícita e a face implícita, pode-se dizer que é realizada a totalidade discursiva do ato de linguagem, isto é, institui-se a *significação* desse ato. Charaudeau (2012a) usa o termo *significação* considerando que o sentido de um enunciado surge da situação em que ele é empregado, abarcando, portanto, as dimensões explícita e implícita – não estando, portanto, o sentido já significado e, previamente, o sentido já dado pelo signo. O que Charaudeau chama de atividade serial do ato de linguagem une uma multiplicidade de relações sentido-forma que atua impedindo uma correspondência fixa entre a forma e o sentido. Por isso, o pesquisador prefere usar a noção *marca linguística*, no intuito de destacá-la como uma parte da matéria significante que funciona, de forma provisória, “ajustando” o sentido.

A instabilidade é uma marca linguística do referente signífico porque ele não é pré-existente, mas elaborado no curso da atividade discursiva e reeditado nas circunstâncias do discurso que o evoca. Mondada e Dubois (2014, p. 19) sublinham

a consideração da instabilidade constitutiva das categorias cognitivas e linguísticas no lugar da pressuposição da estabilidade “*a priori* das entidades no mundo e na língua”. Quando o processo atinge a sua estabilidade, cria efeitos de objetividade e de realidade, mesmo a atribuição de significâncias ao objeto passando pelos filtros das representações dos sujeitos. É nesse sentido que os estudos de referenciação destacam que uma pessoa, por exemplo, pode ser identificada de diferentes maneiras, de acordo com o ponto de vista ideológico do categorizador. Há procedimentos linguísticos que ressaltam certos aspectos de uma cena atraindo a atenção do leitor ou interlocutor para um ponto particular.

O ato de linguagem compreende uma problemática sobre o signo, pois é simbolizado referencialmente pela dimensão explícita e é significado na relação desta com a dimensão implícita. Isso quer dizer que o signo tem sua significação completada no discurso, por meio do qual adquire uma certa estabilidade. É no ato de linguagem que o signo significa e torna-se vivo. O signo é múltiplo porque “pode ter mais de um Objeto” (PEIRCE, 2005, p. 47). Assim também Charaudeau (2012a) entende a questão ao explicar que as “constantes de sentido” se devem aos usos do signo em contextos semelhantes e em contextos diferentes, provocando a sedimentação do sentido.

Bakhtin (1981) também tem essa mesma percepção ao dizer que qualquer modificação provocada pela organização social ou pelas condições em que a interação se realiza ocasiona uma alteração no signo, que é o resultado de um consenso entre sujeitos socialmente organizados em um processo interacional. Isso mostra que o ato de linguagem é o resultado de uma articulação *estrutural* (responsável pela simbolização referencial) e *serial* (responsável pela significação). Já Ricouer (1990) entende a significação como a permanência do evento discursivo, isto é, todo discurso é efetuado como evento e compreendido como significação. Não interessaria para o filósofo analisar o evento em si, porque ele é escapatório, sendo o perene dele a sua significação.

A problemática sobre o sentido é discutida, aqui, considerando a distinção proposta por Charaudeau (1995, 1999, 2012) entre sentido de língua e sentido de

discurso. Devemos entender, primeiramente, que, em uma situação comunicativa, os sujeitos nela envolvidos não se atêm estritamente ao sentido das palavras, mas sim à significação social em que são usadas, isto é, com o exterior que, de certa forma, as configura. Em segundo lugar, é a competência comunicativa dos sujeitos de linguagem que distingue o sentido de língua do sentido de discurso. Dos dois lados do processo enunciativo, deve haver um sujeito competente por compreender o projeto de linguagem, que ultrapassa o mero conhecimento das regras combinatórias entre as palavras e as frases. Os sujeitos implicados no ato de linguagem estão em uma relação subjetiva e intersubjetiva atravessada pela marca de intencionalidade. Contrariamente ao sentido linguístico, pelo qual o sujeito usaria a linguagem como referente do mundo, o sentido de discurso instaura uma opacidade entre a linguagem e o mundo, pois o signo não tem um valor autônomo e absoluto. O signo tem potencialidades significativas porque o sentido discursivo está ancorado no próprio processo enunciativo e nos sujeitos que se (re)definem nas relações que o processo estabelece.

Em suma, o sujeito que enuncia deve ativar seu conhecimento linguístico para construir um significado literal ou explícito, pelo lado do sentido de língua, observando as relações coesivas tecidas no texto. Como isso não é suficiente para estabelecer um acordo comunicativo com outrem, é preciso, ainda, que o sujeito chegue ao sentido do discurso, acionando para isso, conforme Monnerat (2005, p. 102), “fatores e mecanismos de ordem situacional, discursiva e interacional”.

A problemática do sentido é colocada por Charaudeau (1995) como um questionamento sobre se o sentido está no texto ou fora dele, ou seja, se ele está determinado pelas condições de produção do discurso. Esse caráter ambivalente do texto apontaria, por um lado, para a sua interioridade, e o texto, considerado fora de suas circunstâncias de produção seria, em efeito, portador de um sentido; e, por outro lado, voltado para a exterioridade, o texto seria aberto, plural e portador de várias vozes.

Do centro dessa discussão, Charaudeau (1995, p. 10) diz que o texto é a resultante de diversos componentes de um processo chamado *processo de comunicação*, que consiste em uma transação de sentido entre dois participantes ligados, em parte, por

uma mesma finalidade acional. Esse sentido é o resultado de uma coconstrução, e ele se realiza plenamente quando o processo é finalizado.

Devido, então, ao caráter aberto do signo, são as *circunstâncias do discurso* que atribuem a ele significação. As circunstâncias do discurso são os supostos saberes compartilhados entre os *protagonistas* do ato de linguagem. Esses saberes dizem respeito a práticas sociais partilhadas e a filtros que esses protagonistas da linguagem usam para construir o sentido do ato de linguagem.

Posta essa reflexão, definimos a significação, conforme o faz Charaudeau (2012a, p. 35), como “uma manifestação linguageira que combina signos em função de uma intertextualidade particular e que depende de *Circunstâncias de discurso* particulares”.

3.3 Os sujeitos da linguagem

O ato de linguagem, na teoria semiolinguística, é organizado por um sujeito dotado de intenções situado em um contexto sócio-histórico definido. Essa postulação coloca o sujeito EU no centro da cena discursiva, por ser ele o produtor inicial do ato de linguagem. EU organiza o seu ato de linguagem no intuito de influenciar um outro sujeito da cena discursiva (TU), que tem o estatuto de sujeito porque não é um mero receptor da informação dirigida por EU, conforme se acredita na teoria da comunicação clássica. TU é um sujeito agente em duas atividades: a de *construir* o sentido do ato de linguagem elaborado por EU e a de *realizar* o sentido proposto por esse ato.

EU tem um projeto de fala dotado de intencionalidade e supõe que TU compartilhe de saberes que o colocam como seu parceiro nesse ato. TU, por sua vez, interpreta o projeto de EU de acordo com o seu ponto de vista sobre este e sobre o referente simbolizado pelo ato de linguagem.

Podemos dizer, com Charaudeau (1983), que TU não é um mero receptor da mensagem de EU, mas sim um sujeito que constrói uma interpretação em função do ponto de vista que tem da circunstância do discurso e, por consequência, do

EU. Por isso, entende-se que há dois sujeitos destinatários do ato de linguagem: TU-interpretante (TUi), que não é o mesmo que o TU-destinatário (TUd) ao qual se dirige o EU. Pela razão de existirem dois TU, TUi faz uma interpretação de uma suposta imagem de EU, que pode ser diferente da que EU acredita ou queria ser. Resumidamente, EU se remete a um TUd que ele crê adequado ao seu projeto linguageiro, mas que pode não sê-lo (TUi), por não corresponder à imagem que EU fabricou para TU (TUd). Ao mesmo tempo, EU pode descobrir-se um outro sujeito suposto por TUi, assumindo, também, um duplo: EUc (ser social) e EUe (ser de fala forjado por EUc no ato enunciativo).

Os sujeitos de linguagem se encontram em dois processos de produção da linguagem, que serão vistos a seguir.

3.4 Os processos de produção da linguagem

Charaudeau (2012a) propõe que o ato de linguagem é um encontro dialético entre dois processos:

- 1 – **Processo de Produção:** elaborado inicialmente por um EUc e dirigido a um TU-destinatário.
- 2 – **Processo de Interpretação:** elaborado por um TU'-interpretante, que constrói uma imagem de EU' do locutor.

O ato de linguagem é um fenômeno linguageiro de intercomunicação entre quatro sujeitos que participam de dois universos (social e discursivo), conforme podemos visualizar no esquema a seguir:



Figura 2 – Sujeitos de linguagem (adaptado de Charaudeau, 2012a)

EU e TU desdobram-se no ato de linguagem. EU se desdobra em sujeito comunicante (EUc) e em sujeito enunciador (EUe). EUc é um *ser social* constituído de uma identidade social. É o EUc o gerador-produtor do ato de linguagem, o *locutor* do projeto de fala. Já o EUe é um *ser de fala* sempre presente no ato de linguagem. Do lado do processo de produção, EUe é uma *imagem de enunciador* construída pelo sujeito produtor de fala (EUc), configurando-se como um *traço de intencionalidade* do EUc. Visto pelo lado do processo de interpretação, o EUe é uma imagem de enunciador construída por TUi como uma hipótese da intencionalidade de EUc.

Do outro lado do circuito do ato de linguagem está o destinatário do projeto de fala do EU: o TU. TU desdobra-se em sujeito destinatário (TUd) e em sujeito interpretante (TUi). O TUd é o *interlocutor idealizado* pelo EUc como sujeito adequado a quem dirigir seu ato enunciativo. O EUc é quem tem o domínio inicial sobre o ato de enunciação e fabrica um TUd capaz de interpretar a sua intenção de fala. O TUi está fora desse ato enunciativo criado pelo EUc, por tratar-se do ser responsável pela interpretação do ato dirigido ao TUd. O TUi está sempre presente no ato de linguagem e, virtualmente, no seu ato de produção. O papel de TUi nesse jogo é *reconhecer ou recuperar a imagem* de TUd que EUc idealiza para o sucesso do ato de linguagem. Entretanto, TUi pode aceitar essa imagem, identificando-se com TUd, ou rejeitá-la, se não se identificar com TUd.

Tanto EUC quanto TUD são seres presentes no ato de produção de linguagem, porque um é instituído como emissor do ato e o outro como destinatário dele. EUE é uma máscara colocada sobre EUC, que, caso esteja consciente disso, pode jogar com fins estratégicos para mascarar EUC (que pode coincidir com EUE). EUC depende do conhecimento de TUI sobre ele, logo aquele pode ser (re)conhecido diferentemente se um mesmo ato de fala for interpretado por dois TUI distintos. Como propõe Charaudeau (1983), todo ato de linguagem é um espaço de estratégias para EUC e de possibilidades interpretativas para TUI.

3.5 O contrato de comunicação

O ato de linguagem é um desafio lançado por um sujeito enunciador (EUE) a um sujeito destinatário (TUD) em um projeto de comunicação. Charaudeau (2012a) diz que o ato de linguagem pode ser considerado, do ponto de vista de sua produção, uma expedição e uma aventura. Uma expedição, em seu aspecto interacional, porque o ato de linguagem é parte de um projeto global de comunicação planejado por um sujeito comunicante, responsável por organizá-lo de acordo com o conjunto de competências de que dispõe. O sucesso do ato de linguagem deve-se à coincidência entre o que concebeu para organizar o ato e a idêntica interpretação por parte do sujeito interpretante (TUI) e do sujeito destinatário (TUD).

EUC precisa organizar conhecimentos linguísticos e saberes sociais, ou seja, toda a sua competência disponível, ponderando o que lhe é permitido enunciar de acordo com uma relação de manobra e restrição que a situação comunicativa lhe impõe. Para chegar ao fim desse desafio de forma satisfatória ao que planejou, EUE precisa lançar mão de *contratos* e *estratégias* (CHARAUDEAU, 2012a, p. 56).

O conceito de *contrato* pressupõe a participação de indivíduos que fazem parte de um mesmo conjunto de práticas sociais. Bakhtin (1981) nomeia o contrato como esfera da relação social organizada. Locutor e ouvinte devem pertencer a uma mesma comunidade linguística e social, além de estarem envolvidos em uma mesma situação

de comunicação. “É apenas sobre este terreno preciso que a troca linguística se torna possível; um terreno de acordo ocasional” (BAKHTIN, 1981, p. 50).

Charaudeau (2012a), acerca da noção de contrato, diz que os sujeitos envolvidos no ato de linguagem devem pertencer à mesma comunidade de práticas sociais para terem representações languageiras análogas. O papel do EUC nesse acordo, ou melhor dizendo, nesse contrato, é, primeiramente, considerar que o sujeito destinatário (TUD) do seu ato de linguagem partilha consigo de saberes mínimos, quer dizer, que TUD reconheça o seu ato de linguagem e a intencionalidade que dele emana para poder corresponder ao projeto de intenções de EUC. Portanto, a ideia de contrato indica um acordo de vontades entre sujeitos que partilham de práticas sociais que são realizadas por trocas languageiras próprias desse conjunto de representações sociodiscursivas.

A ideia de *estratégia* está relacionada à organização das intenções do sujeito comunicante (EUC) para produzir efeitos sobre o sujeito interpretante (TUI), de modo que este se identifique com a idealização que EUC projeta no sujeito destinatário (TUD) de seu ato de linguagem. Para tal, EUC recorre a procedimentos organizacionais para regular o seu ato de linguagem. Um deles é fabricar para si mesmo uma imagem de enunciador (EUE) que seja digna de confiança para TUD. Esse fenômeno estratégico é o da *legitimação*. Se EUC sabe que tem credibilidade no espaço externo (por exemplo, a autoridade do saber de um professor em sala de aula), a imagem de EUE a ser criada é investida de legitimidade no espaço interno (por exemplo, o professor estipular um prazo de entrega de trabalho porque é investido de um poder institucional para fazê-lo).

A encenação intencional de EUC pode ser revista, corrigida e, até mesmo, mal recebida por TUI, que, à sua maneira, interpreta os contratos e as estratégias lançadas por aquele. Por isso, o ato de linguagem é considerado, além de uma expedição, uma aventura, porque “embarcar” nele é assumir o risco de não ser compreendido por TUI. Os riscos podem ser devidos: 1) ao TUI ser incapaz de dominar os efeitos produzidos na instância de comunicação; 2) ao EUC ser incapaz de dominar seu próprio inconsciente e deixar transparecer pistas que não foram explicitadas em seu ato de linguagem, produzindo em TUI efeitos indesejados ou imprevistos; 3) ao TUI não ser consciente

do contexto sócio-histórico que originou o ato comunicativo, alterando, pois, a sua interpretação sobre ele.

Ao considerar a sobredeterminação das circunstâncias de discurso aos quatro sujeitos da linguagem, que estão configurados em um duplo circuito (externo e interno), deve-se levar em conta, ainda, aquilo que Charaudeau (2012a) chama de *implícito codificado*, que é o resultado da relação imaginada entre EUc e TUi, a qual irá defini-los no jogo discursivo. Nessa relação imaginada, as duas partes ocupam um espaço de convivência discursiva que lhes permite ter uma interpretação comum sobre um objeto referencial.

Dito isso, o ritual sociolinguageiro, do qual depende o implícito codificado, é nomeado por Charaudeau como *contrato de comunicação*, que é constituído “pelo conjunto de restrições que codificam as práticas sociolinguageiras, lembrando que tais restrições resultam das condições de produção e de interpretação (*Circunstâncias do discurso*) do ato de linguagem” (CHARAUDEAU, 2012a, p. 60).

Se é o contrato de comunicação que vai definir os estatutos dos sujeitos da linguagem, as estratégias discursivas que são usadas por eles devem ser analisadas em função desse contrato.

Não obstante, o sujeito comunicante pode fazer uma má previsão sobre o sujeito destinatário ou, ainda, o próprio sujeito interpretante pode rejeitar - ou assumir com alguma reserva - a imagem dele construída. Em ambos os casos, a eficácia do ato de comunicação terá sido comprometida. Portanto, o ato comunicativo é complexo porque nele estão envolvidos diferentes sujeitos que atuam em um jogo no qual precisam ocupar um espaço de restrição e de manobra para atingir a completude do ato.

Por isso, a significação não se restringe ao ato de linguagem em si (espaço interno), mas considera também o mundo em que vivem os sujeitos (espaço externo). Em uma análise do discurso, devem ser relacionadas as operações em cada um desses espaços e entre eles. A análise do discurso que nos interessa põe luz sobre a influência social (espaço externo) que os sujeitos exercem pela linguagem e pela construção do sentido que operam em suas realizações textuais (espaço interno), isto

é, como os sujeitos usam a língua para construírem textos postos em circulação em discursos que satisfaçam seu campo de (atua)ção sobre o outro.

No espaço externo, estão as pessoas reais, seres sociais, dotadas de intenções: o sujeito *comunicante* e o sujeito *interpretante*. Já no espaço interno, virtual, há os sujeitos da fala – o *enunciador* e o *destinatário* –, responsáveis pelo ato de enunciação, os quais seriam um tipo de máscara usada pelos sujeitos do espaço externo. A esse jogo de encenação (*mise-en-scène*), Charaudeau chama *Contrato de Comunicação*.

Os seres sociais e psicológicos são chamados por Charaudeau (2012a) de *parceiros* do ato de linguagem. Embora externos ao ato, são eles quem definem os traços identitários pertinentes ao ato de comunicação considerado. Já os seres de fala são os *protagonistas* da enunciação, porque são internos ao ato de linguagem, no qual são definidos seus papéis languageiros. Um desses protagonistas é o *Enunciador* e o outro é o *Destinatário*, a quem o Enunciador destina o seu ato ao atribuir-lhe um lugar em seu discurso.

Para Charaudeau (2012a), não existe o ato de comunicação em si: o dito deve estar vinculado às suas condições de produção. Por isso, é necessário considerar o *contexto discursivo*, o qual designa os atos languageiros que já existem na sociedade e que intervêm na compreensão e na interpretação do texto – dito de outra forma: atos que surjam de um movimento centrífugo. O estudioso acredita que um texto considerado fora de suas condições de produção é portador de sentido, mas de um sentido aberto, plural. Por outro lado, se são consideradas as circunstâncias de produção, o sentido é filtrado, organizado, passa a ser tomado segundo o projeto de fala do sujeito comunicante. Assim, para o analista, *interpretar* é o ato no qual o sujeito interpretante formula hipóteses sobre o saber do sujeito enunciador e sobre os pontos de vista postos em cena em função do propósito languageiro (já que toda interpretação é um processo de interação) (CHARAUDEAU, 1983).

A totalidade significativa de um texto é configurada por uma vasta gama de potencialidades significantes que não são totalmente acessadas por TUD e, logo, é ativada de maneiras diferentes porque depende “dos saberes supostos que circulam entre os

protagonistas” (CHARAUDEAU, 2012a). Como o ato de linguagem é um ato interenunciado entre quatro sujeitos, deve-se buscar alcançar uma *zona de intercompreensão*, que é uma suposição sobre o grau de reconhecimento entre o sentido de discurso projetado por EUc e o construído por TUi. Na zona de intercompreensão, há o cruzamento entre os saberes compartilhados pelos sujeitos, que permite o entendimento mútuo entre eles. Há, também, zonas que dizem respeito a diferenças de significação entre os sujeitos, conforme podemos visualizar na figura a seguir:

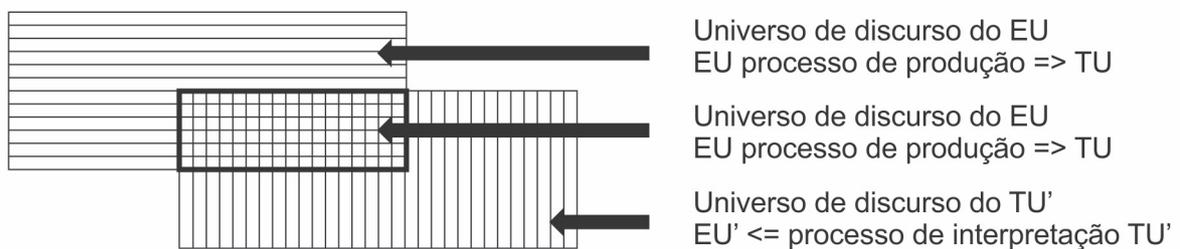


Figura 3 – Universo de discurso (adaptado de Charaudeau, 2012a, p. 45)

O sujeito interpretante (que não é o TUd ao qual se dirige EU), para realizar um processo interpretativo que recupera a imagem de destinatário idealizado por EU, deve levar em conta os universos de referências partilhados por eles, o que inclui “os saberes implicados no ato de linguagem em questão: saberes sobre o mundo, sobre os valores psicológicos e sociais, sobre os comportamentos, etc.” (CHARAUDEAU, 2005, p. 15).

O nosso *corpus* é constituído de artigos de opinião da revista *Veja*, gênero discursivo do domínio jornalístico, que está orientado, pressupostamente, pela visada de informação (ver mais sobre as visadas discursivas no capítulo 5), que coloca o EUc na condição de *fazer saber* a um público consumidor de informação (TUd), e pela visada de incitação, que coloca o EUe na condição de influenciar a opinião, ou até mesmo a ação, do público leitor.

O contrato que *Veja* estabelece com os seus leitores está atrelado ao seu dever de *fazer saber* ao cidadão porque, como instância midiática, a revista tem legitimidade para fazê-lo por ser um veículo integrante de um grande grupo midiático que representa a opinião pública que se opõe ao governo, mantendo o equilíbrio da “balança de opiniões” no regime democrático.

Fazendo uma analogia com o que Monnerat (2009) estabelece para o contrato de comunicação publicitário, o contrato de comunicação jornalístico estaria, então, em um circuito da informação que se utiliza de vários parceiros unidos por um contrato de interesse. No caso de *Veja*, os parceiros seriam empresários que anunciam no veículo, a força política com a qual o veículo tem afinidade ideológica e o público consumidor de informação, uma vez que *Veja* se trata de uma empresa geradora de lucro para si e para os seus anunciantes.

Vejamos no quadro a seguir como se configuram os circuitos externo e interno em *Veja*:

CONTRATO DE COMUNICAÇÃO JORNALÍSTICO	VEJA	
<p>CIRCUITO EXTERNO</p> <p>Participantes (seres sociais)</p>	<p>EUc (colunista): ator social que é um jornalista/comentarista e autor dos artigos de opinião da revista.</p>	<p>TUi (leitor-cidadão-consumidor de informação): coletividade que se alinha ideologicamente à revista, porque a lê para se informar sobre fatos sociais e políticos, ou pode ser um antagonista, que vai exercer o papel de “minar” a credibilidade da revista.</p>
<p>CIRCUITO INTERNO</p> <p>Protagonistas (seres de fala)</p>	<p>EUE (grupo <i>Veja</i>): aparece sob a máscara de um enunciador e é integrante de um conglomerado de poder que não pode ter seu nome explicitamente revelado sob pena de ferir o princípio democrático de a opinião pública oferecer e colocar em discussão fatos informativos. Como oposição, vai apresentar uma outra realidade melhor do que a mostrada pelo governo. O EU-grupo <i>Veja</i> não pode se revelar partidário ou como entidade representante de um partido, já que deve construir uma imagem isenta de sofrer pressão ou interferência de algum poder que não seja o de informar o cidadão, sob pena de perder sua credibilidade.</p>	<p>TUd (leitor-cidadão-consumidor de informação): é um sujeito-alvo duplo porque pode ser qualquer leitor interessado em consumir notícia, caso o EUE deseje ampliar o público consumidor da informação que produz, mas é, sobretudo, o público que já é leitor da revista e, portanto, compartilha das crenças que ela veicula.</p>

Tabela 1 – Contrato de comunicação jornalístico de *Veja*

Podemos afirmar que *Veja* é um veículo de comunicação conservador porque conserva não apenas os valores morais e culturais que a une aos seus leitores, orientados em defesa da liberdade de mercado e dos direitos individuais contra a intervenção do Estado, mas, também, conserva uma prática jornalística tradicional. Esta, pela força de seu discurso, amplifica a voz de grupos representantes das elites administrativa, política e econômica contra um inimigo público comum. Em seu estudo sobre a história da imprensa brasileira no século XIX e início do século XX, Barbosa (2010) expõe as tramas de interesses construídas das relações entre a imprensa e o governo, cujos cargos políticos eram ocupados pela elite econômica. Um dos homens mais poderosos do início da República, classificado como “homem de confiança do Presidente” (Campos Sales), é o principal acionista do *Jornal do Commercio*. Essa estreita relação é mantida até hoje entre o círculo de poder do qual fazem parte a política e a imprensa, pois ambas são o resultado do poder político, representado por dois componentes da atividade humana: o fazer político e o debate de ideias, os quais se definem em relações de força reguladas por um jogo de dominação.

Cada um o faz misturando linguagem e ação: no primeiro é a linguagem que domina; no segundo, a ação. O primeiro é o lugar de uma luta discursiva na qual muitos golpes são permitidos (manipulação, proselitismo, ameaças/promessas etc.), estando em jogo a conquista de uma legitimidade por meio da construção de opiniões; o segundo é o lugar onde se exerce o poder de agir entre uma instância política que se diz soberana e uma instância cidadã, sendo o desafio o exercício de uma autoridade mediante uma dominação feita de regulação e sanção (CHARAUDEAU, 2013a, p. 23).

A principal função dos meios de comunicação tradicionais, desde o início da história da imprensa no Brasil, é promover “a articulação entre os grupos dominantes, que centralizam, disciplinam e organizam ideologicamente as ideias, e o público para o qual devem ser difundidas” (BARBOSA, 2010, p. 183). Para legitimar essa articulação, a imprensa reafirma a sua independência em um imaginário de neutralidade e imparcialidade, produto de uma estratégia de credibilidade para o público, colocando-se acima dos partidos e dos grupos políticos. Ao jornalista cabe a função de base: ser

responsável (EUc) por essa articulação intelectual (EUe) ao desempenhar um poder simbólico que pode aumentar à medida que a sua notoriedade cresce entre o público (TUd). Esse é o lugar do poder da influência, a partir do qual EUe tem o poder de mobilizar cada vez mais o leitor para o seu campo de ação.

Para compreender como valores e saberes são criados e postos em circulação na esfera social que *Veja* alcança, é preciso entender o funcionamento das representações sociais, que será apresentado no capítulo 3. Para este momento, continuaremos no entendimento de como os sujeitos se relacionam nos circuitos do ato de linguagem, que é o resultado entre a dimensão explícita e a dimensão implícita presentes no jogo linguageiro, realiza-se condicionado: 1) às circunstâncias específicas do discurso; 2) ao encontro dos processos de produção e de interpretação; 3) à encenação de quatro entidades discursivas. Mostramos, a seguir, a representação proposta por Charaudeau (2012a) do ato de linguagem e dos sujeitos participantes do circuito desse ato:



Figura 4 – Circuito de linguagem

De acordo com Charaudeau (2012a), o quadro situacional é composto de dois circuitos de produção de saber:

1) **Circuito da fala configurada (espaço interno)**: onde se encontram os seres de fala (EUE e TUD) instituídos como imagem das representações languageiras das práticas sociais.

2) **Circuito externo à fala configurada (espaço externo)**: onde se encontram os seres sociais (EUC e TUI) instituídos por um saber partilhado de configuração do “real” (psicossocial) que sobredetermina esses sujeitos.

Os circuitos externo e interno correspondem a uma dupla representação do mundo a ser construída pelos sujeitos. Há o mundo que transita no espaço interno, que diz respeito à representação discursiva, e o mundo que transita no espaço externo, que corresponde à representação da situação de comunicação.

Como a categoria sujeito é central neste trabalho, que se baseia na análise semiolinguística do discurso, passemos ao próximo capítulo, no qual poderemos compreender melhor essa entidade em diferentes correntes teóricas da Linguística. 🖱

4. SUJEITOS E IDENTIDADES



Je est un autre.

Artur Rimbaud

Neste capítulo, discutiremos sobre a difícil conceituação da identidade para as ciências humanas e a sua inescapável importância para a análise discursiva na semiolinguística, após mapearmos, no âmbito das Linguística, o tratamento dado à noção de sujeito.

4. Sujeitos e identidades

Falar sobre a questão da identidade é um desafio, porque se trata de um conceito sobre o qual os estudos, no âmbito das ciências humanas, são relativamente recentes. Além disso, não há reflexões fechadas acerca da identidade, até mesmo pela razão de o próprio conceito carregar em si uma significação fluida e aberta. Como diz Bauman (2005, p. 16), buscar a identidade é “alcançar o impossível”. Embora a complexidade de analisar a identidade seja evidente, não podemos desviar o olhar dela. E, talvez, o desafio esteja justamente em contemplar as suas faces de Jano.

A identidade pode ser definida como uma forma por meio da qual o sujeito tenta estabilizar-se em seu mundo social, integrando-se nele por meio de quadros de referência que lhe garantam alguma estabilidade para a sua vida. Castells (1999) aponta um caráter mais generalizante para a identidade ao dizer que ela é “uma fonte de significado e experiência de um povo” (CASTELLS, 1999, p. 22), mas reconhece o seu caráter particular como processo de produção de significados culturais pelos atores sociais, identificando nesse percurso a autoconstrução. O sociólogo define *significados* como a própria identificação simbólica por parte do sujeito da estrutura identitária que o envolve.

Hall (2011), em sua investigação sobre se estaria havendo uma crise de identidade, define três estágios em que a experiência da identidade do sujeito sofreu transformações ao longo da história social: sujeito do Iluminismo, sujeito sociológico e sujeito pós-moderno.

O sujeito do Iluminismo era centrado, racional e individualista, já que a sua identidade era a essência do seu eu. O sujeito sociológico é aquele que já tem a sua identidade formada no convívio com outras pessoas que lhe são relevantes na medida em que trocam valores simbólicos culturalmente. Essa concepção mais sociológica do sujeito é decorrente das trocas simbólicas do capitalismo, sobretudo, no que diz respeito às estruturas que sustentam esse modo de produção econômico. Segundo Marx (2010), o modo produtivo material é composto de uma *infraestrutura*, formada

pela força de trabalho e pelos materiais de que essa força utiliza no processo produtivo, e de uma *superestrutura*, sobredeterminada pelo modelo econômico, que compreende as instituições que produzem a ideologia social. Nesse paradigma estruturalista, o indivíduo é situado no interior dessas estruturas, estando sujeito a elas.

No século XIX, os estudos sociais ganham espaço com a organização das novas ciências sociais: economia, psicologia e sociologia. Em geral, para as investigações sociológicas dessa época, a identidade do sujeito era formada na sua relação com a sociedade de forma bastante ampla. Esse modelo social ficou conhecido como “modelo sociológico interativo” (HALL, 2011, p. 32), caracterizado por uma *internalização* do exterior no sujeito, concomitantemente com uma *externalização* do interior do sujeito pela sua ação no mundo social. De acordo com os interacionistas simbólicos, “a identidade é formada na ‘interação’ entre o eu e a sociedade” (HALL, 2011), logo ela é uma complementação do mundo interno do sujeito e do mundo que lhe é externo.

Hall (2011) ainda nos lembra que, ao mesmo tempo em que o caráter social do indivíduo era discutido pelas ciências sociais no século XIX, surgia uma atitude de isolamento do indivíduo dessa mesma sociedade, da qual ele sentia uma sensação de deslocamento. Na literatura, por exemplo, Baudelaire, Kafka, Cesário Verde são alguns exemplos de autores que representaram esse estranhamento sobre a consciência da modernidade ante a massa social de que faziam parte. Mesmo estando corporificado na multidão, esse sujeito moderno lança para ela um olhar tangencial.

Convém mencionar a distinção que Castells (1999) faz entre *sujeito* e *indivíduo*. Para ele, tais categorias não são sinônimas. Sujeitos são considerados a partir de indivíduos, mas não se confundem com eles. O sujeito é um ator social por meio do qual o indivíduo alcança um significado para a sua experiência. O indivíduo só se investe da atuação de sujeito quando consegue atribuir uma identidade para si como ator social coletivo.

Ribeiro (2008), em emocionante explicação sobre a convicção de o índio ser índio, diz que a identificação é de foro íntimo, secreto; é algo que o sujeito sente em si que o faz ser convicto de ser quem é.

A questão da identidade, de acordo com a discussão proposta por Foucault (*apud* MARTIN, 1988), já havia sido discutida na Antiguidade com a declaração oracular “Conhece-te a ti mesmo”. Martin (1988) lembra a problematização de Foucault sobre o diálogo entre Sócrates e Alcebíades, do qual emerge a significação da proposição “O que é o eu?”, que se desdobra em duas teses: o *eu* é o mesmo e o *eu* transmite a noção de identidade. Logo a questão “O que é o eu?” se transforma em “Qual é a base em que eu devo encontrar a minha identidade?”.

Até o período medieval, a noção de indivíduo (ou sujeito, melhor dizendo) como hoje a pensamos, era inexistente. É a partir do Renascimento que essa noção se estabelece. A crise do sujeito – também representada pela arte barroca – foi provocada pela alteração de um ordenamento estável em sua vida.

Devido a essa conjuntura histórica, aquela identidade estável ou bem definida que o sujeito tinha torna-se fragmentada, composta por várias identidades não-fixas, não-regulares e em processos de (des)continuidade. O eu centrado de antes dá lugar a vários *eus* que se confrontam com uma rede de significações culturais que se transformam rapidamente, provocando no sujeito uma pluralidade de possíveis identidades com as quais ele pode alinhar-se. Esse sujeito é nomeado por Hall (2011) de sujeito pós-moderno.

Hall (2011) aponta cinco fatores que impactaram as ciências humanas no período denominado modernidade tardia (segunda metade do século XX). O primeiro deles é o legado do *pensamento marxista* no que diz respeito ao indivíduo ser subjugado às condições históricas que o sobredeterminam. De acordo com esse ponto de vista, o sujeito não pode ser agente de sua própria história porque está condicionado à história que lhe precede, estando obrigado a (con)viver com a herança material e cultural que encontra ao nascer.

O segundo fator do descentramento do sujeito é *psicanalítico*. Primeiramente, com a descoberta de Freud sobre o subconsciente, que teria um funcionamento diferente em relação ao pensamento racional. Isso significa que os desejos do homem e a sua formação identitária estariam em camadas mais profundas e menos evidentes

e, portanto, seriam interpretadas psíquica e simbolicamente pelo inconsciente. Em um segundo momento, Lacan insere o componente da alteridade nas suas análises ao dizer que a relação da criança com os sistemas simbólicos ocorre fora dela, quando então ela é capaz de representá-los. Seria essa entrada conflituosa no mundo dos sistemas simbólicos que resultaria na divisão identitária do sujeito.

A partir da apresentação desse segundo fator, Hall (2011) desenvolve o seu interessante conceito de *identificação* – em contraposição à identidade – por estar atrelado a um componente processual. Daí, então, o autor diz que

A identidade surge não tanto da 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, 2011, p. 39).

Por ser a identidade uma busca, ela se caracteriza por uma ausência. Entretanto, essa ausência nunca se completa, porque a nossa experiência com a exterioridade e com o outro nunca cessa, como um “trabalho sisifino”, para usar uma expressão de Barthes (2012, p. 64).

O terceiro descentramento examinado por Hall é *linguístico*. A língua é um sistema social de que o indivíduo faz uso sem, contudo, poder modificá-lo. De acordo com essa visão estruturalista da língua, o sujeito é sobredeterminado pela estrutura linguística. Ainda na esteira linguística, Hall apresenta a noção de instabilidade do significado de Derrida, quem considera o significado aberto a várias interpretações. É assim estabelecida a relação entre significado e identidade.

O significado é inerentemente instável: ele procura o fechamento (a identidade), mas ele é constantemente perturbado (pela diferença). Ele está constantemente escapulindo de nós. Existem sempre significados suplementares sobre os quais não temos qualquer controle, que surgirão e subverterão nossas tentativas para criar mundos fixos e estáveis (HALL, 2011, p. 42).

O quarto descentramento da identidade do sujeito emana da *genealogia do sujeito moderno* proposta por Foucault (1977), que destaca que um poder disciplinar age sobre o indivíduo regulando a sua vida por meio de instituições. Para que as instituições consigam agir sobre o sujeito, elas precisam individualizá-lo para que exerçam controle sobre ele. Por isso, Foucault (2008) fala da necessidade de se encontrar uma lei das enunciações e o lugar de onde elas vêm para descrever os lugares institucionais de onde os discursos são criados.

O quinto e último descentramento desenvolvido por Hall (2011) é o *feminismo*. O impacto que o feminismo teve com as reivindicações de maio de 1968 foi principalmente no tocante à política de identidade ao colocar em discussão constituintes da vida social como a família, a sexualidade, o trabalho, a maternidade, a vida doméstica, ou seja, foi colocada à mostra a relação entre o público e o privado. O movimento feminista redefiniu a questão da identidade pela *diferença* sexual nos questionamentos sobre gênero. Isso quer dizer que a identidade de gênero foi considerada pela diferença.

Castells (1999) avança dizendo que a questão central do feminismo foi colocar em xeque a unidade patriarcal, a partir da qual toda a sociedade se organizava. O declínio da tradição familiar patriarcal desdobrou-se não somente sobre novas formações familiares, mas sobre questões sociais, econômicas e sexuais. Com a emancipação da mulher, o comprometimento duradouro instaurado pelo casamento se fragiliza e, como consequência, a mulher se divorcia e torna-se um elemento produtivo na cadeia econômica. Além disso, a crise do patriarcalismo questiona a norma da heterossexualidade, o que acarreta também formações familiares homossexuais. Tal crise abriu possibilidades para uma variada estrutura doméstica sem núcleos fixos.

Historicamente, o sujeito pós-moderno é o indivíduo que nasce de uma dúvida desconfortante em relação à sua posição no mundo. Consequentemente, aquela referência estável desaparece dando lugar, segundo Hall (2012), a identidades “descentradas” ou fragmentadas. Logo, o sujeito que tinha um referencial para guiar sua vida opõe-se, contemporaneamente, a um sujeito que possui várias identidades, ora contraditórias, ora não definidas.

Costa Lima (2006), ao realizar um esboço da disposição fragmentária do sujeito, faz um percurso filosófico do sujeito contrapondo o *cogito* de Descartes, de orientação psicológica, ao *self* de Lock, orientado para a compreensão do humano pela tríade do eu, da consciência e da identidade. Expõe-se a fragmentariedade do sujeito cartesiano à unidade do sujeito para Lock no intuito de mostrar que predominou, no pensamento dos séculos XVIII e XIX, a concepção do segundo filósofo, visto que foram eliminadas as fraturas e diferenças do sujeito afirmando-o como “entidade central e unificada” (COSTA LIMA, 2006, p. 138). Só no século XX, com as correntes estruturalista e pós-estruturalista, a conceituação de um sujeito uno cai por terra, como consequência das questões já tratadas até aqui.

Será que estaria havendo uma tendência do sujeito contemporâneo em ver/reconhecer a sua fragmentariedade? Costa Lima afirma que a fratura do sujeito é historicamente vista como algo negativo e que há uma tendência do sujeito contemporâneo em “não aceitar e refletir sobre a fragmentação multiplicada em que vive” devido ao estado de excitação em que os meios de comunicação procuram mantê-lo. (COSTA LIMA, 2006, p. 139).

Sendo a alteridade uma característica humana, dever-se-ia expor a pluralidade como constituinte humano não em um sentido negativo, mas como algo que lhe é inerente. Em nossa análise buscamos encontrar se há ou não uma tentativa de manter uma tensão entre identidade e alteridade no sentido de verificar se elas são colocadas em categorias estanques e combativas, ou se elas são tratadas como fluidas em um processo de (re)conhecimento.

4.1 As identidades no marco da globalização

Uma das entidades cuja legitimidade mais foi abalada com a globalização foi o Estado-nação, um agente que atuou na representação de um projeto cultural e político unificado no ideal de nação, cujas barreiras territoriais estiveram bem marcadas até a abertura para os fluxos de mercado. Essa entidade funcionou como um aglutinador

de uma cultura e de uma identidade. Com o (re)nascimento do sujeito pós-moderno portador de identidades múltiplas, o Estado-nação é desafiado a encarar esses sujeitos mais autônomos e cujo trânsito não está delimitado pelas fronteiras nacionais. O Estado de bem-estar social, projeto político do Estado-nação, também entrou nesse processo de crise, visto que o processo de produção e a obtenção de receita passaram a não mais ser controlados pelo Estado-nação, mas sim por empresas multinacionais e pelo mercado financeiro.

Bauman (2005) acredita que a globalização é o fenômeno que mais fortemente contribuiu para o deslocamento do sujeito, porque instaurou uma época líquido-moderna, a qual Hall (2011) chama de pós-moderna.

A principal força motora por trás desse processo tem sido desde o princípio a acelerada “liquefação” das estruturas e instituições sociais. Estamos agora passando da fase “sólida” da modernidade para a fase “fluida”. E os “fluidos” são assim chamados porque não conseguem manter a forma por muito tempo (...) (BAUMAN, 2005, p. 57).

Isso quer dizer que o mundo foi repartido em fragmentos mal coordenados e que nossas identidades estão dispersas em episódios atados de forma muito frágil. Não vivemos mais em uma época na qual há muitos pontos firmes de ancoragem; vivemos em uma época de desprendimento, inclusive em relação às nossas próprias identidades.

O processo da globalização abalou as referências nacionais, que constituíam fortes bases culturais do sujeito. Na opinião de Canclini (1995), uma questão central para a redefinição da sociedade civil é a crise da nação. A construção de um discurso responsável por unir as pessoas em torno de um sentimento comum de pertencimento a um Estado, desvinculando-as de suas tradições locais, familiares, étnicas e religiosas, para incluí-las em “comunidades imaginadas” sentimentalmente (BHABHA, 1998), foi um empreendimento provocado pelos Estados-nação.

Na era globalizada, o Estado-nação se mostrou ineficiente para atender demandas sociais culturalmente tão diversas. Bhabha (1998) fala de estratégias de subjetivação para uma redefinição da ideia de sociedade:

O que é teoricamente inovador e politicamente crucial é a necessidade de passar além das narrativas de subjetividades originárias e iniciais e de focalizar aqueles momentos ou processos que são produzidos na articulação de diferenças culturais. Esses “entre-lugares” fornecem o terreno para a elaboração de estratégias de subjetivação – singular ou coletiva – que dão início a novos signos de identidade e postos inovadores de colaboração e contestação, no ato de definir a própria ideia de sociedade (BHABHA, 1998, p. 16).

Se o sujeito pós-moderno ganhou um espaço com a globalização, isso representou também o reconhecimento das chamadas *minorias*, que antes eram invisíveis, uma vez que a unicidade do sujeito representava o apagamento das diferenças do corpo social. Bhabha (1998) lança um olhar justamente para esses sujeitos que carregam a marca da diferença e cuja visibilidade nasceu de “entre-lugares”. A sua indagação é sobre como esses sujeitos formulam estratégias de representação ou de aquisição de poder, ou seja, como a diferença é representada em um processo de negociação cuja “ocupação” discursiva é fronteira. As minorias destituídas estão ganhando espaço para construir suas narrativas na era da globalização, em um processo descontínuo de hibridismo cultural que nasce em um interstício temporal.

Bentes (2014) também tem posição semelhante em relação à pulsão das subjetividades se corporificarem nas narrativas dos sujeitos marginalizados no Brasil. Em entrevista à *Revista Cult*, ela fala da incapacidade de o Estado brasileiro lidar com a explosão das diversidades por meio do que ela chama de “gestores de subjetividade”:

Aí vem a reação da Casa Grande, e a mídia em geral amplifica esse discurso, colocando travas e controle na mobilidade urbana e no direito de ir e vir da juventude popular. A juventude negra e periférica vira uma “classe ameaçadora”, que não é bem-vinda nos espaços de consumo da classe média branca. Ao estado de exceção e à violência contra os pobres se acrescenta uma polícia que reprime o funk e os rolezinhos. Essa incapacidade de entender as novas formas de sociabilidade e mobilidade dos jovens traz à tona o velho horror das classes populares e o apartheid racial, social e cultural. A ascensão social expôs a crise das cidades, a privatização dos espaços públicos e o desinvestimento nos equipamentos de lazer. O esquema de segurança dos shoppings, revistando e controlando os pobres, é a ostentação do fracasso do Estado e da sociedade na partilha da cidade (BENTES, 2014, sp.).

Embora exista um desejo de pertencimento a uma comunidade ou a um grupo, esse desejo se relaciona muito menos a entidades macrossociais, tais como nação ou classe, do que a grupos religiosos, torcedores de um time de futebol, círculos de consumidores, enfim, grupos que compartilham afinidades comuns em relação a certos interesses. Como diz Hall (2011), a identificação com a cultura nacional foi afrouxada pelo indivíduo, que estreitou laços culturais com formações sociais transitórias relacionadas ao consumo e à cidadania, em um fluxo chamado de “identidades partilhadas” (HALL, 2011, p. 74), isto é, grupos formados por pessoas que se aproximam por partilharem dos mesmos interesses, gostos, desejos, aptidões.

As representações culturais hoje se pluralizam e podem facilmente ser acessadas pelo sujeito. Essa possibilidade de o sujeito pós-moderno, utilizando a terminologia de HALL (2012), confrontar-se com uma gama de identidades culturais, desloca-o de um lugar estável levando-o a um constante e rápido processo de mudanças referenciais.

A identidade somente ganha sentido quando representada. Então, a identidade, originariamente, é uma representação, ou seja, ela é simbolizada pela linguagem e, portanto, relacional, visto que é construída fora dela mesma. Isso quer dizer que a identidade, como artefato simbólico, é também uma construção social. A exterioridade da identidade é a negação, logo a marca da identidade é a diferença.

Na tentativa de responder à questão “A identidade é fixa?”, Woodward (2012) vai além do conceito identidade e nos apresenta, assim como Hall, o conceito de *identificação*:

Esse conceito, que descreve o processo pelo qual nos identificamos com os outros, seja pela ausência de uma consciência da diferença ou da separação, seja como resultado de supostas similaridades, tem sua origem na psicanálise. (...) Diferentes significados são produzidos por diferentes sistemas simbólicos, mas esses significados são contestados e cambiantes (WOODWARD, 2012, pp. 18-19).

Se a identidade se constrói por relações de diferença e similaridades significa que essa construção é feita por sujeitos dotados de poder para instituí-la. Toda formação

simbólica está implicada em relações de poder, “incluindo o poder para definir quem é incluído e quem é excluído” (WOODWARD, 2012, p. 19).

Em pesquisas que se proponham a analisar os discursos que circulam em uma sociedade pelos textos nela produzidos, é preciso considerar o contexto sociocultural em que estão (texto e discurso) inseridos. Isso implica levar em conta a identidade dos enunciadores e suas intenções, as qualificações dos elementos presentes na situação de comunicação, os valores sociais da época, entre outros fatores.

Com a globalização, os sujeitos não necessariamente estão em um mesmo espaço-tempo, visto que, por meio das tecnologias contemporâneas de comunicação e informação, contatos podem ser feitos independentemente de fronteiras geográficas e de laços socialmente visíveis. Os meios de comunicação se diversificaram e estão integrados em um hipertexto digital, a Word Wibe Web, que possibilita a interatividade. Isso permitiu às identidades estarem em um permanente estado de reconfiguração.

Patiño (1998), em sua proposta para uma redefinição cultural no cone sul, surgida pelo advento do Mercosul, considera que as identidades hoje são reelaboradas não pelo suporte do Estado-nação, mas a partir de outros suportes, sendo o principal deles os meios de comunicação. Os estudos das identidades se vinculam diretamente com as novas formas de representatividade que não se encontram em articulação com a institucionalidade pública (PATIÑO, 1998)⁵ e devem questionar o processo de reelaboração das identidades e de como elas estão sendo

5 Tradução minha do original: “El estudio de las identidades (...) se entronca directamente con el de las nuevas formas de representatividad que no hallan articulación con la institucionalidad pública” (PATIÑO, 1998, p. 57)

produzidas. Essa autora alerta sobre a possibilidade de uma atividade reativa da fragmentação das identidades caso ela coloque em perigo o sentido primário de pertencimento do sujeito, do qual surgem os fundamentalismos de várias espécies.

A grande contribuição de Patiño (1998) sobre os estudos da identidade é o reconhecimento da mudança de ponto de vista sobre a reformulação das teorias das identidades ter que passar do cenário social e territorial para o cenário midiático, assim como também propõe Bentes (2014).

Vejamos, agora, como o sujeito foi considerado pelos estudos linguísticos.

4.2 Alguns sujeitos nos estudos linguísticos

Nos estudos linguísticos, também há olhares diferentes sobre a noção de sujeito. Steiner (2009) faz uma provocação interessante sobre a ciência linguística excluir de suas investigações o “mistério” da linguagem, que se interpõe entre o caráter espiritual e a articulação física, e a partir do qual buscaríamos os indícios que nos conduziriam ao núcleo linguístico da identidade humana. Para esse pensador, a identidade tem um caráter de reciprocidade, por ser uma manifestação ativa que o *ser* comunica ao mundo por sinais mais ou menos claros indispensáveis para fazer eco na necessária presença de um outro. Todo diálogo seria uma forma de reconhecimento mútuo e uma redefinição estratégica dos seres de linguagem. A questão da identidade no discurso distende essa condição fixa que o sujeito, em um certo momento, poderia estabelecer, mas que não se sustenta no rol de imprevisibilidades que o dinamismo da linguagem

solicita estrategicamente rever, fazendo-nos lembrar que a “nossa identidade é um pronome de primeira pessoa” (STEINER, 2009, p. 97)⁶.

Saussure (2006), por exemplo, elege da sua célebre dicotomia *langue* e *parole* a importância de se estudar a primeira. Sobre o circuito de fala, o linguista diz que deve haver, no mínimo, dois indivíduos. Entretanto, esses indivíduos não ganham estatuto de sujeitos, uma vez que a descrição do circuito saussureano se limita a um processo psíquico-físico-fisiológico entre um indivíduo A e um indivíduo B. Embora Saussure (2006) reconheça o estatuto do sujeito na fala, não o integra ao seu estudo, direcionado à língua como sistema.

O gerativismo de Chomsky (1965) tampouco rompe com a desconsideração de fatos sociais na língua e com a idealização de um sujeito cognitivo dotado com o componente inato da linguagem, e cuja performance encontra-se determinada a sua competência como falante. Chomsky, assim como Saussure, isola o sujeito de suas análises. O esquema gerativo-transformacional, que Chomsky extrai das estruturas profundas, daria conta de explicar como o homem adquire a linguagem e se comunica. Entretanto, essa visão está ligada à capacidade de a espécie *homo sapiens* articular conceitos simbólicos, e não a como o sujeito maneja essa capacidade em uma circunstância específica de discurso.

Em 1929, Bakhtin escreve a obra *Marxismo e Filosofia da Linguagem*, embora assinada na época por seu discípulo Volochínov, na qual diz que:

6 Tradução minha do espanhol: “(...) nuestra identidad es un pronombre de la primera persona”.

(...) para observar o fenômeno da linguagem é preciso situar os sujeitos – emissor e receptor do som – bem como o próprio som, no meio social. Com efeito, é indispensável que o locutor e o ouvinte pertençam à mesma comunidade linguística, a uma sociedade claramente organizada. E mais, indispensável que estes dois indivíduos estejam integrados na unicidade situacional imediata, quer dizer, que tenham uma relação de pessoa para pessoa sobre um terreno definido. É apenas sobre este terreno preciso que a troca linguística se torna possível; um terreno de acordo ocasional. (...) Portanto, a *unicidade do meio social* e a do *contexto social imediato* são condições absolutamente indispensáveis para que o complexo físico-psíquico-fisiológico que definimos possa ser vinculado à língua, à fala, possa tornar-se um fato de linguagem (BAKHTIN, 1981, p. 50).

A citação de Bakhtin é importante porque nela constam vieses novos sobre a linguagem. O primeiro é o *reconhecimento de sujeitos* para que haja a troca languageira. O segundo é que essa troca ocorre determinada ao *meio social*. O terceiro viés diz respeito aos sujeitos e às trocas languageiras se inserirem em uma *situação de comunicação específica*.

Bakhtin se coloca em um lugar enunciativo diametralmente oposto ao de Saussure, cuja descrição da troca languageira, como já vimos, é restrita a um processo psíquico-físico-fisiológico e que exclui da definição de língua “tudo o que lhe seja estranho ao organismo, ao seu sistema, numa palavra: tudo o quanto se designa pelo termo ‘Linguística externa’” (SAUSSURE, 2006, p. 29).

Bakhtin elabora uma teoria enunciativa ao incluir o sujeito nos estudos linguísticos como ponto central de reflexão sobre a linguagem, que se define pelos usos que os sujeitos fazem dela. A linguagem é, então, dotada de um componente subjetivo, tanto em relação ao enunciador quanto ao destinatário.

Na esteira da teoria enunciativa, Benveniste (2005) considera o ato de enunciação como um ato individual de um sujeito que se apropria da língua. Em *Problemas de Linguística Geral I*, Benveniste dedica o capítulo “da subjetividade na linguagem” para explorar a linguagem como fenômeno comunicativo provocado por um sujeito, visto que “é na linguagem e pela linguagem que o homem se constitui como *sujeito*” (BENVENISTE, 2005, p. 286). Com isso, o linguista quer dizer que é propriedade

fundamental da linguagem a emergência do ser da linguagem, ou seja, do sujeito. Essa asserção de Benveniste ecoa em Steiner (2009, p. 93), para quem “a humanidade’ do homem, a identidade que pode formular a si mesmo e aos demais homens, é uma função da linguagem”⁷.

Em suas classes no Collège de France, Benveniste fala de pontos importantes para instituir o sentido. Novamente temos a noção de sujeito, de um “querer-dizer que está ligado à produção e à enunciação das frases” (BENVENISTE, 2014, p. 191), e de uma situação determinada que abriga a enunciação, isto é, “um enunciado apenas tem sentido em uma situação determinada, à qual se refere. Ele apenas adquire sentido em relação à situação, mas, ao mesmo tempo, configura essa situação” (BENVENISTE, 2014, p. 193).

A definição humana para o homem, que passa pelo entendimento de sua identidade, só acontece pela sua capacidade simbolizante, isto é, pela linguagem - base de toda as instituições caracterizadoras da nossa espécie. Em seu aspecto social, a linguagem manifesta as regras pelas quais uma sociedade se organiza e se representa. A subjetividade que emerge no ser permite ao *ego* dizer *ego* e funda na língua a categoria de pessoa. Retomando Todorov (BENVENISTE, 2014) no posfácio das aulas publicadas de Benveniste, quando o linguista propõe estudar a subjetividade na linguagem, intenta conhecer como o homem se faz presente em seus enunciados verbais.

O estudo de Benveniste sobre a dêixis (2005) nasce desse desejo de conhecer que a consciência do *eu* sobre si se dá por contraste: um indivíduo é *eu* em relação a um outro, *tu*.

7 Tradução minha do espanhol: “La ‘humanidad’ del hombre, la identidad que puede formularse a sí mismo y a los demás hombres, es una función del lenguaje”.

É porque *eu* e *tu* são sujeitos diferentes que se foca o contraste entre eles. Dessa ideia, Benveniste desenvolve a função dêitica na enunciação.

Essa condição de diálogo é que é constitutiva da *pessoa*, pois implica em reciprocidade – que eu me torne *tu* na alocação daquele que por sua vez se designa por *eu*. Vemos aí um princípio cujas consequências é preciso desenvolver em todas as direções. A linguagem só é possível porque cada locutor se apresenta como sujeito, remetendo a ele mesmo como *eu* no discurso. Por isso *eu* propõe outra pessoa, aquela que, sendo embora exterior a “mim”, torna-se o meu eco – ao qual digo *tu* e que me diz *tu* (BENVENISTE, 2005, p. 286).

É identificável na fala de Benveniste o princípio bakhtiniano de dialogismo, uma categoria essencial da linguagem, porque a significação emana de dois centros de valor referencial. É no discurso que o sujeito se constitui e preenche formas linguísticas que, sem serem carregadas pelo traço da subjetividade, ficariam esvaziadas de significação.

Para Authier-Revuz (1990), a heterogeneidade subjetiva é constitutiva não somente do discurso como, também, do sujeito, por ser este um produto de interdiscursos. Por essa perspectiva, Authier-Revuz (1990) vê o dialogismo bakhtiniano considerando-o uma bivocalidade que permite a representação do outro no discurso. As palavras do outro, que são integradas à cadeia discursiva que as invoca, são carregadas para o discurso do eu e, por isso, não são neutras.

As relações dialógicas provocam relações entre sentidos, que se (re)definem pela interação de uma multiplicidade de vozes representantes de um determinado universo, fenômeno denominado por Bakhtin (2002) de *polifonia*. Segundo Bezerra (2012, p. 199), o caráter dialógico do discurso se vincula com um ativismo que estabelece uma “relação dialógica entre a consciência criadora e a consciência recriada, e esta participa do diálogo com plenos direitos à interlocução com outras vozes”. Nessa zona de aproximação, é construída a identidade do discurso, deixando marcas do discurso do *eu* e do discurso do *outro*.

Charaudeau (2008) deixa pressuposta, no título de seu artigo “Uma teoria dos sujeitos da linguagem”, a relação entre os sujeitos *eu* e *tu* no jogo de linguagem.

No início do artigo, ele diz que não se pode falar da comunicação humana sem falar do problema da *identidade* do sujeito. Esse é um ponto-chave na análise semiolinguística, que considera o sujeito como um ser dotado de intenções e produtor de sentidos.

Charaudeau agrega um novo componente para a problemática do sujeito: a *identidade*. Qual é a legitimidade de um indivíduo para se colocar na posição de sujeito comunicante? Em uma troca languageira, é preciso que um sujeito mostre um número de condições que sejam satisfeitas pelo outro sujeito com o qual participa de uma situação comunicativa.

Para Charaudeau (2008), o sentido é criado pelos sujeitos do ato de linguagem por meio das representações que fazem do mundo e da construção entre o dito (explícito) e o não dito (implícito). É construída por tais sujeitos toda uma cena discursiva na qual *falar* e *construir sentidos* devem obedecer aos princípios apresentados no item 2.1, os quais definem, para Charaudeau (2008), o pacto contratual entre os sujeitos envolvidos no ato de comunicação, que comporta dois espaços: o *espaço de restrição*, que diz respeito às condições minimamente necessárias para validar o ato de linguagem, e o *espaço de estratégias*, que corresponde às escolhas possíveis à disposição dos sujeitos na *mise-en-scène* do ato. É esse pacto, chamado de *contrato de comunicação*, que determina as condições de produção dos textos e define: 1) parte da identidade dos parceiros e, por consequência, que sejam legitimados na situação de troca; 2) parte das finalidades que satisfazem o princípio de influência e de pertinência; 3) os papéis languageiros que o princípio de regulação lhes atribui.

O sujeito é um sujeito de comunicação que se define por suas intenções com o outro participante da interação (constituindo-se ambos em uma relação de intersubjetividade) e por restrições que o contrato lhe impõe.

4.3 Identidade social e identidade discursiva

Contemporaneamente, conforme já visto, as representações culturais se pluralizam ampliando o espectro de identidades do sujeito. Essa possibilidade de o sujeito pós-

moderno confrontar-se com uma gama de identidades culturais, desloca-o de um lugar estável levando-o a um constante e rápido processo de mudanças referenciais.

A identidade é, originariamente, uma representação, o que equivale dizer que é simbolizada pela linguagem. A identidade também é relacional, visto que é construída fora dela mesma, isto é, a identidade, como artefato simbólico, é também uma construção social.

A identidade social coloca para o sujeito a necessidade de ser reconhecido pelo outro por meio de significações construídas na relação que estabelecem. A identidade, portanto, carrega sempre o traço da *alteridade*. Na Psicologia Social, a expressão “identidade social” faz referência ao pertencimento do sujeito a grupos sociais e, conseqüentemente, ao espaço ocupado por este na construção da sua identidade (JACQUES, 1996).

Charaudeau (2005) destaca que, na análise do discurso, não se podem considerar apenas as estruturas linguísticas, mas também devem-se considerar as relações sociais que as engendram. Segundo o analista, o sentido de um texto só é captado se tomado o contexto que o determina, que corresponde às condições sociológicas de produção do discurso, as quais são o “termômetro” social que ele terá.

É por meio da representação que a identidade toma forma. Isso quer dizer que é no conjunto de práticas sociais que a identidade é significada nos sistemas simbólicos. Questões tais como “Quem eu sou?”, “Eu não me reconheço!” só ganham significação quando postas em relação à exterioridade do *eu*, ou seja, quando o *eu* se projeta em relação a um outro. Para Woodward (2012, p. 18), “os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar”.

Charaudeau (2009) realça que há três razões para levar em consideração a importância do tema das identidades sociais e das identidades discursivas. A primeira delas é a existência de uma disciplina da linguagem no domínio das ciências humanas e sociais; a segunda diz respeito à própria ciência da linguagem, pois o tema das identidades coloca a necessidade de se distinguir a língua, do discurso; e a terceira

delas põe em evidência a existência de um sujeito, que se constrói por meio de uma identidade discursiva, que depende de uma identidade social para se constituir.

4.3.1 Identidade social

Sobre a identidade social, Charaudeau (2009) diz ser ela que permite ao sujeito tomar consciência de sua existência. Essa tomada de consciência sobre si mesmo só ocorre por causa da diferenciação entre um *eu* e um *outro*. Ou seja, é pela percepção que o sujeito tem de ser diferente de um outro que lhe permite ver-se como sujeito, porque *ele não é o outro*. A medida da sua existência confronta-se com a existência do outro. Essa relação chama-se *princípio da alteridade*.

A identidade social é resultante da construção de um mosaico de traços que compõem a formação identitária do sujeito. Segundo Charaudeau (2009), é preciso indagar a natureza desses traços. Por exemplo, ser pai é uma identidade social que se dá por filiação biológica ou afetiva, por determinação da lei. Entretanto, cada pai constrói identidades de pai por seus comportamentos e atos de linguagem diferentes: amável, companheiro, autoritário, displicente, etc. A identidade discursiva serve, então, para reavivar a identidade social paterna.

Já vimos que a identidade social necessita do reconhecimento do outro. É ela que certifica o direito à palavra ao sujeito. Isso é o que Charaudeau (2009) chama de *legitimidade*. A legitimidade autoriza o sujeito a agir ou a falar do modo como o faz. Ela só tem validade se reconhecida, legitimada pelo outro, em consequência da aceitação de validade acordada pelos membros de uma dada interação. Por exemplo, no domínio jurídico, é acordado socialmente que o juiz é a pessoa de direito a iniciar e a encerrar uma sessão no tribunal. No domínio médico, é acordado socialmente que o médico, em uma consulta, tem o direito legítimo de receitar um medicamento ao paciente. É até de se causar estranheza se esses ritos são quebrados. Ninguém espera que um réu diga “Está encerrada a sessão”, mesmo em seu próprio julgamento.

São as práticas sociais, mais ou menos institucionalizadas, que regem tais relações de reciprocidade sobre o entendimento da legitimidade do sujeito.

A legitimidade pode ser atribuída, conforme Charaudeau (2005), em nome de um *saber* (alguém que, socialmente, é reconhecido por saber um assunto, ou alguém que recebe um título por conhecer um assunto), ou em nome de um *saber fazer*, por meio do qual o sujeito é reconhecido por ser hábil na execução de tarefas.

De acordo com essa visão, a identidade, portanto, é parcialmente determinada pela situação de comunicação, porque o sujeito tem de levar em conta questões como “Estou aqui para dizer o quê?”, considerando o papel que lhe é conferido por essa situação.

O processo de legitimação é um mecanismo pelo qual o corpo social reconhece que alguém tem o direito de agir em seu nome. A legitimação “é uma posição atribuída por um sistema de organização social reconhecido por todos os membros da sociedade” (CHARAUDEAU, 2016, p. 14), como é o caso de um presidente que, pela via eleitoral, chega ao exercício do cargo como representante máximo de um país.

4.3.2 Identidade discursiva

Charaudeau (2005) diz que o ato de linguagem impõe condicionantes ao sujeito, a saber: i) ele deve ter direito à palavra; ii) ele deve ser digno de credibilidade; iii) ele deve ser capaz de captar a atenção de seu interlocutor.

Conforme já vimos, a legitimidade só é aceita em um processo de reconhecimento acordado sobre o *status* de um sujeito como alguém habilitado, em uma dada situação, a tomar a palavra. Essa condição de o sujeito poder falar só lhe é conferida em decorrência de um acordo social que o legitima a exercer o seu direito de falar naquela situação.

Diferentemente da identidade social, que depende da construção do outro, a identidade discursiva é construída pelo sujeito enunciador, na relação que estabelece com o sujeito interpretante, para responder à questão “Estou aqui para falar como?”.

Tal relação se constrói a partir das expectativas do TUi, e não apenas das intenções de EUe. O modo como sujeito fala depende de duas estratégias: *credibilidade* e *captação*.

A *credibilidade* já não depende do olhar do outro, porque é o próprio sujeito quem constrói uma imagem de si crível de sua capacidade de realizar ações e de ser verdadeiro sobre o que diz. A imagem de credibilidade pode ser construída por diferentes estratégias: o sujeito pode construir uma imagem responsável de si, como alguém disposto a solucionar conflitos; o sujeito pode adotar uma postura de “neutralidade” sobre diferentes pontos de vista sobre um dado assunto; a credibilidade pode se dar pelo conhecimento que o sujeito tem sobre um tema particular.

A *captação* faz-se necessária quando não há uma relação hierárquica entre o sujeito falante e seu interlocutor, porque o seu objetivo é influenciar o outro. Em uma relação hierárquica, por exemplo, entre mãe e filho, uma palavra basta para que uma ordem seja obedecida. Para influenciar o outro, é preciso utilizar estratégias de *persuasão* e de *sedução*.

A *estratégia de persuasão* compreende influenciar o outro pela força de argumentos, mesmo que eles não sejam lógicos para todos, mas que sejam, ao menos, para um *tu* em particular. A *estratégia de sedução* busca captar a emoção do interlocutor, fazendo-o aderir a uma ideia pela força de valores afetivos.

A realização de todo ato comunicativo está, portanto, condicionada ao papel do sujeito que fala ter direito à palavra, ser digno de credibilidade e ser capaz de captar a atenção de seu destinatário.

No âmbito político, o sujeito socialmente reconhecido é aquele que tem legitimidade para falar em uma situação de comunicação (que pode ser um comício, uma entrevista, um debate, uma plenária), na qual projeta suas intenções (convencer possíveis eleitores, membros de bancada, a mídia) e estabelece o seu posicionamento social em relação ao outro com o propósito de adequar um tema (um projeto de lei, uma promessa de campanha) a tal situação. A legitimidade fundamenta o sujeito a falar em nome do que diz, de acordo com as normas sociais de seu grupo. Logo, ela é uma qualidade atribuída a uma entidade exterior ao sujeito.

A credibilidade, por sua vez, é construída pelo próprio sujeito, que tem a preocupação de construir uma imagem de si que lhe garanta dizer a verdade e realizar concretamente o que diz. O político, por exemplo, deve ser capaz de realizar aquilo que projeta pela sua fala como força de argumento para manter a sua governabilidade.

É preciso levar em conta que, assim como a identidade social pode ser plural e reconfigurada de acordo com as questões até aqui discutidas, a identidade discursiva tampouco foge a essa regra. O sujeito está continuamente remodulando-se no discurso pelas exigências das situações de comunicação de que participa e, até mesmo, pelas exigências impostas em uma mesma situação de comunicação. As identidades discursivas não têm um compromisso rígido e fixo; elas são voláteis e adaptáveis ao que o *tu* exige do *eu*.

Ainda usando o exemplo do político, ele deve captar o público valendo-se de imaginários socialmente partilhados, a fim de abranger a sua fala ao maior número de pessoas. Além do que, em um debate ao vivo, por exemplo, as demandas que um outro candidato exige do outro ilustram bem as reconfigurações que o E_Ue precisa fazer de suas identidades discursivas.

Trataremos, a seguir, sobre o tema das representações sociais para que ampliemos essa discussão sobre as identidades social e discursiva. 

5. IMAGENS SOCIAIS NO DISCURSO



O essencial é saber ver.

Alberto Caeiro

Neste capítulo, brevemente apresentaremos a noção de representações sociais no âmbito da Psicologia Social e das Ciências Sociais, bem como o seu escopo na teoria semiolinguística, que dedica um importante estudo para compreender a linguagem como um mecanismo das representações sociais no interior do discurso, a categoria dos imaginários sociodiscursivos.

5. Imagens sociais no discurso

A nossa compreensão do mundo é antecedida pela percepção e pelo reconhecimento que temos dele. Até chegarmos ao entendimento da realidade que nos cerca, ou seja, a significá-la, temos uma percepção direta dos acontecimentos sem que, muitas vezes, eles sejam dotados de significados para nós. Quando Rancière (2012) fala de um “visível que não é imagem”, entendemos que faz referência àquilo que enxergamos mas não vemos, isto é, muitas vezes a realidade está “dada” a ponto de ser naturalizada e, por isso, não sofrer uma significação por parte do sujeito ou, se pensarmos em termos linguísticos, a metáfora é uma imagem convertida em signo linguístico.

Há um visível que não produz imagem, há imagens que estão todas em palavras. Mas o regime mais comum da imagem é aquele que põe em cena uma relação do dizível com o visível, uma relação que joga ao mesmo tempo com sua analogia e dessemelhança. Essa relação não exige de forma alguma que os dois termos estejam materialmente presentes. O visível se deixa dispor em tropos significativos, a palavra exhibe uma visibilidade que pode cegar (RANCIÈRE, 2012, p. 16).

O filósofo problematiza a relação entre a percepção do *visível* como o contato direto com a realidade, e a *imagem* como um signo, por *estar no lugar de*. Na operação de transformação do visível em imagem, há a emanção do signo, imbuído de significação pelo sujeito intérprete. Não se poder perder de vista que o signo é um mediador entre o mundo e o homem. O mundo social é dado ao sujeito, que também interfere nele e o constrói.

O homem nasce em um mundo que já existia antes de seu nascimento; e esse mundo não é apenas físico, mas também sociocultural. O último é um mundo organizado e pré-construído cuja estrutura particular é o resultado de um processo histórico, que, portanto, é diferente em cada cultura e sociedade (SCHUTZ, 2012, p. 91).

Conhecemos o mundo pela nossa experiência sensível e pelos relatos de experiências de outras pessoas, por meio dos quais é estabelecida uma relação de *confiança social* (BOSI, 1977, p. 97 *apud* PEREIRA, 2005, p. 76). Como a nossa experiência é limitada, mergulhamos nas narrativas de outras pessoas para ampliar a nossa percepção da realidade. Desse encontro com o diferente, somos capazes de nos reconhecer e construir a nossa própria história. Entretanto, nos relatos de outras pessoas (e nos nossos também), estão agregados valores e julgamentos e, por vezes, conceitos estereotipados. Para Schutz (2012), esses conceitos são parte de um esquema de padronização cultural cuja função é anular investigações sobre a realidade, que se torna autoexplicativa.

Nenhuma experiência individual passa ilesa pela força de convenções sociais pré-existentes impostas por representações. Moscovici (2012) acredita que nós percebemos somente as convenções a que as representações nos dão acesso e que somos pouco conscientes sobre elas. A forma como as convenções são representadas constitui para nós um tipo de realidade.

Santaella (1980) acredita que conhecer é um processo abstrato de transformar informações, o qual ocorre na mente dos agentes sociais. Trata-se de uma intervenção intelectual dos sujeitos sobre objetos simbólicos, e não de uma transformação da realidade concreta. No processo de apreensão da realidade, a mente a converte em signo.

Entre a operação de percepção e de compreensão da realidade pode haver um intervalo não superável pelo sujeito, que tem uma visão muito superficial de um fenômeno. Nossa percepção pode ser limitada por representações socialmente referendadas que nos são dadas como prontas, padronizadas e tidas como naturais e sobre as quais não discutimos, considerando-as, portanto, como verdades. Problematicizou Tzara sua desconfiança na linguagem, expressa no Manifesto Dadaísta, que “o pensamento faz-se na boca” (MARTINS, 1999).

Charaudeau (2013a), ao dizer que os conhecimentos que temos do mundo são múltiplos e variados, chama-nos a atenção sobre a necessidade de realizarmos quatro

etapas para a realização do processo de conhecimento: *decomposição*, *ordenação* e *classificação*, que culminam em *apreensão* conceitual.

Nesse processo, naturalmente, há de ser considerado o fator cultural, visto que cada sociedade, de acordo com seus valores, crenças e julgamentos, elege seus objetos de conhecimento, classifica-os e atribui-lhes valor, instituindo domínios de experiência. Isso ocorre, segundo Charaudeau (2013a, p. 188), mediante a linguagem, por meio da qual o sujeito *tematiza* esses objetos e domínios, *problematiza* de que modo devem ser considerados e define o *posicionamento* daquele que fala. Esse processo da linguagem é configurado pelos sujeitos para tentar compreender qual é o objeto da enunciação, qual é a questão que se coloca a respeito de tal objeto e o que responder sobre essa questão.

Todos esses fatores estão condicionados à situação de comunicação. O sujeito não é totalmente livre para falar sobre um assunto, pois encontra restrições que regulam o tema da sua fala, a forma como deve abordá-lo e como deve proceder para problematizá-lo. O sujeito deve, portanto, lançar mão de estratégias para atingir sua intenção comunicativa.

O sujeito que fala, se é verdade que quer comunicar-se com seu interlocutor ou seu auditório, deve considerar o campo temático que é determinado pela situação na qual comunica. Isso não o impede, entretanto, de introduzir, por sua vez, outros temas, mas com a condição de que estejam relacionados ao macrotema imposto pela situação: ele é sobredeterminado pelo propósito, ainda que permaneça livre para tratá-lo de uma maneira que lhe é própria – a menos que ele procure subvertê-lo ou transgredi-lo (CHARAUDEAU, 2013a, pp. 188 e 189).

Já Schutz considera (2012) a linguagem como o meio tipificador pelo qual o conhecimento social é transmitido e elege a linguagem da vida cotidiana como o meio por excelência de mediação. A linguagem estaria organizada em sistemas de signos que esquematizam a nossa experiência. O significado dos signos emanaria do contexto em que o signo foi utilizado, isto é, da situação de comunicação que colocou o signo em uso.

5.1 Representações sociais pela perspectiva da Psicologia Social

O interesse pelas representações coletivas e sociais por diversas áreas de investigação ampliou-se da sociologia para a antropologia, a etnometodologia, a linguística, a análise do discurso, mas foi, sobretudo, a psicologia social que cunhou o termo e iniciou com aprofundamento metodológico o estudo das formas pelas quais as representações ganham corpo social. O programa comum a essas áreas seria descobrir a difusão dos saberes pela relação pensamento-comunicação e a gênese do senso comum.

Uma grande contribuição sobre o tema das representações vem do trabalho empreendido por Moscovici (2012) em seu célebre livro *Representações Sociais*, precedido de um estudo sobre as representações sociais da psicanálise na França, que mostrou como a propaganda, selecionando algumas categorias lexicais, associou novos sentidos a elas na tentativa de criar novas representações com o intuito de culminar em um novo conhecimento comum. Não se deve perder de vista que as mídias e a propaganda, além de criarem novas representações, são responsáveis também por mantê-las e difundi-las.

Nesse estudo sobre como a propaganda produz e põe em circulação novas representações, entende-se que é a partir de uma linguagem específica que os meios de comunicação e a propaganda formam uma representação. O mecanismo de instauração da representação pela linguagem se dá pela repetição de elementos que se concretizam no pensamento. A partir dessa cristalização cognitiva, o indivíduo reproduz esses elementos linguisticamente.

O interesse pelas representações sociais nasce da sociologia, com Durkheim, que concebeu culturalmente a sociedade no pensamento moderno. Isso quer dizer que a sociedade é um sistema de relações gerador de crenças, regras, linguagens, ritos que são coletivamente compartilhados mantendo as pessoas em uma rede de coesão (MOSCOVICI, 2012). Como sistema coeso, as representações se estabilizam para constituir a sociedade.

As representações sociais são identificadas pelo senso comum - uma forma pela qual as pessoas conceitualizam a realidade -, que também pode ser compreendida pelo conhecimento científico, por exemplo. Por isso, Moscovici (2012) afirma que a matéria-prima da psicologia social é o senso comum. De acordo com essa perspectiva, as representações sociais devem ser entendidas como ferramentas mentais que operam na construção da existência social.

O processo de compartilhamento das representações ocorre nas seguintes etapas: repensar, recitar, rerepresentar. Se uma pessoa ou instituição usa uma palavra e não outra é porque ela pensou nessa escolha para atingir certo projeto. É pela recitação e rerepresentação em diferentes contextos dessa palavra (e não de outra) que se transmite um conceito que se cristaliza.

Todos os sistemas de classificação, todas as imagens e todas as descrições que circulam dentro de uma sociedade, mesmo as descrições científicas, implicam um elo de prévios sistemas e imagens, uma estratificação na memória coletiva e uma reprodução na linguagem que, invariavelmente, reflete um conhecimento anterior e que quebra as amarras da informação presente (MOSCOVICI, 2012, p. 37).

O passado se atualiza por meio das representações, que fazem parte de todas as interações humanas. Um aspecto fundamental das representações sociais é o seu poder de influência sobre o comportamento de um indivíduo participante da coletividade. Esse projeto de influência é veiculado pela linguagem, que carrega as representações sociais. Naturalmente, estas não são criadas isoladamente por um indivíduo. Como dissemos, elas ocorrem em um processo interativo que as colocam em circulação. Nesse processo, algumas nascem; outras morrem.

Para entender o fenômeno das representações sociais, reportar-nos-emos às indagações de Moscovici (2012) sobre o motivo pelo qual nós as criamos. A resposta é que utilizamos as representações como um método de compreensão e de comunicação social. Portanto, elas devem ser entendidas como:

- 1) uma “atmosfera” em relação ao indivíduo ou ao grupo;
- 2) um instrumento específico da sociedade.

O objetivo de fazermos uso das representações sociais é tornar familiar algo que nos é estranho. Sendo o senso comum um meio de conhecimento, é ele que nos traz o sentimento de familiaridade. As nossas experiências se ancoram no senso comum na expectativa de as situações e os acontecimentos se repetirem. Logo, “a dinâmica das relações é uma dinâmica da familiaridade” (MOSCOVICI, 2012, p. 55). Isso significa que buscamos modelos prévios de repetibilidade para compreender novos fenômenos.

Em seu minucioso estudo, Moscovici, na tentativa de compreender de que modo o pensamento pode ser considerado no meio cultural e social, propõe que as representações têm dupla função.

A primeira é *simbólica*, visto que as representações convencionalizam objetos, pessoas e acontecimentos, dando-lhes uma forma definida ao categorizá-las e partilhá-las socialmente. Sobre o aspecto simbólico das representações, instaura-se uma discussão acerca da sua relação com a cultura, pois as experiências subjetivas se sustentam em convenções predeterminadas, sobre as quais os sujeitos podem ser mais ou menos conscientes. “Nenhuma mente está livre dos efeitos condicionantes anteriores que lhe são impostos por suas representações, linguagem ou cultura” (MOSCOVICI, 2012, p. 35). Apesar disso, Moscovici reconhece que podemos fazer um esforço para tornar-nos conscientes do aspecto convencional da realidade, mas que não somos totalmente livres de convenções e preconceitos.

A segunda função das representações é *prescritiva*, isto quer dizer que elas têm uma força impositiva que está presente na estrutura existente antes de nascermos e de uma tradição que decreta o que deve ser pensado. Ou seja, ao nascermos, já existe uma explicação pronta do mundo, um *é assim*. As representações são um grande discurso de citações que é constantemente reapresentado para a sociedade. Entretanto, o ato de recitação “desagrega o texto e o destaca do contexto” (COMPAGNON, 1996).

Embora as representações tenham um caráter cristalizado, não quer dizer que elas não estejam inseridas em um processo dinâmico. O próprio Moscovici (2012) diz que o que interessa investigar nas representações é a natureza das mudanças por que passam, isto é, como elas são capazes de influenciar o comportamento do sujeito de uma coletividade.

Como a finalidade de todas as representações é buscar a familiaridade, ou seja, tornar familiar aquilo que para nossa mente é desconhecido, organizamos nossa mente em esquemas estabilizadores. Quando algo que não conhecemos se apresenta para nós, nossa mente procura, nos esquemas que ela tem guardados, aquele que melhor pode absorver o novo, conectando-o com o que ela já tem configurado como dado ou velho. A nossa mente trabalha com modelos e, por isso, não lhe atrai o inesperado: ela espera que ocorram sempre as mesmas situações, ideias, gestos.

A dinâmica das relações é uma dinâmica de familiarização, onde os objetos, pessoas e acontecimentos são percebidos e compreendidos em relação a prévios encontros e paradigmas. Como resultado disso, a memória prevalece sobre a dedução, o passado sobre o presente, a resposta sobre o estímulo e as imagens sobre a “realidade” (MOSCOVICI, 2012, p. 55).

Trabalhamos com padrões de consciência que são usados como um critério para avaliar a informação nova, ou seja, o que não é familiar, como forma de proteger um ordenamento já estabelecido. Nesse processo, o incomum se torna comum e o desconhecido é colocado numa categoria conhecida. Por isso, o pensamento social é caro à tradição, à preservação da memória social em detrimento de estruturas racionais e intelectivas.

Devido a essa relação do novo ao dado é que integramos um problema à nossa experiência e enriquecemos o nosso conhecimento por uma via transformadora. Interessa, no estudo das representações sociais, investigar essa fissura, esse vão que se estabelece em nossa mente provocado pelo não familiar e que ela absorve.

A preservação de esquemas e as formas tradicionais modelam as nossas estruturas intelectivas, que são mais afeitas à convenção e à memória do que à razão.

Por isso, segundo afirma Moscovici (2012), existe uma tensão em nossa mente entre o familiar e o não familiar, cujo favorecimento tende ao primeiro em nosso universo consensual. A nossa mente atua buscando uma normalização, um equilíbrio, pois se esforça em tornar o incomum em algo conhecido.

No processo de transformação do não familiar (abstrato) em familiar (concreto), ocorrem dois mecanismos, consoante Moscovici (2012): ancoragem e objetivação.

O mecanismo de *ancoragem* atua sobre ideias desconhecidas ou perturbadoras reduzindo-as a categorias comuns e a imagens mentais comuns. É um modo de particularizar uma generalidade. Após a transformação do abstrato em concreto, nós comparamos o objeto dessa ação com um paradigma que nos pareça apropriado. Ao ser incluído em um paradigma, tal objeto ganha as características dos demais seres que pertencem a ele, para que seja nele enquadrado. Ancorar envolve as etapas de classificação e identificação (nomear o objeto).

Já o mecanismo de *objetivação* estende a ideia de familiaridade para a realidade de modo a essencializá-la. Tal processo ocorre porque a objetivação faz com que aquilo que é percebido como algo intelectual apareça em uma forma física e acessível. Faz parte dessa etapa perceber a iconicidade do objeto, isto é, a sua qualidade primeira, a sua imprecisão para representá-lo em uma imagem. Nós temos um estoque de imagens, sejam elas mentais, sejam elas figurativas. A sociedade seleciona, em seu banco coletivo de imagens, aquelas que são prototipicamente mais figurativas, de acordo com as suas crenças e os seus conhecimentos. As imagens são signos e é essa qualidade primordial que permite a interação e a comunicação social. Pode ocorrer de a imagem se distanciar da realidade e o signo ser considerado a própria realidade, passando a ser seu simulacro.

Analisando os simulacros, Compagnon (1996) estabelece que a produção humana é composta de realidade e de imagens, sendo estas divididas em cópias e simulacros. Estes não são cópias de coisa alguma, tão somente do *não-ser*. Relembrando Platão (2003), o teórico francês fala da consideração feita pelo grego de ser a mimeses a arte de produzir discursos ou, em sua compreensão, imagens. Platão divide a mimética

das imagens em duas: as *boas imagens* (cópias), isto é, aquelas que respeitam a semelhança com a ideia, e as *más imagens* (simulacros), que simulam a cópia e fabricam ilusão, por serem desprovidas de semelhança com a ideia ao se fazerem passar por elas.

As representações sociais devem ser analisadas tendo em vista o momento histórico em que estão presentes em uma dada sociedade. A mentalidade de uma época se distingue em um tipo de sociedade e nas práticas que lhe são próprias. Por isso, os indivíduos são moldados, de acordo com a opinião de Moscovici (2001), pela sociedade na qual nascem e sofrem a pressão das representações dominantes que nela circulam e que, também, serão expressas por eles.

Visto que as representações não são criações individuais, elas precisam ser difundidas. A circulação social da representação é um movimento que se dá pela interação, criando uma oportunidade de gerar novas representações e de velhas morrerem. O psicólogo social é contundente acerca de que as representações sociais surgem da interação humana entre duas ou mais pessoas ou entre dois ou mais grupos. Pela interação, os sujeitos adquirem outras representações que são incorporadas pelas coletividades às quais pertencem.

Reconhecendo-se que as representações são, ao mesmo tempo, construídas e adquiridas, tira-se-lhes esse lado preestabelecido, estático, que as caracterizava na visão clássica. Não são os substratos, mas as interações que interessam (MOSCOVICI, 2001, p. 62).

A visão clássica a que o psicólogo se refere é a da sociologia de Durkheim, para a qual contava o caráter coletivo das representações (ligado à tradição, à vida social já constituída), e não à sua dinâmica, ao seu caráter inovador, ou seja, da vida social em pulsão.

Sobre a característica dinâmica das representações sociais, Jodelet (2001) concorda com Moscovici acerca de que os conceitos partilhados pelos membros de um grupo são transformados em senso comum para que tenham uma visão consensual da realidade. Contudo, essa visão pode entrar em conflito com a visão de outros

grupos, colocando em contato diferentes representações, o que promoveria a sua renovação ou, também, a sua dominância.

Tanto Jodelet (2001) quanto Moscovici (2001, 2012) tratam as representações sociais não como um conceito, mas como um fenômeno. Acreditamos que essa preferência se deva ao caráter dinâmico das representações, que não pode ser apreendido por um conceito, cujo significado se refere a algo já acabado e, portanto, estático. O fenômeno das representações é sempre ativado na ação social como uma forma de saber prático que liga um sujeito a um objeto.

Em nosso estudo, interessa-nos, a respeito das representações sociais, como as mídias digitais transformam os modos de pensar e criam conteúdos novos. A partir do século XX, sobretudo, a partir de sua segunda metade, com a maior difusão dos meios de comunicação audiovisuais, as mídias passaram a ter um papel preponderante na criação e circulação de representações sociais. Como bem identificado por Moscovici (2001), existem diversos profissionais que se encarregam dessa função, tais como: jornalistas, ilustradores, artistas, cientistas, professores, especialistas, marqueteiros políticos. As representações sociais são trazidas pelos discursos dessas pessoas e veiculadas em imagens midiáticas, que se cristalizam, muitas vezes, em condutas (JODELET, 2001).

5.2 A noção de estereótipo nas Ciências Sociais

A noção de estereótipo - e o interesse investigativo sobre ela - tem início com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa no século XX, acompanhando simultaneamente o crescimento das sociedades democráticas modernas.

Em um primeiro momento, o conceito de estereótipo pode ativar uma acepção negativa, na qual entra em jogo o preconceito. Mais a fundo, o estereótipo pode se referir a uma conotação positiva relacionada à construção da identidade e da cognição social (AMOSSY, 2004). Em sua dimensão social, interessa estudar o estereótipo como esquema coletivo e a sua circulação por “frases feitas”.

Em seu importante estudo sobre a noção de estereótipo, Amossy (2004) discorre, antes, sobre outras noções importantes para esclarecê-lo, como clichês, *poncifs*, lugares comuns, ideias comuns para, então, chegar ao estereótipo.

Na análise da linguagem, o termo clichê toma forma no século XIX e refere-se a ideias cristalizadas que, por força da repetição, tornam-se ideias comuns. O clichê aparece nessa época pela tomada de consciência de poetas e prosadores românticos a respeito da originalidade individual sobre a norma social, das formas vazias da poesia capturadas dos clichês do estilo de vida da nobreza.

Por outro lado, a palavra clichê passa a ser usada na imprensa pelo procedimento do clichê e do estereótipo, como modelo de reprodução massiva da literatura industrial. O clichê era usado na fotografia para designar o negativo a partir do qual se poderiam reproduzir inúmeras quantidades de cópias do objeto fotografado. Por analogia, a palavra passou a designar “frase feita”, que se repete nos livros ou na conversação.

A partir da segunda metade do século XIX, o clichê se coloca como um problema para os escritores em busca da singularidade em frente ao trivial e ao ordinário, marcando o pensamento crítico da época. No final do mesmo século, o termo clichê passa a ser, de fato, objeto de crítica, representando a trivialidade da ideia materializada em expressões cristalizadas ou fórmulas superficiais, como mecanismo para manter a coesão social.

Poncifs é palavra anterior a clichê que já designava o caráter convencional dos conteúdos. Entretanto, tem um significado metafórico, devido a sua origem proveniente das artes gráficas para designar uma técnica de reprodução de desenhos em papel.

Na literatura, *poncifs* qualifica personagens ou estilo convencional. O *poncifs*, em sua particularidade, estende-se ao domínio das artes ocupando o lugar da tradição em oposição à invenção artística. Já no século XX, o *poncifs* deixa de ser uma questão crítica como tema literário.

Diferentemente de *clichê* e *poncifs*, a expressão “lugares comuns” é bastante antiga e não teve uma significação pejorativa. Ela remete à Antiguidade clássica, à dialética e à retórica aristotélica. Aristóteles considerava os lugares comuns como

categorias dialéticas dos argumentos que têm alcance genérico, como: o mais e o menos, o possível e o impossível etc. Ela representava, no domínio retórico, um princípio de alcance universal representado pelas formas gerais de razoabilidade.

Na Idade Média, os lugares comuns cristalizam o sentido e se convertem em estereótipos, passando do tópico ao típico.

No período renascentista, são reconhecidos três sentidos para lugares comuns: o primeiro equivale às máximas ou sentenças, que nada mais são do que pensamentos generalizantes. O segundo sentido refere-se a domínios ou temas gerais. E o terceiro diz respeito à classificação dos argumentos - característica do século XVI, que busca construir um repertório que pudesse ser classificado de acordo com uma tipologia interna.

Da classificação à coisificação, os lugares comuns passam a designar ideias pré-fabricadas e banais, que, por terem uma característica geral, aplicam-se a tudo.

O valor pejorativo dos lugares comuns predomina no século XVIII e, no século XIX, e a crítica se volta aos modelos dominantes comuns do pensamento. O trivial deixa de ser o ponto comum de uma comunidade para configurar-se como o ponto de separação dos indivíduos e designar o espaço de distinção que divide o indivíduo, do social. Nessa época, ainda, os lugares comuns significam a desvalorização do que é repetitivo, rígido e genérico, características caras ao pensamento burguês.

As ideias comuns aparecem nos dicionários franceses como aceção pejorativa de preconceito. Elas aparecem no século XVIII e seu sentido oscilava entre o valor neutro de ideias consagradas ou ideias aceitas e o valor de preconceitos, em um contexto antirreligioso.

As ideias comuns equivalem a preconceitos no sentido de ideias que são adotadas sem que se pense sobre elas, fazendo referência, portanto, à ordem do estabelecido pelas opiniões consagradas, que podem se transformar em crenças.

A diferença entre ideias comuns e lugares comuns não está associada à noção de trivialidade, mas a uma relação com a autoridade política e social que as sustentam. A diferença pontual está não na reutilização das ideias comuns, mas na adequação a elas. As ideias comuns são ideias dominantes e têm um caráter autoritário, porque

definem julgamentos e crenças em uma formulação que se apresenta como uma constatação de evidência e como uma afirmação categórica. Constituem-se como categorias de conduta social e referem-se, pois, à linguagem e aos comportamentos.

A crítica às ideias comuns questiona os mecanismos de aceitação da autoridade, sendo chamada de julgamento individual.

O estereótipo compartilha com o clichê sua linhagem tipográfica. Originariamente, o estereótipo era um impresso com pranchas cujos caracteres não eram móveis e que se conservavam para novas tiragens. No século XX, o sentido de esquema ou de fórmula cristalizada se converte em um centro de interesse para as ciências sociais, sobretudo, para os estudos da opinião pública, que se questionavam sobre como as imagens de nossa mente mediatizam nossa relação com o real. Trata-se de representações cristalizadas, esquemas culturais pré-existentes por meio dos quais cada um filtra a realidade ao seu redor. Essas imagens, segundo tal estudo, são indispensáveis para a vida em sociedade, pois elas expressam um imaginário social.

O estereótipo passa a designar o processo cognitivo de categorização e de generalização que recorta e simplifica o real, devido a uma necessidade que temos de relacionar o que vemos a modelos pré-existentes para podermos compreender o mundo e regular nossas condutas.

A noção de estereótipo, em seu uso corrente, é relacionada a uma imagem coletiva cristalizada pejorativamente. Com frequência é assimilada a clichê, quando se insiste em seu caráter trivial, automático e redutor.

5.3 Ideologia

Do ponto de vista da linguagem como um conjunto sógnico organizado, a ideologia manifesta-se pelo discurso. Sobre isso, Santaella (1980) compreende ideologia, nos termos de Althusser (1985), como um sistema de representações cuja existência é condicionada a determinantes históricos e sociais. Isso quer dizer que a ideologia nasce de representações imaginárias

que os indivíduos fazem de suas reais condições de existência social, de modo que toda e qualquer prática existe através e sob uma ideologia. Só há ideologia através do sujeito e para sujeitos (SANTAELLA, 1980, p. 50).

O que esse excerto nos diz é que não existe objetividade quando o sujeito representa o mundo. Ao fazê-lo, o sujeito ativa elementos imaginários que são arcabouço do seu sistema de representações sociais, do qual fazem parte crenças e julgamentos comuns à sociedade à qual pertence e com a qual se identifica.

Os homens são produtores de ideias e as representam em uma tentativa de explicar o mundo e as suas relações com os outros. Para a sociologia weberiana (WEBER, 2002), relação social envolve duas ou mais pessoas empenhadas em uma conduta na qual o comportamento da outra é levado em consideração de maneira significativa. Isto é, uma certa conduta de um indivíduo, em termos probabilísticos, pode ser significativamente determinável. A cooperação e a reciprocidade sustentam, pois, a relação social.

Segundo Chauí (1980), as ideias tendem a ocultar dos homens as formas pelas quais as suas relações sociais foram produzidas e como se estruturam, dando origem a formas de exploração e de dominação política. “Esse ocultamento da realidade social chama-se ideologia. Por seu intermédio, os homens legitimam as condições sociais de exploração e de dominação, fazendo com que pareçam verdadeiras e justas” (CHAUÍ, 1980, p. 21).

Mas o que é ideologia? Eagleton (1997) reconhece que ninguém, de fato, conseguiu dar a ela uma única e satisfatória definição. Apesar de afirmar que nem ele próprio foi capaz de fazê-lo, apresenta algumas definições e estudos importantes sobre a ideologia e, resumidamente, diz que “a palavra ‘ideologia’ é, por assim dizer, um *texto*, tecido com uma trama inteira de diferentes fios conceituais” (EAGLETON, 1997, p. 15).

A riqueza da sintética consideração desse excerto põe em evidência contradições e divergências históricas que não descartam um caráter global da ideologia a ser encerrada em uma teoria geral.

Alguns teóricos entendem a ideologia como um instrumento de dominação de classe e também uma das formas da luta de classes. Ela seria um meio de um grupo dominante exercer sua dominação sobre outros grupos de forma que essa dominação não seja percebida. A ideologia seria uma forma de ocultamento para legitimar a dominação. A função dela é cristalizar uma verdade, através da qual o real é invertido para que os homens passem a crer que essa verdade representa a realidade. A eficácia da ideologia seria medida pelo seu poder de mascarar a “origem da divisão social em classes e a luta de classes” (CHAUÍ, 1980, p. 90).

Nesse sentido, a ideologia não estaria relacionada apenas com sistemas de crenças, mas, também, com o poder. Se a ideologia serve para legitimar o poder de uma classe social dominante, então não existiria produção de ideologia entre os dominados? Eagleton (1997) avalia este ponto e outro mais que não sustentam a tese da legitimação. O segundo ponto problemático que não apoia essa tese é em relação à natureza do poder, pois nem tudo pode ser descrito como ideológico. Por isso, Eagleton sugere que a ideologia tem mais a ver com uma questão de discurso do que com uma questão de linguagem. Isso quer dizer que devem ser analisados os usos efetivos que os sujeitos fazem da linguagem para alcançar efeitos específicos. “A ideologia tem mais a ver com a questão de quem está falando o quê, com quem e com que finalidade do que com as propriedades linguísticas inerentes de um pronunciamento” (EAGLETON, 1997, p. 22). Ao evocar Benveniste (2005), o crítico marxista situa a ideologia em uma problemática discursiva que se ampara em questões centrais para a semiolinguística e, também, para a nossa análise, uma vez que põe em evidência o quão fundamental é considerar as circunstâncias de discurso em qualquer análise.

A classe dominante institui um sistema ideológico capaz de fazer com que as pessoas recebam as representações sociais como dadas e naturais, a fim de que a realidade permaneça imutável e, portanto, tal classe tenha a garantia de sua preservação no poder. A ideologia produzida e imposta pela classe social dominante (em geral, representada pela religião, pelo Estado, pela escola, pela lei, pela mídia) se reflete em sua fala (MOSCOVICI, 2012).

Marx apresenta a sua concepção de ideologia, derivada da crítica à dialética idealista hegeliana, a partir da qual o crítico vai formular a sua dialética materialista. Marx conservou a dialética de Hegel por considerar que o movimento interno de produção da realidade é a contradição. Entretanto, para Marx, a contradição se estabelece entre homens inscritos em uma realidade histórica e social, chamada luta de classes - a qual não deve ser entendida em termos de “luta armada”.

Os produtores de ideologias são aqueles que vão formular ideias que ocultam as contradições reais das relações sociais e da divisão social do trabalho. Mas é preciso entender que a ideologia não se caracteriza como um processo subjetivo voluntário; ela é inconscientemente subjetiva e objetiva e se produz em condições objetivas de existência social. Por isso, Marx e Engels dizem que a alienação é um fenômeno objetivo e não um mero engano de nossa consciência.

Entretanto, a ideologia revela as contradições e cisões dentro da classe dominante. Eagleton (1997) analisa que o que confere poder às classes dominantes, isto é, o seu poder de intervir na consciência de seus subjugados, é também o que a faz heterogênea e inconsistente e a coloca na obrigação de reconhecer um outro. Ademais, nem todas as ideias da classe dominante são ideológicas. Ou, como diz o teórico, não é a *origem* das ideias que faz com que elas sejam ideológicas.

E quem seriam os ideólogos? São sujeitos encarregados de sistematizar ideias em universais abstratos, geralmente pertencentes à classe dominante ou à classe média, que legitima aquela. Os universais abstratos transformam o imaginário que a classe dominante tem de si em representações sociais. Os ideólogos produzem e distribuem as ideias da classe dominante pela linguagem, que, a partir do século XX, tiveram alcance massivo com os meios de comunicação audiovisuais.

No âmbito da análise do discurso literário, Maingueneau (2007) discute a noção de ideologia considerando que ela teve seu momento de apogeu, nos anos de 1960 e 1970, e, após esse período, viveu sua decadência.

O momento de apogeu deveu-se a uma cena intelectual freud-marxista que, de um lado, colocava o texto como um espaço de ilusão (que traía as forças do

inconsciente) a ser desmascarado e, de outro, o texto tinha uma certa autonomia assegurada pelo marxismo e pelo estruturalismo. Basicamente, nesse momento, a reflexão sobre a ideologia estava inscrita em um programa de pesquisa central: fazer uma teoria de articulação entre texto e sociedade.

As variações sobre o par texto/ideologia são dependentes da concepção que se faz, então, da noção de texto. A partir da década de 1970, essa concepção vai se transformando sobre a influência crescente da linguística, em especial, a linguística textual, as teorias da enunciação, as teorias pragmáticas e a análise do discurso.

Para Maingueneau (2007), o clima intelectual contemporâneo não é favorável aos problemas da ideologia, pois eles não responderiam mais com vigor em uma conjuntura na qual é impossível desenhar o seu contorno. Constata-se que uma boa parte da tradicional noção de ideologia se encontra distribuída sobre outras noções mais ou menos correntes, como *doxa* e senso comum, por exemplo, caras aos estudos retóricos e discursivos atualmente.

A linguagem - seja ela verbal, visual, sonora – é veiculadora de ideologia, porque todas as manifestações da criação ideológica são discursivas. Bakhtin (1981, p. 16) reconhece o papel da língua como “realidade material da criação ideológica” e do signo como portador de ideologia, visto que esta se refere a uma exterioridade, tal qual o signo. Segundo ainda o teórico russo, tudo o que é ideológico tem valor semiótico, porque é uma construção social e, por isso, todo signo está sujeito a ser avaliado ideologicamente. Se a compreensão manifesta-se semioticamente, isto é, se para compreender um signo recorreremos a outros signos, criando um elo semiótico, esses signos a que recorreremos para compreender o novo já estão tomados de representações sociais ideologicamente marcadas.

Os signos só emergem, decididamente, do processo de interação entre uma consciência e uma outra. E a própria consciência só se torna consciência quando se impregna de conteúdo ideológico (semiótico) e, conseqüentemente, somente no processo de interação (BAKHTIN, 1981, p. 22).

A consciência social somente nasce entre indivíduos socialmente organizados que formam uma coletividade na qual os signos se fundem e são postos em circulação. Para Bakhtin, portanto, a consciência individual é um fato socioideológico. Conhecemos a realidade por signos, que são fenômenos ideológicos, uma das formas pelas quais estruturamos nosso pensamento em sistemas de valores.

Vamos, neste trabalho, entender como a linguagem, pelo discurso, manifesta ideologias. Isso significa, por um lado, que não podemos desconsiderar a linguagem desvinculadamente da vida social; por outro, não podemos deixar de analisar a sua especificidade, encerrando-a no nível ideológico.

Para isso, vamos considerar alguns pontos colocado por Fiorin (2007), a começar pela distinção entre a língua (sistema virtual) e a sua manifestação. O sistema é social porque é comum a todos os falantes da comunidade linguística. Já a fala é a manifestação individual de cada EU que toma a palavra e se expressa com e por ela. O EU é entrecortado por visões de mundo, que se apresentam em um discurso próprio.

O discurso é a materialização das formações ideológicas, sendo, por isso, determinado por elas, o texto é unicamente um lugar de manipulação consciente, em que o homem organiza, da melhor maneira possível, os elementos de expressão que estão a sua disposição para veicular seu discurso. O texto é, pois, individual, enquanto o discurso é social” (FIORIN, 2007, p. 41).

Quando estudamos o discurso, interessa-nos o enunciador inscrito e que precisamos recuperar no seu interior para capturar essa figura que se projeta como EU e a sua visão de mundo.

5.4 Sistemas de valores e de pensamento

No nosso estudo, precisamos descobrir a intenção comunicativa do discurso jornalístico na representação de imagens para a presidenta Dilma Rousseff. Nesse caminho de descoberta, precisamos descrever, nos termos de Charaudeau (2013a, p. 190), os “imaginários de verdade” do discurso jornalístico. Verdade e discurso estão relacionados e aquela só pode ser representada pela linguagem, que estabelece sistemas de valores vinculadores de ideologias.

Pelos discursos os indivíduos se sentem representados e identificados com um grupo. Para Charaudeau (2013a, p. 192), a “a ideologia é um modo de articulação entre significação e poder” fundada em quatro bases: 1) *legitimação*, que significa atribuir-se legitimidade para justificar e significar sua posição de dominação; 2) *dissimulação*, que, por tratar-se de uma atividade racional de legitimação, mascara as relações de dominação; 3) *fragmentação*, que é o resultado da dissimulação que acarreta a oposição entre grupos; 4) *reificação*, já que a racionalização tende a naturalizar a história eliminando a sucessão temporal.

Essas quatro bases fundadoras da ideologia fazem parte da representação social que constrói o real, que é simbolizado fragmentariamente. Charaudeau (2013a) considera o termo representação social como um fenômeno cognitivo-discursivo geral, que põe em funcionamento sistemas de saber nos quais se distinguem os *saberes de conhecimento* e os *saberes de crença*, que são constituídos por *imaginários sociodiscursivos*.

O estudo das representações sociais na problemática do discurso não deve ser compreendido sem se considerar o sujeito envolvido no processo. O sujeito (social ou coletivo) é sobredeterminado, em parte, pelas representações do grupo (ou grupos) em que se encontra inserido. É preciso considerar o processo de interpretação do sujeito que constrói a realidade em uma tripla dimensão (CHARAUDEAU, 2013a): *cognitiva*, que diz respeito à forma pela qual o sujeito organiza mentalmente a percepção; *simbólica*, que é a forma como o sujeito interpreta o real; *ideológica*, que é

o modo pelo qual o sujeito atribui valores que desempenham o papel de ser a norma social. Para o sujeito, as representações têm a função de interpretar a realidade por relações simbólicas, a fim de atribuir a elas significados.

Como as representações não são criadas por indivíduos isolados, visto que são fruto de uma interação, precisam ser postas em circulação. Isso faz com que novas representações surjam, enquanto outras se extinguem. Quanto menos pensamos nas representações, mais cristalizadas elas se tornam e mais influentes, portanto. Essa presença das representações é o que Moscovici (2012) chama de *verdade de crença*.

Estudar as representações é tentar compreender como a sociedade se comunica e estabelece seus valores, crenças, ideologias. Moscovici faz distinção entre experiência por conhecimento e crença, porque as representações sociais são uma forma de compreender e comunicar o que sabemos por essas vias.

Como já mencionado, Charaudeau (2013a) distingue as formas de compreensão do mundo em saberes de conhecimento e saberes de crença. Os *saberes de conhecimento* intentam estabelecer uma verdade sobre os fenômenos do mundo, sejam eles naturais, sejam eles sociais. Nesse procedimento explicativo, a subjetividade do sujeito não é considerada, pois interessa explicar o que é exterior ao homem. Tal discurso é construído de forma impessoal, enunciado na terceira pessoa, estendendo a anulação da subjetividade também ao discurso científico. Aqui o mundo é maior do que o sujeito e, por isso, impõe-se sobre este.

Os *saberes de crença* buscam sustentar um julgamento sobre o mundo por valores que lhe são atribuídos, e não por uma explicação racionalizante. Como os valores procedem de um juízo, nele está marcada a subjetividade do sujeito enunciador, que faz uma avaliação sobre o mundo. Aqui é o sujeito que vai ao mundo, apropriando-se dele pelo seu julgamento. O sujeito que fala o faz não baseado em uma lógica racional, mas em uma lógica do verossímil na qual podem interferir a emoção e a razão.

Tanto os saberes de conhecimento quanto os saberes de crença são responsáveis por estruturar as representações sociais. Os primeiros constroem representações classificatórias do mundo pela via da experimentação; os segundos constroem

representações avaliativas que variam de acordo como cada sujeito pensa o mundo.

A fronteira entre esses dois tipos de saberes é fluida devido às estratégias dos sujeitos que os enunciam, que podem manipular um saber fazendo-o passar por outro. Isso se passa no discurso político, que pretende passar como verdade de conhecimento universal um saber que se respalda em um conhecimento de crença.

Se os sistemas de pensamento se baseiam nesses dois tipos de saberes, estes são veiculados por teorias, doutrinas e ideologias, conforme propõe Charaudeau (2013a).

As *teorias* são saberes de conhecimento que também são chamadas de “saberes científicos”. São uma forma de discurso que instituem verdades por princípios, postulados, axiomas que dependem de um instrumental metodologicamente verificável.

As *doutrinas* são constituídas em parte por saberes de conhecimento e por saberes de crença, porque são uma forma de discurso que maquia uma opinião como conhecimento. Geralmente, essa maquiagem é justificada por um discurso fundador proferido por um mediador ou intermediário de textos que têm valor sagrado. As doutrinas servem de modelo de pensamento e de comportamento e, por terem um discurso com alto teor de moralidade, são fechadas a críticas e discussões.

As *ideologias* são representações sociais estruturadas em sistemas de ideias genéricas tidos como valores universais e evidentes, em uma tentativa de explicar a condição humana. Como são fundadas em valores irredutíveis, parecem-se com as doutrinas, podendo transformar-se em uma no caso de serem endurecidas. Diferentemente das doutrinas, que estão fundadas materialmente em um texto fundador, as ideologias são uma massa de discursos propagadores de um grupo social que se impõe.

Os tipos de saberes estruturam nosso sistema de pensamento em esquemas valorativos nos quais juízos são atribuídos por imaginários sociais.

5.5 Imaginários sociais e imaginários discursivos

As representações sociais atribuem significados a um mundo real por meio de imagens da realidade, constituindo-se em *imaginários*. Charaudeau (2007) faz uma importante análise sobre a noção de *imaginário* para explicar esse conceito. Primeiramente, ele se reporta ao termo no sentido de *imaginação*, que se dá pela via do imaginado e refere-se a algo que não encontra um correlativo na realidade física, sendo, portanto, imaginado e situado no nível das ideias. O imaginário, nesse sentido, seria pura *invenção do espírito* e conhecido também como mito, lenda e ficção. Um segundo sentido atribuído a imaginário estaria relacionado às *artes*, por expressar uma visão de um outro mundo, anunciado pelo artista visionário. Uma terceira via é a do imaginário na *perspectiva histórica*, que instaura a verdade contra o imaginário, que seria característico das culturas populares.

Charaudeau (2007) realiza esse percurso nocional para reconceitualizar o imaginário no intuito de desfazer sua relação com valores de invenção. O analista propõe que imaginário é um modo de apreensão do mundo surgido do mecanismo das representações sociais, que constrói a significação de seres do mundo, transformando a realidade em real significado. O resultado disso é um processo de simbolização do mundo de ordem afetivo-racional, que se dá pela intersubjetividade das relações humanas, arquivado na memória coletiva. O imaginário assume, então, uma dupla função: criar valores e justificar ações.

Como a realidade bruta não tem significado, este é atribuído por sujeitos que percebem a realidade e constroem uma imagem dela. Charaudeau (2013a) diz que o imaginário social é um universo de significações que funda uma identidade coletiva, mantida unida pelos sujeitos que dela compartilham. Além disso, o imaginário social é da ordem do verossímil, porque reflete a visão que o homem tem do mundo. Se cada homem tem uma visão e a considera uma verdade, não existe *uma* verdade sobre o mundo. Logo, o imaginário de verdade é uma essencialização do mundo percebido em um saber.

Derivado do conceito de *imaginário social*, Charaudeau (2013a) propõe, para entender a noção de imaginário no quadro teórico da análise do discurso, o conceito de *imaginários sociodiscursivos*. Para o bom desempenho da função identitária para os membros de um grupo, os imaginários precisam ser materializados. Isso pode ocorrer por comportamentos ou por atividades coletivas. Essa materialização precisa se sustentar em um discurso racionalizado, que pode ser apresentado por textos escritos e orais de diversas naturezas, transmitidos por gerações em: teorias científicas, doutrinas religiosas, manifestos, provérbios, leis. Todos esses textos exprimem algum tipo de imaginário que os potencializa discursivamente. Daí nascem os imaginários sociodiscursivos.

Os imaginários são veiculados pelo discurso. Eles constroem sistemas de pensamentos coerentes com os tipos de saberes investidos e são gerados pelos discursos circulados nos grupos sociais, responsáveis por organizá-los em sistemas de pensamentos alinhados aos seus valores e por desempenhar o papel de justificar a ação social. É desse modo que os imaginários se depositam na memória coletiva.

Os discursos e os tipos de saberes são diferentes de acordo com cada sociedade e revelam, ao mesmo tempo, as características inerentes de cada uma. Segundo Charaudeau (2007), o universo do discurso corresponde ao domínio das práticas sociais: político, religioso, científico, jurídico, educacional etc. Cada domínio de prática social desempenha o papel de fabricar filtros de saberes e, por conseguinte, de imaginários. Os universos de discursos são construídos a partir dessas experiências culturais.

Convém, para esta pesquisa, apresentar a distinção feita por Charaudeau (2013) entre os imaginários sociais da direita e da esquerda. A começar pela *matriz discursiva da direita*, em sua visão de mundo, o homem é submetido à natureza, isto quer dizer que o indivíduo é o resultado de um conjunto de tradições que permite a sua reprodução. Valores como “pátria”, “trabalho” e “família” ganham relevo na constituição do humano, porque pesam sobre o homem a filiação, a hierarquia e o nacionalismo. Esse dogma da natureza desigual justifica o combate da direita a tudo o que for contrário a ele. Desse modo, os valores da direita se organizam em uma demanda de autoridade e ordem. Já a *matriz discursiva da esquerda* compreende uma

visão de mundo em que o homem se sobrepõe à natureza, sendo, portanto, capaz de alterá-la. O dogma do progresso, maior do que a fatalidade da natureza, permite ao homem mudar um estado de coisas que parece ser natural. Contra a hierarquia, aparece o valor da igualdade social; contra a discriminação, a solidariedade social; contra o princípio do comando, surge o princípio da contestação. Logo, os valores da esquerda se organizam em uma demanda de igualdade e justiça.

Entretanto, as matrizes discursivas da direita e da esquerda não são dicotômicas e nem se solucionam em um quadro de contrastes. De ambos os discursos pode emergir o autoritarismo, além de se colocar o problema de como cada sociedade configura os valores da direita e da esquerda em seus imaginários sociais. Atualmente, as esquerdas, em todo o mundo, não têm mais o monopólio das camadas populares, as quais, em muitos países, têm se voltado para o discurso da direita em busca de segurança. Esquerda e direita, muitas vezes, tocam nos mesmo pontos, mas com valores diferentes, enquanto o povo fica à espera de um líder que sintetize os seus anseios.

Os imaginários sociodiscursivos circulam em um espaço de interdiscursividade e testemunham as identidades coletivas, a forma como os indivíduos compreendem os acontecimentos de que tomam conhecimento e sobre os quais fazem julgamentos. No domínio político, por exemplo, há imaginários sobre o comportamento esperado de um político e sobre qual ethos ele deve construir para si, a fim de atender as expectativas dos cidadãos. Na vida política, os imaginários sociodiscursivos são utilizados com fins de persuasão. Os políticos, para alcançarem seus objetivos na esfera pública, dirigem-se a um número heterogêneo de pessoas valendo-se de estratégias discursivas que captem o imaginário social. 🖱

6. ETHOS: UM CALEIDOSCÓPIO DE SI E DE OUTRO(S)



Sí mismo en cuanto... otro..

Paul Ricouer

Para falar de ethos, neste capítulo, percorremos um caminho que se iniciou na Grécia e se estendeu por toda a tradição dos estudos retóricos até ser tomado como uma importante categoria pela análise do discurso e, em especial, pela teoria semiolinguística.

6. Ethos: um caleidoscópio de si e de outro(s)

A noção de ethos tem origem na *Retórica*, de Aristóteles, na Grécia, e foi desenvolvida por oradores de Roma, onde os estudos retóricos estavam relacionados, sobretudo, ao Direito e ao desempenho de oradores na esfera jurídica.

Foi Aristóteles quem relacionou os conceitos de verossimilhança e persuasão à retórica e empreendeu um estudo descritivo sobre esta, sistematizando-a nos seguintes componentes: 1) a *invenção*, que permite a escolha, a partir dos gêneros deliberativo, judicial e epidíctico, de qual é o melhor *modo* de se argumentar; 2) a *disposição*, momento no qual as partes do discurso são *organizadas*; 3) a *elocução*, que impõe como o falar deve ser, ou seja, qual é o *estilo* mais adequado em relação à matéria arrolada ao auditório; 4) a *pronúncia*, que se ocupa do *tom*, da intensidade e do ritmo vocal do orador (CARVALHO, 2006, p. 14).

Passando aos estudos retóricos latinos, não podemos deixar de mencionar Cícero, orador conhecido pela sua capacidade de síntese e prestigiosa eloquência. Para ele, a retórica é pragmatismo e razão, debate e diálogo e, portanto, não pode prescindir da argumentação. Cícero articula o ethos (caráter do orador) e o pathos (disposição do auditório), a fim de convencer a audiência pela persuasão teatralizada.

No Renascimento, o logos (razão no discurso) do homem renascentista se confronta com a retórica do pathos (católico), que visa ao nobre, e a retórica do ethos (protestante), que visa ao útil. Na literatura, a retórica é retomada pelo Barroco, que tendia para o pathos e exercitou a verbalização com o uso de figuras de linguagem. Segundo Carvalho (2006), com o declínio do Barroco, a retórica também foi esquecida pelos estudos de linguagem até o século XX, pois, a partir do século XVIII, a Europa assume o racionalismo crítico como metodologia de pensamento.

O restabelecimento da retórica no século XX se dá com a Estilística. A ciência vinha passando, desde o século XIX, por um momento de transição pelo abandono da objetividade metodológica dos positivistas. O discurso moderno passa a privilegiar a alteridade, da qual nasce a dialética entre identidade e diferença (CARVALHO, 2006, p. 26).

Não há como falar de ethos sem fazer referência, como já mencionado, ao clássico estudo de Aristóteles (s/d), para quem a retórica é a faculdade de analisar teoricamente, a depender de cada caso, os meios que podem gerar a persuasão. Para o pensador, a retórica poderia atuar como um meio de busca de consenso para o bem comum da *polis*.

Nessa descoberta do que é próprio para persuadir, a retórica analisa provas. Aristóteles propõe que há três provas fornecidas pelo discurso destinadas a persuadir: 1) o efeito de caráter moral do orador, que diz respeito ao ethos; 2) a lógica da demonstração no próprio discurso, que é o *logos*; 3) a paixão que o discurso leva os ouvintes a sentir – o *pathos*.

A definições da retórica podem ser classificadas em três, a depender da tônica que recai sobre cada uma de suas dimensões, segundo Meyer (2007, p. 21):

- 1) a retórica é uma *manipulação* do auditório, conforme Platão, sendo acentuado o *pathos* e, portanto, direcionado ao público;
- 2) a retórica é a arte de *bem falar*, conforme Quintiliano, sendo acentuado o *ethos* e, portanto, direcionado à figura do orador;
- 3) a retórica é a exposição de *argumentos* ou de discursos que devem ou visam a persuadir, conforme Aristóteles, sendo acentuado o *logos* e, portanto, direcionado às relações entre o explícito e o implícito.

Deter-nos-emos apenas a uma dessas provas empregadas para persuadir: o *efeito do caráter moral*, que é o orador imprimir em seu discurso a qualidade de ser digno da confiança pelo seu auditório. É o caráter do orador que vai despertar no público paixões, euforia, simpatia, contrariedade, enfim, adesão ou não para si e, conseqüentemente, para o seu discurso.

Aristóteles afirma que o caráter moral do orador é prova maior de excelência por ser a primeira impressão que o auditório tem sobre ele, podendo ser prefigurada antes mesmo de proferir o seu discurso. Embora o *ethos* emane do ato enunciativo, as

representações sociais feitas pelo público são ativadas anteriormente à fala do orador (PAULIUKONIS e MONNERAT, 2008). Por isso, Amossy (2013) prefere o termo *ethos* prévio a *ethos* pré-discursivo (MAINGUENEAU, 2013a) por preceder à elaboração da imagem do sujeito no discurso, a qual pode ser construída previamente, por exemplo, pela mídia no caso de pessoas notórias.

Nos ensinamentos aristotélicos, o discurso deve demonstrar, persuadir e o orador deve, ainda, apresentar disposições que inspirem a confiança do auditório, as quais são causadas por estas três qualidades: prudência (*phronesis*), virtude (*areté*) e benevolência (*eunoia*). Os meios para parecer ser prudente e honesto são decorrentes da virtude.

Maingueneau (2008, p. 56), ao comentar a *Retórica* aristotélica, afirma que “a prova pelo *ethos* consiste em causar boa impressão mediante a forma com que se constrói o discurso”. Portanto, o *ethos* retórico, na visão de Aristóteles, seria decorrente de uma experiência sensível ativada pelo discurso.

Segundo Meyer (2007), a abordagem focada no *ethos* é tipicamente romana, vinculada, sobretudo, por Quintiliano, para quem a retórica é o estudo do bem dizer, que só pode ser realizado por um homem virtuoso que envolva o seu auditório em um discurso eloquente. Já para os gregos, o *ethos* é propriamente a imagem de si, a personalidade e uma escolha de vida.

Meyer (2007) problematiza duas questões para discutir acerca do *ethos*: “o que é um orador?” e “o que é de fato o *ethos*?”. O orador é aquela pessoa capaz de negociar as diferenças suscitadas por um debate, dando respostas satisfatórias a questões conflitivas. Ele deve mostrar um saber específico para dar uma boa explicação ao público disposto a ouvi-lo. Logo, o *ethos* é o próprio orador como figura de autoridade, ligado ao que ele é e ao que ele *representa*, ao que *mascara* e ao que *revela*.

O *ethos* (e também o *pathos*) participa de uma demonstração psicológica endereçada ao público, que crê ser ela verdadeira. Logo, o *ethos* é decorrente de uma representação que o orador usa para parecer ser “digno de fé” (CHARAUDEAU, 2013a).

Embora esta pesquisa se interesse pela dimensão do *ethos*, reconhecemos a importância equânime das demais dimensões dos componentes retóricos, ressaltando

a proposta de Meyer de dar uma nova definição para a retórica, na qual sejam postos em igualdade o ethos, o logo e o pathos, visto que o orador, a linguagem e o auditório são constituídos em uma relação de negociação de diferenças. O reconhecimento da diferença é o ponto crucial da proposta de Meyer (2007, p. 25). de que “a retórica é a negociação da diferença entre os indivíduos sobre uma dada questão”. Isso quer dizer que é pela retórica que são negociadas a identidade ideológica de um sujeito e, também, a sua diferença em relação a um outro.

6.1 O ethos na análise do discurso

A noção de ethos foi retomada pelos estudos de linguagem, em especial pela análise do discurso (MAINGUENEAU, 2013a, 2013b; AMOSSY, 2013; CHARAUDEAU, 2013a; DUCROT, 2001), e redefinida segundo os interesses dos campos de pesquisa.

Barthes (1977) diz que o ethos está relacionado a caracteres ativados pelo orador para causar boa impressão ao público, os quais não são, via de regra, vinculados ao aspecto da sinceridade. Ao mostrar traços de seu caráter, que necessariamente não precisam ser sinceros, o orador encena esses traços, isto é, cria-os conforme a situação de comunicação na qual está envolvido.

Embora Maingueneau (2013b, p. 107) afirme que por meio da enunciação “revela-se a personalidade do enunciador”, tal personalidade pode ser velada por características mostradas de um ethos forjado para um determinado ato de enunciação. Ducrot (2001), usando uma metáfora teatral para o estudo linguístico, reconhece o ato representativo do locutor na enunciação ao dar a palavra a diversos tipos de enunciadorees, ou seja, a personagens.

É possível identificarmos, ainda, um ponto de contato entre ethos e a investigação de Zumthor (2007) sobre *performance*. Em seu ensaio, o autor fala da *performance em cena* e da sua *intencionalidade* como dispositivo teatral, isto é, a performance se insere, ao mesmo tempo, no lugar cênico e manifesta uma intenção do autor. “A condição necessária à emergência de uma teatralidade performancial é a

identificação, pelo espectador-ouvinte, de um outro espaço” (ZUMTHOR, 2007, p. 41). Desse ponto de vista, a *performance* – aqui alinhada ao ethos por causa da intencionalidade que lhe constitui – coloca o sujeito em cena em relação ao mundo e ao seu imaginário sociodiscursivo.

Esse estar em cena do sujeito remete ao que Maingueneau (2013a) diz a respeito de todo discurso convencer pela instituição da cena de enunciação responsável por legitimá-lo. Da cena faz parte a *cenografia*, uma correspondência particular entre os dois sujeitos envolvidos na cena enunciativa. Maingueneau (2013a) considera a existência de três tipos de cena: *cena englobante*, *cena genérica* e *cenografia*. A cena englobante corresponde ao domínio discursivo que permite nos situarmos para interpretá-lo, podendo ser ele: político, religioso, filosófico, publicitário etc. Como nos comunicamos por meio de gêneros do discurso particulares, é a cena genérica que define os papéis dos enunciadores, como, por exemplo, em uma campanha eleitoral televisiva, um candidato dirige-se a um número massivo de eleitores. Essa duas cenas – englobante e genérica – organizam o quadro cênico do texto, no qual o enunciado adquire sentido. Por outro lado, não é com o quadro cênico que o leitor se confronta, mas sim com a cenografia. Esta desloca o quadro cênico para segundo plano, pois ela não é simplesmente um cenário,

como se o discurso aparecesse inesperadamente no interior de um espaço já construído e independente dele: é a enunciação que, ao se desenvolver, esforça-se para construir progressivamente o seu próprio dispositivo de fala (MAINGUENEAU, 2013a, p. 98).

Desse modo, a cenografia pode instaurar um processo paradoxal, pois, em um primeiro momento, a fala supõe uma certa situação de comunicação, que vai sendo validada na própria enunciação. Logo, a cenografia é, simultaneamente, a fonte do discurso e o dispositivo que o engendra; ela legitima o enunciado, que, por sua vez, deve legitimá-la. O que o texto diz valida a forma como os seus conteúdos se manifestam. Por isso, a cenografia deve ser adaptada ao tema do enunciado.

A cenografia atua no nível micro e particular do discurso, uma vez que põe em contato os sujeitos que estão engendrados pela enunciação.

Outra reflexão trazida por Zumthor é a transitoriedade da *performance* (e, de certa forma, do *ethos*), por se situar em um contexto cultural e situacional. Somente em tais contextos é que ela se expressa como fonte de eficácia textual. Nesse entendimento, “performance implica competência” (ZUMTHOR, 2007, p. 31), ou seja, um *saber-ser* que comanda uma conduta.

Outro teórico que utiliza a metáfora da representação teatral para estudar a vida social é Goffman (2011). O sociólogo propõe que a vida é um palco no qual os sujeitos simulam ações.

Presume-se que vida apresenta coisas reais e, à vezes, bem ensaiadas. Mais importante, talvez, é o fato de que no palco um ator se apresenta sob a máscara de um personagem para personagens projetados por outros atores. A plateia constitui um terceiro elemento da correlação, elemento que é essencial, e que entretanto, se a representação fosse real, não estaria lá. Na vida real os três elementos ficam reduzidos a dois: o papel que um indivíduo desempenha é talhado de acordo com os papéis desempenhados pelos outros presentes e, ainda, com esses outros também constituem a plateia (GOFFMAN, 2011, p. 9).

Embora o próprio Goffman reconheça que esse modelo é uma presunção que será revista, vale destacar alguns apontamentos colocados pelo sociólogo. Ao projetar a imagem dos interlocutores em sua *performance*, o sujeito pode fazer uso de máscaras, a partir das quais criará também uma imagem de si para lhes apresentar. Da idealização que o sujeito enunciador faz do seu público e que ele imagina que este fará dele, EUe projetará a melhor imagem idealizada de si para atingir suas intenções comunicativas.

Por que há essa via de mão dupla na qual transitam orador e público que Meyer (2007) afirma que o *ethos* não pode ser apenas identificado e limitado, pois, ao primeiro. O *ethos* também está relacionado àquele com quem o auditório se identifica. Por isso, o estudioso fala da necessidade de se distinguir entre *ethos imanente* ou *ethos projetivo*, que é a **projeção** da imagem aos olhos do *pathos* (público), vista em

termo de valores, e *ethos não-imanente* ou *ethos efetivo*, que é aquele que o orador ativa em sua **ação real**. O *ethos*, então, é uma dupla imagem, pois “tanto o orador quanto o auditório projetam no outro uma imagem *a priori*, que não corresponde forçosamente à realidade” (MEYER, 2007, p. 51). Para agradar o público, o orador deve captar a projeção da imagem que dele recebe pela identificação de valores comuns, controlando o distanciamento entre o *ethos* projetivo e o *ethos* efetivo pela percepção das diferenças entre um e outro. O *ethos* é sempre, então, um pré-juízo.

A imagem do sujeito é definida na situação comunicativa, mas também define a situação comunicativa, “tornando os outros capazes de conhecer antecipadamente o que ele esperará deles e o que deles pode esperar” (GOFFMAN, 2011, p. 11).

Nessa mesma linha reflete também Charaudeau (2012), que indica que é no contrato comunicativo entre o sujeito enunciador (EUE) e o sujeito interpretante (TUi) que as práticas sociais são partilhadas, de acordo com as representações sociais que cada um dos parceiros tem do tema a ser tratado e, também, da própria situação de comunicação. No mundo das representações, o sujeito comunicante (EUC) cria intencionalmente uma imagem de EUE durante o ato de linguagem, a fim de influenciar o TUi com o seu projeto de fala.

Sobre a regulação durante esse projeto, Goffman (2011) salienta que, independentemente do objetivo comunicativo que o sujeito comunicante tem em mente, ele precisa regular a conduta do outro para exercer a sua influência. Na realidade, o que o EUC faz é criar uma *impressão* (via EUE) sobre o outro (TUD) que o faça agir em conformidade com o plano que traçou.

O enunciador utiliza táticas tanto para proteger suas próprias projeções sobre a situação comunicativa (as “práticas defensivas”), quanto para salvaguardar a definição da situação vislumbrada pelo outro (as “práticas protetoras” ou “diplomacia”) (GOFFMAN, 2011, p. 22) com o objetivo de controlar a impressão que o interlocutor recebe da sua atuação.

Maingueneau (2013b) traz uma perspectiva analítica importante sobre o *ethos*, ao afirmar que ele é válido para qualquer tipo de discurso, seja oral, seja escrito - visto

que, na tradição retórica, a oralidade foi privilegiada - até mesmo pela justificativa de que a noção de *ethos* está atrelada a um processo mais amplo de adesão de sujeitos a uma posição discursiva. O analista afirma que mesmo o texto escrito tem um *tom* que confere autoridade ao que é dito, dando pistas ao leitor para construir uma representação do enunciador, que assume o papel de *fiador* da enunciação.

Sobre o fiador são atribuídos indícios textuais que permitem representar um *caráter* e uma *corporalidade* do enunciador. A noção de *ethos* ativa uma reflexão enunciativa que se articula pelo *corpo* e pelo *discurso* do locutor. Logo, a dimensão subjetiva do locutor que se manifesta pelo discurso está concebida por uma voz pertencente a um “corpo enunciante” marcado historicamente.

O *caráter* do locutor, nessa perspectiva, corresponde aos traços psicológicos do enunciador, que são ativados pelas representações sociais do TUi durante a situação comunicativa. Já a *corporalidade* diz respeito aos traços corporais, a uma maneira de se vestir e agir no espaço social. O *ethos* está implicado nas representações sociais dos sujeitos envolvidos no ato de linguagem, que podem ser mais ou menos desvalorizadas, configurando-se em estereótipos culturais.

Enquanto o *ethos* retórico de Aristóteles estava ligado à oralidade, a noção de fiador autoriza a análise de uma *vocalidade* dos textos escritos, que permite caracterizá-la com o corpo do enunciador (que não deve ser entendido como o corpo do locutor) por meio de um *tom*. O tom recobre a dimensão verbal do discurso e, também, os domínios psíquicos e físicos associados ao fiador pelas representações sociais, que podem ser identificadas pelo destinatário positiva ou negativamente.

A *incorporação* é um conceito que envolve o destinatário, em posição de intérprete do *ethos* do enunciador. Ela pode atuar em três registros:

- 1) A enunciação dá *corporalidade* ao fiador.
- 2) O destinatário *incorpora* um conjunto de esquemas que se relaciona com o mundo habitando em seu próprio corpo.

3) Essas duas incorporações constituem um *corpo* da comunidade imaginada daqueles que aderem ao discurso. A adesão do destinatário ocorre pela incorporação de um mundo associado a um determinado imaginário.

Ao contrário da retórica antiga, na qual o *ethos* é uma prova do discurso, ou seja, um meio de persuasão, o *ethos*, em uma perspectiva de análise do discurso, é parte da cena enunciativa, por estarem associados os modos de legitimação do discurso e a organização de seus conteúdos (MAINGUENEAU, 2008).

Na visão de Maingueneau, o sentido do discurso é devido ao *ethos* e às ideias transmitidas na situação comunicativa do qual emana, estando a *maneira de dizer* o discurso vinculada à *maneira de ser* do enunciador. Logo, este cria, no seu projeto de fala, uma identidade compatível com o mundo que irá representar na enunciação. Por isso, o *ethos* está ligado à construção da identidade, porque leva em consideração as representações sociais que os parceiros da troca linguageira constroem um sobre o outro, bem como a própria visão que o enunciador tem de si.

É por esse processo ideologizante constituinte do *ethos* que o enunciador exerce o poder de captar o destinatário, que, por sua vez, identifica-se com o fiador do discurso.

É importante mencionar que para Maingueneau (2008) o *ethos* está relacionado ao ato enunciativo, embora não seja mencionado no enunciado. O enunciador projeta uma imagem de si na enunciação, sem, contudo, expressá-la explicitamente. O analista comenta algumas dificuldades de exploração da noção de *ethos*, a saber:

1) A relação entre os conceitos *ethos discursivo* e *ethos pré-discursivo*: apesar de o *ethos* aristotélico corresponder ao primeiro, é inegável que, independentemente do desconhecimento do destinatário sobre o *ethos* do locutor, é possível àquele construir representações a partir de pistas relacionadas ao gênero do discurso usado pelo locutor e por seu posicionamento ideológico. A distinção *discursivo/pré-discursivo*, portanto, deve levar em conta a diversidade dos gêneros de discurso.

2) Fatores diversos interagem em relação à construção do ethos: a afetividade do intérprete é mobilizada pelas matérias linguística e ambiental. Isto é, se o ethos é um efeito decorrente do discurso, instaura-se um problema sobre aquilo que é parte ou não do discurso. Teoricamente, é preciso definir se o ethos está ligado exclusivamente ao material verbal ou se com este interagiria um estatuto comportamental, incluindo, gestos, vestimentas e a própria situação comunicativa.

3) A noção de ethos pode remeter a aspectos distintos: a depender do ponto de vista do locutor ou do destinatário, há zonas de variação entre o *ethos visado* e o *ethos produzido*. Muitas vezes a imagem que o locutor intenta veicular não corresponde à imagem construída pelo destinatário.

Nesse quadro de problemas posto por Maingueneau (2008), é possível dizer que não há um consenso unívoco sobre a noção de ethos. Sobre o ethos aristotélico, o estudioso identifica as seguintes ideias a serem exploradas: a) o ethos é uma noção discursiva (constitui-se no discurso); b) o ethos é um processo interativo de influência sobre o outro; c) o ethos é uma noção híbrida, por corresponder a um comportamento socialmente avaliado via discurso, que só pode ser apreendido em uma situação comunicativa determinada por conjunturas sócio-históricas.

É a partir desse esboço do quadro aristotélico sobre o ethos retórico que Maingueneau (2008) define a sua concepção de ethos, visto que o cenário atual da análise do discurso é fundamentalmente diferente do espaço no qual a retórica antiga cresceu. Com base nos conceitos de *fiador* e de *incorporação*, o analista se distancia de uma noção de ethos alinhada a uma perspectiva argumentativa, vinculando o ethos para além da persuasão por argumentos. Para o estudioso do discurso, o ethos permite refletir sobre a adesão dos sujeitos a posicionamentos instaurados pelo discurso.

Outro estudo fundamental para a compreensão de ethos é o de Eggs (2013), que traça um paralelo entre ethos aristotélico, convicção e pragmática. O orador, ao

mostrar em seu discurso um caráter honesto, parecerá mais digno de confiança para o seu auditório. Vemos, nessa retomada aristotélica, a interseção entre *honestidade* e *verdade*, pois, se o orador apresenta a honestidade como uma virtude sua, as chances de parecer ser verdadeiro sobre o que diz e conseguir adesão do público tendem a ser satisfatórias. A adesão do outro é, portanto, uma consequência do efeito de credibilidade do discurso do orador.

Ainda na análise retórica aristotélica, Eggs propõe que há dois campos semânticos relacionados ao ethos: o campo de *sentido moral*, que engloba as virtudes de honestidade, benevolência e equidade; e o campo de *sentido neutro ou objetivo*, que diz respeito a hábitos, costumes e caráter do orador. Esses dois campos constituem as duas faces necessárias para um sujeito realizar uma argumentação.

O sentido moral e o sentido neutro são mostrados pelas escolhas de estratégias do sujeito enunciativo em seu discurso. As estratégias devem refletir na ponderação do orador, na sua apresentação como alguém simples e sincero e em uma imagem agradável de si. Os oradores que mais inspiram confiança são aqueles cujos argumentos são razoáveis (logos), honestos e sinceros (ethos) e os quais se apresentam amáveis e solidários (pathos), a fim de que o justo e o verdadeiro imperem. Eggs usa o termo *integridade física e retórica* para descrever o orador que se apresenta e é percebido como competente, razoável, equânime, sincero e solidário.

Passando para a análise do ethos na pragmática moderna, Eggs (2013) discute a *condição de sinceridade*, proposta por Searle, que considera mais a intenção do locutor do que o ato de prometer em si, pois, depois de realizado o ato, é que se torna possível saber se a intenção do sujeito era ser sincero ou mentir. Os princípios postulados por Grice (máximas da quantidade, da qualidade, da relevância e da modalidade) também entram na análise de Eggs, que considera Grice o primeiro pesquisador a pressupor a existência das máximas da conversação para explicar se a transgressão é atitudinalmente desejável e, portanto, significativa.

Amossy faz uma análise com um viés sociológico interessante sobre a relação entre a *eficácia do discurso* e a *autoridade do enunciativo*, concluindo que o “poder” da

palavra está ancorado na “adequação entre a função social do locutor e seu discurso” (AMOSSY, 2013, p. 120), visto que a autoridade do discurso só surte efeito se ligada à legitimidade daquele que fala em uma situação comunicativa que legitime esse sujeito e, em decorrência, a sua fala. O dizer, sob essa perspectiva, está implicado em duas vias: a *interacional*, já que a eficácia do discurso só pode ocorrer na troca linguageira; e a *institucional*, uma vez que tal troca está intrinsecamente relacionada às posições sociais ocupadas pelos sujeitos.

Em uma análise discursiva fundada no ethos, devem-se levar em consideração três aspectos:

1. o **sujeito enunciador** (EUE), que construirá uma imagem de si capaz de captar a adesão do sujeito destinatário (TUD);
2. a **situação comunicativa**, a partir da qual os sujeitos regularão seus atos de linguagem, adequando-os conforme a influência que queiram implicar ao outro e o objetivo comunicativo da troca linguageira;
3. o **sujeito destinatário** (TUD) - auditório ou público, na terminologia retórica, que é o alvo do efeito visado pelo EUE.

Esses três aspectos englobam a premissa de que todo ato enunciativo é orientado para convencer alguém, ou seja, ele é dirigido para um sujeito individual ou coletivo. O sujeito enunciador, em vista desse objetivo primordial, faz uma imagem do seu interlocutor e da situação comunicativa na qual se encontram para atingir seu projeto de fala. Essa presunção é sempre arriscada, porque o sujeito enunciador, com base naquilo que acredita ser o mais adequado, cria uma imagem do outro de acordo com as representações sociais que estão a seu dispor. Caso a sua presunção não se confirme, o sujeito enunciador precisa reformular suas impressões e recriar a sua proposta de influência para que o seu propósito comunicativo não se perca e tampouco sua imagem “caia por terra”, isto é, o EUE deve equilibrar-se para preservar a sua face (GOFFMAN, 2002) e não perder a sua credibilidade.

6.2 O ethos na teoria semiolinguística

A noção de ethos, como já dissemos, foi retomada pela análise do discurso e redefinida segundo os interesses das vertentes desse campo de pesquisa. A semiolinguística, por exemplo, traz dois questionamentos de interesse sobre o ethos:

- 1) o ethos é a construção da imagem do orador, mas estaria relacionado ao sujeito comunicante (o locutor) ou ao sujeito da fala (o enunciador)?;
- 2) a imagem de si diz respeito exclusivamente ao sujeito ou pode abranger uma coletividade de sujeitos?

Para refletir acerca dessas duas questões, é preciso retomar algumas proposições semiolinguísticas. A primeira delas é sobre o circuito do ato de linguagem. Conforme visto na seção 4.3, para Charaudeau (2012), a situação de comunicação envolve dois circuitos:

- 1) *Circuito externo à fala configurada (espaço externo ao ato de linguagem)* é o espaço no qual estão instituídos o sujeito comunicante (EUc) e o sujeito interpretante (TUi) no quadro situacional. Esses sujeitos são seres sociais e cada qual, ao assumir o papel de sujeito comunicante no jogo languageiro, realiza seu ato de enunciação pela imagem que faz do seu destinatário. Esse é o espaço do *fazer*.
- 2) *Circuito interno da fala configurada (espaço interno do ato de linguagem)* é onde se encontram os seres de fala (EUe e TUd), instituídos como imagem das representações languageiras das práticas sociais. Esses sujeitos passam a ser sujeitos do discurso (EUe e TUd), existentes enquanto a situação comunicativa é sustentada. Esse é o espaço do *dizer*.

Ao falar dos sujeitos sociais e dos sujeitos discursivos, é mister retomar outro ponto da análise semiolinguística: a questão das identidades. Se há dois planos de configuração da fala, há também dois planos de atuação do sujeito e, por consequência, um desdobramento de sua identidade.

No circuito externo, encontramos o sujeito associado a uma identidade social resultante de um conjunto de traços definidores da sua existência (mesmo que provisórios e transitórios). Esses traços se definem como pela transparência de um vidro, que permite ao sujeito ver o outro como diferente de si. Dessa diferença, o sujeito constrói imagens do outro de acordo com o alcance das suas representações sociais. Logo, a identidade social se constitui na alteridade, pois “o outro só é perceptível e identificável na dissemelhança e porque cada um desempenha um papel particular” (CHARAUDEAU, 2005, p. 15).

No circuito interno, o sujeito social desempenha o papel de sujeito discursivo. O EUC recorre a procedimentos organizacionais para regular o seu ato de linguagem. Um deles é fabricar para si mesmo uma imagem de enunciador (EUE) que seja digna de crédito para o sujeito destinatário (TUD) de sua intenção de fala. Essa estratégia de construção do ethos é nomeada por Charaudeau de credibilidade. Se o EUC sabe que tem legitimidade, endossada pelas representações sociodiscursivas que o outro (TUI), como entidade externa, tem sobre ele (ethos prévio) no espaço externo, a imagem de EUE é investida para construir credibilidade no espaço interno. Se a identidade social depende da resposta do outro, a identidade discursiva é construída pelo sujeito comunicante para responder à questão “Estou aqui para falar como?”. Esse como, dentre outras estratégias, passa pela construção de uma imagem de si pelo EUC – o ethos.

De fato, o ethos, enquanto imagem que se liga àquele que fala, não é uma propriedade exclusiva dele; ele é antes de tudo a imagem de que se transveste o interlocutor a partir daquilo que ele diz. O ethos relaciona-se ao cruzamento de olhares: olhar do outro sobre aquele que fala, olhar daquele que fala sobre a maneira como ele pensa que o outro o vê. Ora, para construir uma imagem do sujeito que fala, esse outro se apoia ao mesmo tempo nos dados preexistentes ao discurso – o que ele sabe a priori do locutor – e nos dados trazidos pelo próprio ato de linguagem (CHARAUDEAU, 2013a, p. 115).

Nessa passagem, Charaudeau retoma a questão das identidades para nos dizer que o ethos é resultante da dupla identidade do sujeito, que se funde em uma só, pois, ao olhar do outro, o sujeito é construído em sua dimensão psicológica e social, ao mesmo tempo em que se mostra por uma identidade discursiva. Na dimensão social, o papel que o sujeito desempenha lhe confere *legitimidade* como EUC na situação de comunicação, enquanto, na dimensão discursiva, deve construir uma imagem de si para ter *credibilidade* nessa situação.

Ainda analisando a citação de Charaudeau, nela está inscrito que o ethos pode ser transitório, já que é uma imagem relacionada àquilo que o sujeito diz em uma dada situação. Logo, a imagem do sujeito comunicante criada em sua enunciação pode não corresponder ao que ele é. A esse respeito, Charaudeau fala que se trata de um dos grandes paradoxos da comunicação humana, porque todo sujeito que fala pode usar uma ou várias máscaras, em um jogo de ocultamento de quem socialmente ele é.

Embora o ethos emane do discurso, a identidade social e a identidade discursiva fundem-se nele. Muitas vezes, o ethos mostrado pelo sujeito não é coincidente com aquele interpretado por seu interlocutor, o que reflete a questão da fragmentariedade do sujeito. Como muito bem explica Charaudeau, o ethos é uma concepção idealizada do sujeito na instância de discurso, é uma encenação sociolinguageira dependente de julgamentos.

Como já visto, a legitimidade é conseguida pelo sujeito por reconhecimento social do outro, ao passo que a credibilidade é resultado da criação de uma identidade discursiva pelo sujeito que permite ao outro julgá-lo como digno de confiança. No caso do sujeito político, a conquista da credibilidade passa pela resposta à pergunta “Como faço para ser aceito?”, sendo a aceitabilidade do outro a garantia de ser eleito ou de sua governabilidade. Para ser aceito, o sujeito político deve fabricar uma imagem que corresponda ao ideal da qualidade de ser aceito.

São três as condições que o sujeito político deve atender para ser digno de crédito, conforme Charaudeau (2013a, p. 119):

- 1ª – **Condição de sinceridade ou de transparência:** o que o sujeito diz deve ser verificável como verdade a respeito do que ele pensa e faz.

2ª – **Condição de performance:** o sujeito deve ter condições de pôr em prática aquilo que ele diz, isto é, seu dizer deve-se transformar em um fazer.

3ª – **Condição de eficácia:** o que o sujeito diz deve produzir efeito.

Caso o sujeito político não atenda a essas condições, pode ter sua imagem vinculada como a de alguém mentiroso e desonesto pela sua incapacidade de honrar seus compromissos e de dizer aquilo que não é possível cumprir. Por isso, ao sujeito político é associada a premissa do *poder fazer* como fonte de sua credibilidade. Diferentemente, o discurso publicitário, que tem a intenção de desencadear no consumidor um *desejo de crer*, deve informá-lo sobre as qualidades de um produto para satisfazer o seu desejo. No discurso das mídias, o sujeito informante precisa também de credibilidade para transmitir claramente uma informação, para criar no público o efeito de que o narrado corresponde ao mundo autêntico e que a opinião vinculada ao narrado é honesta.

O discurso político propagandístico está relacionado tanto às características do discurso político quanto às do discurso das mídias, sendo, portanto, a credibilidade uma estratégia que deve ser sempre levada em consideração pelo sujeito político para que possa mostrar ser detentor de um poder, que é o *poder fazer*. Na construção do seu ethos, o sujeito político deve parecer ser sincero (condição de sinceridade), deve anunciar decisões e fazer promessas (condição de performance) e deve fazer o que promete pela apresentação de ter os meios para consegui-lo (condição de eficácia).

Charaudeau identifica três tipos de ethos que o sujeito político cria para si no intuito de atender a essas três condições – o ethos de *sério*, de *virtuoso* e de *competente*.

O *ethos de sério* diz respeito às representações sociais que cada grupo faz acerca do que é sério. Esse tipo de ethos pode ser construído pelo sujeito com o auxílio de *índices corporais e mímicos*, como postura rígida, leve sorriso na face ou expressão raramente sorridente, capacidade de autocontrole, polidez, energia e capacidade de trabalho. Geralmente, essas características são mostradas pela mídia, que pode

ainda acentuá-las caso queira criar estereótipos. O sujeito pode valer-se também de *índices verbais*: tom firme e franco, sem muitos efeitos oratórios e frases de efeito; construções frasais simples e diretas, sem rebuscamentos; elocução serena.

Além de mostrar-se pela aparência e pelo tom, o sujeito político pode referir-se diretamente a si mesmo, na construção de sua imagem, pela descrição de seu cotidiano, de suas preferências pessoais e pela sua vida familiar.

Acrescente-se, ainda, que às imagens de seriedade e de virtude o sujeito político deve mostrar-se honesto em sua vida pública e privada. Um exemplo de tentativa de construção de imagem de sério foi o casamento, em outubro de 2013 (um ano antes da eleição presidencial de 2014), do senador Aécio Neves em cerimônia discreta. Foram muitos os rumores na época de que o casamento era uma fachada para dar uma imagem de seriedade ao senador mineiro, haja vista a sua fama de boêmio e namorador. Alguns comentários de leitores da Revista Fórum discutindo a matéria O casamento de Aécio Neves e a lua de mel com o BTG Pactual em Nova Iorque evidenciam que esse fato não foi capaz de convencê-los do perfil “sério” do político, o que mostra que não adianta, no discurso político, apenas fabricar o ethos; é preciso sustentá-lo.

Por outro lado, a imagem de sério não deve ser levada ao extremo com a criação de um ethos austero do sujeito político, que pode produzir efeitos negativos por ser relacionado a uma imagem de antipatia, de frieza e de pouca sensibilidade e distanciamento aos problemas dos cidadãos. Evidência desse perfil de antipatia de dois candidatos à presidência da república na eleição de 2010 foi pauta do portal de notícias R7. A imagem negativa dos candidatos José Serra e Dilma Rousseff foi criada pelo adjetivo “carrancudos” e pela ligação de ambos a “chefes” e “gerentes”, funções administrativas que, no mundo corporativo, são consideradas executórias e pouco sensíveis às relações subjetivas no ambiente de trabalho.

O ethos de virtude está ligado a valores como a sinceridade e a fidelidade, fortemente relacionados à identidade pessoal do político. As imagens precisam do fator tempo para serem sedimentadas no imaginário da sociedade, que precisa “ver” uma linha de coerência nas ações e na ideologia do político.

Por fim, o ethos de competência se constrói a partir de um saber e de uma habilidade demonstrados pelo sujeito político. Isso quer dizer que o político constrói a sua trajetória mostrando ser capaz de executar o que prometeu, porque ele tem meios, poder e experiência para realizar seus objetivos com eficácia. Os políticos comumente evocam seus feitos como prova de que são competentes para relizar o compromisso que estabelecem com o povo, seja porque herdou meios, estudou, exerceu cargos e funções, adquiriu experiência com a idade, etc.

Apesar de Maingueneau (2013a) afirmar que o ethos é muito mais da ordem do mostrado do que do dito, afirmação com a qual concordamos, a imagem da honestidade do político também está relacionada a construções discursivas como “Não tenho nada a esconder”, a fim de garantir a transparência de suas ações. Entretanto, é sabido que, no mundo político, existe o papel do marqueteiro, profissional que cuida da imagem de candidatos e políticos. A notícia que diz que “a equipe de marketing do PT vai cuidar da imagem de Dilma” mostra o artifício usado na criação de uma imagem política, que, em última instância, pode passar pelo próprio crivo do sujeito político.

Mas essas imagens de transparência, de desinteresse e de lealdade tornam-se suspeitas quando se sabe que os políticos se deixam guiar por conselheiros, por especialistas e por outros analistas de opinião. A suspeita penetra, então, igualmente, na opinião pública, que, não sendo tão aparvalhada como se diz, chega a duvidar da sinceridade, do desinteresse e da honestidade dos políticos (CHARAUDEAU, 2013a, p. 124).

Todas essas estratégias utilizadas pelo sujeito político para criar uma imagem de credibilidade para si podem ser parte de um jogo, sobretudo, incentivado por parte da opinião pública que age por interesses políticos.

Em geral, o ethos de virtude está relacionado ao respeito do político para com o cidadão e, para conseguir ser respeitado, o sujeito político deve aparentar não fazer uso de artimanhas políticas e discursivas.

6.3 Carisma: ter ou não ter, eis a questão

Compartilhamos da opinião de Charaudeau (2014) de que o conceito de carisma deve ser estudado, no quadro da análise do discurso, como uma categoria do ethos, já que diz respeito à imagem que o sujeito apresenta de si, não como uma construção, mas como algo que lhe é inerente.

Ao analisar o ethos, é preciso posicionar o sujeito no centro do ato de linguagem, afinal, “não há ato de linguagem que não passe pela construção de uma imagem de si”⁸ (CHARAUDEAU, 2013a, p. 105). A partir do momento em que o sujeito toma a palavra, o EU emerge, transparece. Como a cada tomada de palavra emana um EU, o ethos é dinâmico, porque está sempre em construção.

Como já vimos até aqui, a legitimidade é sempre atribuída, enquanto o ethos é sempre construído. Em vista disso, o ethos apresenta algumas problemáticas, como se ele é pré-discursivo ou discursivo. Conforme visto, as duas considerações são válidas, pois o saber prévio sobre o sujeito contribui para construir o ethos discursivo, por exemplo, o mentiroso que tenta dizer a verdade mas acaba sendo desacreditado por tanto mentir. O ethos é um jogo entre a identidade social e a identidade discursiva. Enquanto o ethos pré-discursivo refere-se à identidade social, o ethos construído refere-se à identidade discursiva.

Outra problemática sobre o ethos é se ele é apenas uma construção de “si” ou se pode ser considerado, também, uma construção sobre o “outro”. Charaudeau (2014) argumenta

8 Tradução livre do original: “Il n’y a donc pas d’acte de langage qui ne passe par la construction d’une image de soi”.

que o ethos é uma cruzada de olhares do eu e do outro, logo a sua construção tem um “efeito de retorno”, que se dá tanto por legitimação quanto por captação. Meyer (2007) também acredita na dupla imagem do ethos.

O carisma participa desse fenômeno, por isso é preciso considerá-lo como uma categoria do ethos. Ele é mais do que a legitimidade, porque o sujeito pode ter legitimidade institucional sem ter carisma, como Dilma Rousseff. Charaudeau (2016, p. 75) afirma que o carisma “é um plus que vem se sobrepor à legitimidade”, é uma “voz do além”. O carisma joga entre a credibilidade e a captação. Aquela coloca para o sujeito a questão de como ele deve fazer para ser digno de fé. Mas o carisma é, ainda, algo mais. Etimologicamente, carisma vem do grego *kharis* > *kharisma*, que significa dom divino, graça divina. O carisma é, portanto, um fascínio da ordem do inexplicável. Ele tem algo de mágico e misterioso que provém de uma força invisível que irradia do sujeito que o tem.

O carisma estaria relacionado a três condições: a transcendência, a atração e o corpo, conforme Charaudeau (2012c, 2013c). A primeira delas diz respeito a uma graça concedida ao sujeito, a uma certa magia inefável, impalpável ao redor do sujeito dotado de carisma. Entretanto, a transcendência não é suficiente para transmiti-lo. É preciso que o carisma seja real e, para tal, deve ser encarnado. O carisma vem do corpo por um processo de encarnação de uma energia, de uma densidade, de uma inspiração que hipnotiza. Por isso, Charaudeau afirma que “o carisma é presencial”. Já a atração funciona como um espelho para o público, como o eco de uma necessidade de identificação entre uma comunidade, que sofre de algum tipo de decadência social, e uma liderança carismática, que se converte em um apoio para satisfazer um ideal de superação.

No estudo sobre o ethos, há três problemas nos quais o sujeito é implicado, a saber:

1) Como *entrar em contato* com o outro?

Isso coloca em questão o problema da legitimidade. O processo da

legitimidade diz respeito às condições que autorizam o sujeito a tomar a palavra, submetidas ao mecanismo do reconhecimento.

2) Como se *impor* ao outro?

Isso coloca em questão o problema da credibilidade, portanto, do ethos, visto que é nesta atividade de linguagem que o ethos é construído pelo sujeito.

3) Como se *apoderar* do outro?

Isso coloca em questão como fazer TU entrar na relação pelo processo de captação.

Charaudeau analisa comparativamente ethos e carisma considerando três questões: 1ª) ethos e carisma são a mesma coisa? Podemos afirmar que não, porque o carisma é uma categoria de discurso do ethos; 2ª) ethos e carisma são o mesmo que legitimidade? A questão da legitimidade implica a atribuição de uma identidade que é reconhecida em nome de algo, isto é, o que autoriza o sujeito a falar com o outro, ou melhor, o que a situação de comunicação autoriza o sujeito a falar?; 3ª) ethos e carisma dependem da situação de comunicação? A situação comunicativa determina, em parte, a identidade do sujeito por um processo de legitimação, que diz respeito à conquista de reconhecimento por parte do sujeito.

A legitimidade pode se dar das seguintes maneiras:

1) **Instituição**: o sujeito é designado a ocupar uma função.

2) **Filiação**: o sujeito é “bem nascido”, pois herda a legitimidade, como no caso dos reis no regime monárquico.

3) **Autoridade**: o sujeito tem um “saber” ou um “saber fazer”, sendo avaliada a sua legitimidade por esse conhecimento.

4) **Transcendência**: o sujeito representa a existência de uma transcendência divina (papas, gurus), que lhe é dada pela crença em um “além de”.

No estabelecimento da relação entre ethos e carisma, há de se considerar, também, a corporalidade, ou seja, o corpo do sujeito tem uma força interior que é externalizada, encarnada num corpo simbólico. Essa força que emana do corpo do sujeito projeta-se como um espelho, ao se refletir no outro em um processo de identificação. É como se o carisma fosse um fenômeno químico: a pessoa tem ou não tem. Logo, para que o carisma funcione, deve estar encarnado no sujeito.

Há vários tipos de carisma, segundo proposta de Charaudeau (2014), que podem se mesclar em um mesmo sujeito:

- **Carisma “messiânico”**: o sujeito é inspirado por uma mensagem ou voz do além, sendo ele o portador dessa voz. Exemplos: Hugo Chávez e Perón. O discurso populista é encarnado pelo sujeito dotado desse tipo de carisma.
- **Carisma do “sábio”**: o sujeito está acima de tudo, pois é uma referência na solução dos problemas humanos. O sujeito não é uma autoridade, mas tem um saber que é considerado. Exemplo: o Senado romano.
- **Carisma da “potência brutal”**: o sujeito é um líder que tem uma autoridade (quase) totalitária, uma força corporal e, até mesmo, uma virilidade. Exemplos: Fidel Castro, Berlusconi.
- **Carisma “enigmático”**: o sujeito apresenta-se como uma pessoa sutil; nunca se sabe em que, exatamente, pensa o sujeito. Seria um carisma de esfinge. O enigma mantém-se com a pergunta, com a dúvida. Exemplo: François Mitterand.
- **Carisma de “chefe revolucionário”**: o sujeito é um lutador que não desanima nunca. Exemplos: Che Guevara, Fidel Castro, Perón.
- **Carisma de “alma mater”**: sujeito apresenta-se como uma figura cuidadora e que traz a esperança de um novo projeto em gestação. Como fala um candidato do gênero feminino, com características do discurso masculino ou como uma mãe? Exemplo: Joana d’Arc.

O carisma é um processo de síntese do EU, que se balança entre a pluralidade e a singularidade. Como o público é heterogêneo, o sujeito deve atingir vários grupos. Para se ter carisma, é preciso se apresentar como único, absoluto. Logo, o sujeito deve sintetizar o complexo binômio pluralidade e unicidade.

Na visão de Charaudeau (2014), carisma vem do comportamento, não podendo, portanto, ser representado e, dificilmente, ele pode ser manipulado. Em algum momento, a “coisa própria” aparece. O carisma até pode ser reforçado, caso ele já exista no sujeito. Isso quer dizer que o carisma é algo nato. Lula, por exemplo, tem carisma; Dilma, não. Embora tenha havido uma estratégia de *marketing* para refinar o carisma de Lula, esta só funcionou porque ele já o tinha; ao contrário de Dilma, cuja estratégia de carisma vinculada à “mãe do PAC” (em referência ao Programa de Aceleração do Crescimento do governo Lula) não funcionou, porque ela não o tem encarnado. Como considera Charaudeau (2014, p. 30), isso não quer dizer que Dilma saiba ou não saiba governar, mas sim que o carisma é uma vantagem competitiva no jogo político, e não uma qualidade do político, já que “quem tem carisma leva o povo para o bem ou para o mal”. Nesse sentido, o carisma pode ter uma viés ideológico, levando o sujeito a ser rejeitado por um antagonismo de valores. Pesa, ainda, sobre Dilma a necessidade do povo de ter uma liderança com quem se identificar, sobretudo, em um momento de crise, como passou a ocorrer no seu segundo mandato.

Entretanto, algo bastante interessante acontece com Dilma durante o seu processo de impeachment, em 2016. Como mencionamos, o carisma de Dilma não surge na figura de “mãe do PAC”, já que se tentou fabricá-lo. Como não se apresentou como algo natural esse *plus*, adversamente à Dilma, parte da chamada grande mídia e da classe política criou o imaginário sociodiscursivo de que ela era uma pessoa dura em seus posicionamentos e no trato político. Uma fração da sociedade brasileira considerou que Dilma sofreu um processo de impeachment injustamente, já que não foi provada nenhuma prática administrativa ilegal de sua parte, e passou a se identificar com a dita injustiça sofrida por Dilma. Dessa identificação popular, ou melhor, dessa “empatia química” sentida por parte dos governados, nasce a figura carismática

de Dilma. No tal espelho do qual nos fala Charaudeau reflete no povo a figura injustiçada, vitimada de Dilma.

O carisma político é de uma natureza especial, na opinião de Charaudeau (2012c), porque de um lado está o poder e de outro, o povo, que faz o contrapoder. Do lado do poder, os atores políticos precisam captar o público. O discurso político é constituído pelas estratégias de persuasão e sedução e o carisma faz parte do processo de construção do ethos político. O político deve, portanto, pender entre um discurso que abrace valores idealizados pelo povo sobre um bem viver, e um discurso que seja pragmático, isto é, que apresente os meios para se realizar. É por isso que a legitimidade e a credibilidade andam de mãos dadas no domínio político, porque o sujeito pode ter credibilidade, mas não tem um sistema que o legitime, ou, ao contrário, ele pode ter legitimidade para governar e perder a sua credibilidade, como aconteceu com Dilma Rousseff no primeiro ano de seu segundo mandato, provocando, inclusive, uma crise de legitimidade por parte da classe política e por parte da sociedade que deflagrou o *impeachment* da presidenta.

Logo, tanto o ethos quanto o carisma são dependentes não apenas das circunstâncias sócio-históricas, mas, também, das circunstâncias sociais de comunicação, conforme defende Charaudeau (2015). Considerando isso, é possível entender o ataque sofrido por Dilma Rousseff pela oposição ao seu governo e pelos meios de comunicação, sobretudo, por *Veja*, com o intuito de esgotar a posição que lhe foi atribuída pelo voto da maioria dos brasileiros que foi às urnas. Foi a norma social democrática pela qual o Brasil é regido que reconheceu Dilma como presidente majoritariamente eleita e, portanto, apta a ocupar o cargo de presidente da república. Como explica Charaudeau (2015),

Isso é qualquer coisa que vem de uma norma social estabelecida e reconhecida por outros. É uma *posição atribuída* por um sistema de organização social que é reconhecido por todos os membros da sociedade. A legitimidade se sustenta, portanto, de

um reconhecimento e de uma crença coletiva (CHARAUDEAU, 2015, s/p)⁹.

Curiosamente, no meio do bombardeio sofrido por Rousseff, um traço carismático foi encarnado por ela ou foi identificado por parte do povo, surgido das circunstâncias sócio-históricas e das circunstâncias sociais de comunicação pelas quais o processo de impeachment foi considerado como golpe por parte da opinião pública. O carisma de Dilma não se associou à figura da “mãe do PAC” (*alma mater*) ou “seguidora de Lula” (o símbolo do líder carismático), mas, dentre aqueles listados por Charaudeau, o carisma de “chefe revolucionário” irrompeu de Dilma, uma vez que mostrou, durante o processo, ser uma lutadora incansável na defesa dos valores democráticos. O seu passado de revolucionária durante a ditadura militar de 1964, que não protagonizou a campanha de seu primeiro mandato, veio a ser o fio que conduziu o seu carisma a muitos brasileiros (uma força que os marqueteiros, em um primeiro momento, não souberam aproveitar). Foi esse traço que provocou a admiração de milhões de brasileiros, sobretudo, da juventude por Dilma Rousseff. Claro que não podemos ignorar o efeito contrário, já que uma parte da população brasileira, sofrendo os efeitos da polarização política, foi tomada por um sentimento de ódio contra Dilma e o PT.

Em relação ao carisma, o povo estabelece uma relação de admiração com o seu líder como resultado de um jogo de espelhos. Entretanto, é difícil saber exatamente como se origina esse processo, pois o povo é composto de uma massa

9 Tradução nossa do original: “Ce quelque chose vient d’une norme sociale instituée et reconnue par les autres. C’est une position attribuée par un système d’organisation sociale qui est reconnu par tous les membres de la société. La légitimité se soutient donc d’une reconnaissance et d’une croyance collective”.

heterogênea, da qual fazem parte os ativistas, que aderem cegamente à figura do líder; os simpatizantes, que estão dispostos a serem seduzidos pela política; os apolíticos, que são os desinteressados por política; e os indecisos, que flutuam entre opiniões, podendo cair no jogo de sedução ou ficar indiferentes.

Como bem salienta Charaudeau (2015), o processo de identificação se realiza na ilusão de uma “síntese do eu” entre consciência de pluralidade e desejo de unidade. Aquele que desempenha o papel dessa identificação deve ter um corpo no qual deseja se integrar, como forma de adesão por admiração. 🖱️

7. GÊNEROS DO DISCURSO



A riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável.

Mikhail Bakhtin

Neste capítulo, tratamos sobre as diferentes teorizações acerca de gênero de discurso, uma discussão tão profícua que nos leva à Grécia e Roma antigas até chegarmos a abordagens mais modernas sobre gêneros, incluindo as novas questões trazidas pelos meios digitais.

7. Gêneros do discurso

Falar sobre gêneros do discurso é reconhecer uma problemática já assumida por Bakhtin (1997) no subtítulo “Problemática e definição” da *Estética da Criação Verbal*. Falar sobre o tema é reconhecer não somente essa questão trazida por Bakhtin, mas também assumir uma tradição de pensamento que vem discutindo os gêneros, a qual será recortada aqui a fim de ajustar-se aos propósitos deste trabalho. Também Cunha (1979), na tentativa de conceituar gênero, inicia o capítulo “Os gêneros literários” com a palavra “problemática”. Afinal, o que há de problemático nos gêneros do discurso?

É sabido que as bases fundamentais dos gêneros literários foram erigidas por Aristóteles (1991), em sua *Poética*, com o objetivo de agrupar os diversos gêneros da produção poética que lhe eram contemporâneos de acordo com as características formais e conteudísticas afins que as obras apresentavam – naturalmente essa identificação revelava, também, as características que distinguiam uma obra de outra.

No capítulo IV da *Arte Retórica Arte Poética*, Aristóteles dedica-se à origem da poesia e seus diferentes gêneros, reconhecendo que o gênero poético “separou-se em diversas espécies, consoante o caráter moral de cada um” (ARISTÓTELES, sd, p. 244). O pensamento de Aristóteles evoca a tal problemática dos gêneros porque põe em evidência a diversidade da experiência e dos estados anímicos humanos, que se revestem literariamente pela poética. Os gêneros do discurso (incluídos os literários) dizem respeito às experiências de linguagem que o ser humano experimenta em um fluxo histórico e social.

Essa ideia é retomada por Bakhtin (1997) ao reconhecer que todas as esferas da atividade humana se relacionam com a língua e, por isso, os modos de usá-la são vários. A utilização da língua “toma corpo” no formato de enunciados, sejam eles orais, sejam escritos, que refletem as situações de comunicações e as finalidades de cada esfera de atividade humana em um *todo* composto de *conteúdo temático*, *estilo verbal* (realçando as escolhas linguísticas do sujeito que enuncia) e *construção composicional*.

Bakhtin (1997) inaugura uma discussão mais abrangente dos gêneros do discurso colocando-a na esteira dos estudos de linguagem, uma vez que, até então, a literatura havia se dedicado aos gêneros literários, embora os gêneros retóricos já tivessem, também, sido desenvolvidos na Antiguidade grega e romana.

Estudaram-se, mais do que tudo, os gêneros literários. Mas estes, tanto na Antiguidade como na época contemporânea, sempre foram estudados pelo ângulo artístico-literário de sua especificidade, das distinções diferenciais intergenéricas (nos limites da literatura), e não enquanto tipos particulares de enunciados que se diferenciam de outros tipos de enunciados, com os quais contudo têm em comum a natureza verbal (lingüística) (BAKHTIN, 1997, p. 281).

Nessa passagem, Bakhtin chama a atenção para a necessidade de os gêneros serem compreendidos como organizadores das atividades de linguagem devendo, portanto, serem estudados por uma teoria enunciativa.

Reconhecendo a heterogeneidade dos gêneros do discurso para, então, defini-los, o estudioso russo afirma que se deve levar em consideração na análise dos gêneros a diferença essencial entre *gênero de discurso primário* (simples) e *gênero de discurso secundário* (complexo). O primeiro é constituído em circunstâncias de comunicação espontâneas e ordinárias. O segundo, por sua vez, surge de circunstâncias de comunicação culturais (principalmente escrita), sendo, pois, institucionalizado. Os gêneros secundários transmutam, ainda, os gêneros primários por absorverem suas características.

Em seu texto fundador, Bakhtin (1997) realça que os estudos linguísticos, cujo *corpus* é um material linguístico concreto que foi enunciado por um sujeito, revelam ideologias e crenças e, inevitavelmente, relacionam-se com diferentes atividades da comunicação humana. Logo, uma pesquisa linguística deve considerar a natureza do enunciado e o gênero do qual ele emana, a fim de historicizar o estudo e vivificar a língua.

A afirmação de que “as mudanças históricas dos estilos da língua são indissociáveis das mudanças que se efetuam nos gêneros do discurso” (BAKHTIN, 1997, p. 285) é relevante para esta pesquisa porque interessa-nos investigar como os enunciados se constituem em meio digital no intuito de construir imagens do sujeito

por nós investigado. Nesse sentido, o meio digital opera mudanças da ordem dos modos de enunciação que devem ser analisados pelas teorias de linguagem, a fim de que compreendamos como os sujeitos, neste momento histórico, usam a linguagem.

Saltando no tempo, os gêneros acabaram entrando na moda, como diz Marcuschi (2008). Muito se estudou sobre os gêneros e, em consequência, muito foi dito sobre eles pelos estudos de linguagem. Retomando a *Retórica*, Marcuschi (2008) lembra que foi Aristóteles quem sistematizou os gêneros, ao colocar em evidência os elementos que compõem o discurso (a saber: aquele que fala; aquilo sobre o que se fala; aquele a quem se fala) e os gêneros do discurso retórico:

- 1) **Deliberativo**: discurso de aconselhamento/desaconselhamento, voltado para o futuro;
- 2) **Judiciário**: discurso de acusação ou defesa que reflete sobre o passado;
- 3) **Demonstrativo** (ou epidítico): discurso de elogio ou censura que se situa no presente.

Como sistema que mostra o funcionamento das relações sociais, os gêneros atuam em diversas esferas de circulação social. Marcuschi (2008) ensina que todo gênero tem *forma, função, estilo e conteúdo* e, como artefatos culturais, embora sejam dinâmicos (porque acompanham as necessidades humanas), são estáveis (porque mantêm um padrão comunicativo).

O linguista elucida que “toda a manifestação verbal se dá sempre por meio de textos realizados em algum gênero textual. Daí a centralidade da noção de gênero textual no trato sociointerativo da produção linguística” (MARCUSCHI, 2008, p. 154) em alternativa à denominação gênero do discurso. Charaudeau e Maingueneau (2014) explicam essa distinção nominal de acordo com uma orientação de análise ora mais voltada para o texto, ora mais voltada para as condições de produção do discurso.

Cabe trazer à luz a definição de gênero proposta por Marcuschi:

Gênero textual refere os textos materializados em situações comunicativas recorrentes. Os gêneros textuais são os textos que encontramos em nossa vida diária e que apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por composições funcionais, objetivos enunciativos e estilos concretamente realizados na integração de forças históricas, sociais, institucionais e técnicas. (...) são entidades empíricas em situações comunicativas e se expressam em designações diversas, constituindo em princípio listagens abertas. (...) Como tal, os gêneros são formas textuais escritas ou orais estáveis, histórica e socialmente situadas (MARCUSCHI, 2008, p. 155).

Ressalta-se da definição acima o aspecto social dos gêneros, que o colocam num espaço temporal dentro do qual eles mantêm certa estabilidade formal e funcional.

7.1 Perspectivas discursivas sobre gênero

Saindo da visão sociointerativa sobre o gênero para uma visão discursiva, Charaudeau (2004) também é outro estudioso que reconhece o problema que a noção de gênero traz devido à diversidade de critérios que a tradição literária propõe e que não servem aos estudos não literários. Charaudeau, alinhado a Bakhtin, reconhece que o sujeito comunicante necessita de referências para inscrever-se no mundo e comunicar-se. Isso é resultante de um processo de socialização do sujeito (ser individual e coletivo) que ocorre pela linguagem. Segundo tal proposta, existem três tipos de memória no sujeito que operam no processo de socialização pela linguagem:

1^a) **Memória dos discursos**: nela são construídos saberes de crença e de conhecimento sobre o mundo que circulam na sociedade como representações, instaurando “comunidades discursivas”. As memórias discursivas sustentam as representações de grupos sociais que partilham os mesmos sistemas de valores.

2^a) **Memória das situações de comunicação**: as situações de comunicação normatizam a vida social constituindo um horizonte de expectativas para o sujeito comunicante sobre o que pode ser dito. Por essa memória

estabelece-se um contrato de reconhecimento que cria as “comunidades comunicacionais”. Note-se que não se trata de representação de conteúdos temáticos, mas de como tais conteúdos são mostrados. Os sujeitos partilham representações sobre os rituais prototípicos das situações de comunicação de que participam.

3ª) **Memória das formas de signos**: serve para que os sujeitos troquem signos (sejam eles de qualquer natureza) organizando-os em uma certa *maneira de dizer*, constituindo comunidades que partilham de certas formas de dizer ou de um certo estilo de dizer, o que permite que sejam agrupadas em “comunidades semiológicas”. Essa memória semiológica permite que os sujeitos emitam avaliações de diversas ordens: estéticas, éticas, pragmáticas etc., a partir das quais os sujeitos se reconhecem por uma rotinização comportamental e de linguagem.

Essas memórias se apoiam em fatos languageiros por meio dos quais os gêneros devem ser analisados em uma teoria do discurso que reconheça “os princípios gerais sobre os quais ela se funda e os mecanismos que os colocam em funcionamento” (CHARAUDEAU, 2004a, p. 21).

O nível dos princípios gerais (fundadores da atividade de linguagem) postula um outro princípio: o da influência, que se origina de visadas (*visées*) que determinam a orientação do ato de linguagem como ato de comunicação em função da relação que o sujeito comunicante *pretende instaurar* com o sujeito destinatário. O sujeito comunicante coloca para si a questão “Como devo influenciar o outro?”. Daí emerge um nível de duplo mecanismo de funcionamento da linguagem, que compreende um conjunto de práticas comunicativas (as situações de comunicação) e aquilo que ordena a discursivização (um conjunto de procedimentos discursivos).

Na *situação de comunicação* ocorrem as *restrições*, que determinam a expectativa de troca entre os parceiros de linguagem, e a *finalidade*, que provoca o propósito da realização da troca e seleciona um tipo de visada que determina a

orientação discursiva da comunicação. Na *discursivização* são instituídos os modos mais ou menos codificados de dizer, sendo, também, um lugar de restrições da ordem do discurso.

Abaixo, seguem as visadas propostas por Charaudeau (2004), para quem elas são fundamentais na análise dos gêneros.

TIPOS DE VISADAS		
Visada de prescrição	EU quer "mandar fazer" porque tem autoridade pra isso	TU está em posição de "dever fazer"
Visada de solicitação	EU quer "saber" porque está em posição de inferioridade de saber diante de TU, mas legitimado em sua demanda	TU está em posição de "dever responder" à solicitação
Visada de incitação	EU quer "mandar fazer", mas, como não está em posição de autoridade, deve "fazer acreditar" (por sedução ou persuasão) ao TU que será beneficiado	TU está em posição de "dever acreditar" que, se ele age, é para o seu bem
Visada de informação	EU quer "fazer saber" e tem legitimidade a sua posição de saber	TU está em posição de "dever saber" a existência dos fatos ou o porquê e o como de seu surgimento
Visada de instrução	EU quer "fazer saber fazer" e se encontra em posição de autoridade de saber fazer e de legitimidade para transmitir o saber fazer	TU está em posição de "dever saber fazer" algo de acordo com o proposto por EU
Visada de demonstração	EU quer "estabelecer a verdade e mostrar provas", porque tem uma autoridade de saber	TU está em posição de ter que receber e "ter que avaliar" uma verdade para ter a capacidade de fazê-lo

Tabela 2 – Visadas discursivas (CHARAUDEAU, 2004a)

As visadas estão relacionadas com a intenção e a finalidade da situação comunicativa, que pode selecionar uma ou mais visadas, dentre as quais uma é dominante. Charaudeau (2004) ilustra essa questão com a situação de comunicação midiática, a que podem atribuir várias visadas: de *incitação* (com títulos dramatizantes), de *demonstração* (quando dá a palavra a *experts*), mas que estão dominadas por uma outra visada: a de *informação*, para responder à exigência democrática de que a opinião pública deve ser esclarecida sobre os acontecimentos que ocorrem no espaço público.

Buscando esclarecer a problemática sobre os gêneros, Charaudeau (2004) sugere que os dados situacionais induzem as regularidades discursivas, as quais, por

sua vez, induzem as formas textuais. Estas são os índices semiológicos que permitem aos sujeitos de linguagem reconhecerem o gênero no qual estão implicados.

Outro analista do discurso que se dedicou, também, aos gêneros é Maingueneau (2013b), que é categórico em sua afirmação de que todo texto pertence a uma categoria de discurso, que são os gêneros de discurso. O analista define tal categoria como “dispositivos de comunicação que só podem aparecer quando certas condições sócio-históricas estão presentes” (MAINGUENEAU, 2013b, p. 67). Os gêneros estão, portanto, inevitavelmente ligados a um suporte.

Um ponto que merece destaque na proposta de Maingueneau (2013b) é o aspecto cognitivo dos gêneros, que atuam como um dispositivo de economia cognitiva para quem opera vários deles. Ao conhecermos vários gêneros por intermédio de atividades sociais rotineiras, não precisamos estar atentos aos detalhes de todos os enunciados que são ditos ao nosso redor. Facilmente somos capazes de identificar o modo pelo qual os enunciados se organizam, o que nos permite ser seletivos sobre o que devemos prestar atenção em uma situação comunicativa.

Maingueneau (2013b) considera que uma modificação do suporte material de um texto modifica radicalmente um gênero de discurso. Tal perspectiva é válida para esta pesquisa, uma vez que analisamos como discursivamente são criadas imagens do sujeito Dilma Rousseff em um gênero de discurso produzido para o meio digital e que já existia no suporte impresso em papel. A mudança do suporte impresso para o suporte digital implica mudanças da ordem do discurso, uma vez que há recursos próprios do meio digital que permitem aos sujeitos comunicantes operarem para atingir suas finalidades comunicativas.

7.2 Cultura de massa e gêneros digitais

Uma outra perspectiva interessante sobre gênero é trazida à baila por Link (2002) ao apontar a sua importância para a produção cultural. Segundo o professor argentino,

Grande parte da cultura do século XX, quer dizer, da cultura que importa, se reconhece como produzida em relação com modelos genéricos mais ou menos estáveis e mais ou menos hegemônicos. Nesse sentido, os gêneros funcionam enquanto um sistema de orientações, expectativas e convenções que circulam entre a indústria, o texto e o sujeito (LINK, 2002, p. 64).

O estudioso entende texto como qualquer enunciado sobre qualquer suporte. Na indústria cultural, o texto só existe em relação à demanda de artefatos culturais produzida por ela. Sob essa perspectiva, os gêneros são entendidos como “instituições de cultura e de arte” (LINK, 2002, p. 66).

Os gêneros, na modernidade, são produtos de uma cultura de massa, que funciona pela repetição de formas discursivas que impingem uma certa dominação cultural. Logo, por essa lógica industrial, para haver gênero deve haver recorrência de formas generalizadas. Na indústria cultural, os gêneros são os organizadores da cultura das massas.

O desenvolvimento tecnológico atende a demandas da indústria cultural e, por isso, não podemos deixar fora de nossa análise os gêneros digitais, que são “um conjunto de gêneros textuais que estão emergindo no contexto da tecnologia digital em ambientes virtuais” (MARCUSCHI, 2010, p. 15). O texto de Marcuschi é datado em uma época em que a emergência dos gêneros digitais era mais notável e, agora, eles parecem ter atingido aquele período de estabilidade ao qual o próprio linguista se referiu em 2008. Entretanto, pela constante volatilidade da internet, novos gêneros surgiram na última década (e vão continuar surgindo), sem falar da incorporação de gêneros já existentes em outros suportes.

A grande vantagem do meio digital é ele ser capaz de reunir várias formas de linguagem (verbal, visual, sonora), o que acaba interferindo na produção de sentidos da materialidade estritamente linguística. Como assevera Marcuschi (2010, p. 16), “o ‘discurso eletrônico’ constitui um bom momento para se analisar o efeito de novas tecnologias na linguagem e o papel da linguagem nessas tecnologias”. Devido à volatilidade mencionada, é fácil “perder o bonde” dos textos que são publicados na internet, seja devido ao grande fluxo de textos produzidos diariamente no mundo todo,

seja pela incerteza da permanência desses textos na biblioteca virtual. Conforme constatação de Araújo (2010), não são apenas os muitos gêneros que se atualizam em meio digital, mas, também, as diversas esferas de comunicação.

A *web* é o grande e primeiro hipertexto que abre o sujeito para o mundo digital. Por ela, o leitor entra em contato com uma rica pluralidade de semioses e de portas de entrada para outros textos. Essa dinamicidade é operada pelo hipertexto, recurso textual não linear que liga blocos de informação, ou *lexias*, consoante a retomada de Landow (1997) da constituição do *texto ideal* proposta por Barthes (1992). No meio digital, o hipertexto conecta as *lexias* criando um texto não linear e multissequencial, já que permite a abertura para outros textos estabelecendo, pois, relações ideológicas com eles.

Não adianta, contudo, os textos serem apenas depositados na rede digital: é preciso que eles circulem por ela para serem reproduzidos. É pela reprodução que os textos entram na “ordem do discurso” (MELO, 2010, p. 167), e o interdiscurso se realiza no meio digital quando “o discurso do Outro aparece no interior de uma formação discursiva como algo que lhe é constitutivo (todo discurso carrega em si um contradiscurso)” (MELO, 2012, p. 171).

A Retórica também está dedicada a estudar as relações retóricas em gêneros digitais. Miller (2012), especialmente, dedicou uma pesquisa em *blogs* sobre a ligação da natureza do meio com o gênero e se essa ligação é uma relação retórica. Interessada no conceito “cultura de simulação”, que prolifera signos que dificultam a nossa distinção do que é real e simulacro, Miller investigou se essa cultura da simulação tem efeito sobre a escrita e a ação retórica.

Dada essa questão, a pesquisadora defende a existência de um ethos retórico que age no discurso ajudando-nos a inferir o caráter do nosso interlocutor. Na cultura da simulação, os computadores são tratados como atores sociais, o que quer dizer que cada vez mais atribuímos valores humanos às máquinas. Nos estudos de informática, essa relação é nomeada de *efeito persona*, isto é, a atribuição de características antropomórficas às máquinas.

Para desenvolver a ideia do *ethos* retórico, Miller retoma o conceito grego de *ethopoeia*, uma técnica retórica que dizia respeito à construção (ou simulação) do caráter no discurso, cuja interpretação era um produto da performance do orador ocorrida no decorrer da interação. Nesse sentido, o *ethos* seria um tipo de suposição ancorado na expectativa de que um caráter confiável diminui o ônus da prova (MILLER, 2012). Como na escrita a performance é obscurecida, visto que orador e audiência não estão *in presentia*, tal interpretação do caráter do orador não está em primeiro plano.

O pensamento retórico antigo sobre o *ethos* pode, acredito, nos ajudar a entender o motivo pelo qual a *ethopoeia* se tornou tão importante em nossa cultura de simulação, como também nos lembra de que “o jogo da imitação” não é uma ideia nova (MILLER, 2012, p. 132).

Tentando responder à questão “o que a Linguística tem a contribuir para o fenômeno sócio-histórico dos gêneros digitais”, recorreremos a Marcuschi (2010), para quem tais gêneros não afetam a estrutura da língua, logo não toca nos aspectos nucleares do sistema, mas atingem o aspecto nuclear do **uso**, cuja manifestação é o **texto**. Para ele, os novos meios eletrônicos

São novas formas de textualização que surgem e devem ser analisadas com cuidado, em especial quanto aos processos de condução tópica, produção de sentido e relações interpessoais (MARCUSCHI, 2010, p. 79).

Em atenção a essa constatação do linguista, sobretudo, no que tange às formas de produção de sentido, é que nos propomos a aventura desta investigação.

7.3 Os gêneros informativos no discurso das mídias

Não pretendemos, nesta seção, fazer uma lista e, tampouco, uma análise dos gêneros do discurso encontrados nos meios de comunicação jornalísticos. Interessamos, pela perspectiva da teoria semiolinguística, levantar alguns pontos esclarecedores sobre o funcionamento da “máquina discursiva midiática”, que é operada pelos

gêneros de discurso. É, por isso, que não vamos falar de um gênero especificamente, como o faz Charaudeau (2012b), ao revelar o contrato de comunicação midiático pelo prisma do gênero notícia.

Embora o nosso *corpus* seja constituído de artigos de opinião, as considerações de Charaudeau (2012b) prestam-se à análise de gêneros que se desenvolvem mormente para relatar o acontecimento ou para comentá-lo, embora os gêneros midiáticos funcionem como uma balança, uma vez que o acontecimento relatado e o acontecimento comentado são atividades discursivas estruturantes desses gêneros¹⁰, porque precisam cumprir a dupla finalidade de credibilidade e captação.

A realidade é captada e apreendida passando pelo filtro de um ponto de vista que a particulariza, transformando-a em fragmento do real. A realidade empírica *per se* é uma espécie de quimera, pois ela é uma construção que toma forma em um real construído pelo processo de semiotização do mundo. A realidade empírica, em estado bruto, não tem significado para o homem, que precisa transformá-la em “o real” pela atividade da linguagem, que se realiza em diversas operações: nominação do mundo, caracterização de suas propriedades, descrição de suas ações no tempo e no espaço e a explicação das causas e dos efeitos dessas ações (CHARAUDEAU, 2006).

Como já vimos, as representações sociais são um mecanismo de construção do real. E às mídias essa constatação é inescapável. Elas fazem um recorte do espaço social tendo isso em mente, agindo em função de uma filtragem evenemencial. O mundo social é repartido pelas mídias em

10 Sobre essa discussão, ver a evocação de Charaudeau (2012b, p. 175) entre as posições “tudo é narrativa” x “tudo é argumentação”.

espaços denominados por Charaudeau (2012b, p. 143) em “domínios de atividade”, que refletem o modo pelo qual os grupos sociais representam as atividades realizadas por seus membros. São três os domínios de atividade que Charaudeau reconhece:

- **Domínio da atividade política:** dele fazem parte os atores que participam da cena política, os eleitos e outros representantes a que as mídias dão relevo em diversos relatos que descrevem e analisam a vida social.
- **Domínio da atividade cidadã:** nele se encontram aqueles que participam da vida social. São cidadãos que participam da vida política, fazendo um contrapoder pela representação de diferentes grupos de pressão mais ou menos institucionalizados ou pela participação de base, individual, pelo seu direito de opinar. Os dois lados da atividade cidadã vêm ganhando muita força e espaço nas redes sociais, por exemplo, com os convites de divulgação de manifestações.
- **Domínio da atividade civil cotidiana:** nele se encontram aqueles que participam da vida social como atores-testemunhas de seu próprio cotidiano, desempenhando o papel de heróis ou vítimas. As mídias não costumam colocar esses atores em cena, a não ser quando visam a efeitos dramatizantes. Nesse domínio, pelas redes sociais, os atores-testemunhas também têm conquistado espaço através de campanhas como “Senti na pele”, em que negros relataram casos de racismo, e “Meu primeiro assédio”, em que mulheres denunciaram terem sido vítimas de assédio sexual.

As mídias transitam nesses domínios estabelecendo critérios que atendam aos objetivos de credibilidade e captação, como: *notoriedade*, dando foco a certos atores do espaço público; *representatividade*, circunscrevendo o espaço público à democracia política e civil, limitando a encenação de atores e grupos representativos do poder e do contrapoder; *expressão*, dando preferência a falas seguras e simples (de fácil alcance do público); e *polêmica*, organizando confrontos entre pessoas com posições

antagônicas e que saibam polemizar. Daí surgem as declarações bombásticas e os confrontos no domínio político.

Vejamos como Charaudeau sistematiza o que dissemos até aqui:

O acontecimento não é jamais transmitido em seu estado bruto, pois, antes de ser transmitido, ele se torna objeto de racionalizações: pelos critérios de seleção dos fatos e dos atores, pela maneira de encerrá-los em categorias de entendimento, pelos modos de visibilidade escolhidos. Assim, a instância midiática impõe ao cidadão uma visão de mundo previamente articulada, sendo que tal visão é apresentada como se fosse a visão natural do mundo. Nela, a instância de recepção encontrará pontos de referência, e desse encontro emergirá o espaço público. (CHARAUDEAU, 2012b, p. 151).

Pretendemos chamar a atenção sobre o universo dos gêneros jornalísticos ser construído por uma série de estratégias que é parte do discurso das mídias. O que as mídias apresentam como fato não é um reflexo do que acontece no espaço público, mas o resultado de uma construção na qual são depositadas suas crenças e seus interesses e, também, a de seus mantenedores. As mídias representam conglomerados empresariais e políticos e precisam lidar com difusos interesses, além de satisfazer o principal com base no contrato de comunicação jornalístico: o de informar. Isso nos faz questionar sobre qual é o papel social das mídias, levando-se em conta as restrições da situação de comunicação midiática e a sua finalidade.

A visada que orienta os gêneros jornalísticos é a de *fazer saber*, que implica, necessariamente, um *explicar*. De acordo com essa mecânica argumentativa, ao jornalista cabe exercer esse duplo papel para desvendar as intenções dos atores dos acontecimentos. No domínio político, o exercício do poder se constrói na dissimulação, logo o jornalista teria a função de descobrir e elucidar o que se esconde por detrás da dissimulação dos atos e das ações dos políticos, usando como apoio entrevistas, pesquisas em arquivos, observação e análise de comportamentos passados etc. - instrumentos que, obtidos bons resultados, aumentam a credibilidade do jornalista-comentador e do veículo de comunicação para o qual trabalha.

De posse de um instrumental que lhe permita construir o espaço social, um problema coloca-se para o jornalista: o posicionamento que deve adotar para comentar os fatos. Como não há neutralidade, o jornalista deveria tomar uma posição distanciada para poder analisar melhor os acontecimentos, submentendo-se à restrição de credibilidade que o contrato lhe atribui. Segundo Charaudeau (2012b), o discurso do comentário jornalístico deveria ser marcado por uma *argumentação de ponderação*, pela qual o jornalista dosaria, de forma equilibrada, o julgamento pró e o julgamento contra, visto que o comentário midiático deve ajudar na constituição da opinião pública, isto é, informar para auxiliar o cidadão a construir a sua própria visão dos acontecimentos ocorridos.

Nesse sentido, conforme atesta Miralles (2011), o papel dos meios de comunicação nas sociedades democráticas para a construção da opinião pública deve ser concebido a partir de uma concepção pluralista que seja apta para o debate público. Isso só pode ocorrer oferecendo aos cidadãos “diferentes olhares sobre os temas de interesse coletivo” (MIRALLES, 2011, p. 11), e não lançando-os ao “caos político” - fórmula discursiva impressa em vários jornais e revistas no Brasil devido ao andamento dado às investigações da operação Lava Jato e ao tratamento dado pela mídia sobre elas e a Lula e Dilma, provocando mais polêmica do que esclarecimento.

Um outro ponto realçado por Miralles (2001) é que a propalada liberdade de expressão defendida pelos meios de comunicação nasce de um contexto liberal para criticar o poder político nas democracias ocidentais. Entretanto, por trás desse discurso da “liberdade de imprensa”, escondem-se contradições produzidas no desenvolvimento dos próprios meios no decorrer do século XX, os quais se converteram em verdadeiras indústrias, fazendo o poder empresarial subverter a função primordial do jornalismo, que é informar. É em um contexto de exercício da cidadania que a jornalista inverte a pergunta consensual “quem defende os meios do poder político da censura” para “quem defende os cidadãos do poder dos meios”. Esta pergunta tornou-se fundamental no contexto brasileiro, em 2016, quando veio à tona o questionamento sobre se teria sido praticado um golpe político-midiático contra a democracia brasileira. Se não fossem as

mídias alternativas, apenas uma história teria sido contada para a população, embora uma parte considerável dela não tenha tido acesso a outras narrativas. Isso nos faz recordar que a imprensa, em qualquer de seus suportes, é um serviço público, isto é, de interesse público. Se o público é composto pela marca da heterogeneidade, é preciso mostrar os novos atores e as novas identidades de uma sociedade que mudou e apresenta novas demandas.

Como veremos, os articulistas de *Veja* tomam partido explicitamente, não ponderam entre o julgamento pró e o julgamento contra usando de procedimentos de simplificação do raciocínio, tentando fazer ser simples o que é complexo. Há escolhas que ameaçam o auxílio que as mídias deveriam dar ao cidadão a bem de esclarecê-lo sobre o que acontece no espaço público, tais como: a *deformação*, que, entre o jogo do implícito e do explícito, simplifica o acontecimento; o *amálgama*, cujo efeito discursivo simplifica e dramatiza o acontecimento em etiquetas que designam todo novo acontecimento em relação com um anterior por um processo de similaridade (é muito comum as mídias fazerem isso com os casos de corrupção); *psicologização*, que produz o efeito de “paranoia polêmica”, como se tudo fosse calculado por um grupo ou indivíduo que age como um terceiro todo poderoso responsável por tudo. Esse efeito da polêmica social é reverberador para a própria mídia, que assegura para si, pela estratégia de captação, uma repercussão que lhe pode render mais “histórias” (e mais vendas ou acessos e patrocinadores).

Como bem posto por Charaudeau (2012b), o discurso do comentário jornalístico precisa se equilibrar entre estratégias de credibilidade e captação. Entretanto, essa dosagem nem sempre é equilibrada, o que vai depender do grau de engajamento das mídias. Evidentemente, o engajamento das mídias é submetido ao crivo da instância de recepção. É por isso que um veículo como *Veja*, notoriamente engajado nos valores da direita, não tem credibilidade ante uma instância de recepção ávida de informação mais relatada e menos comentada pelos julgamentos de seus articulistas.

7.3.1 O artigo de opinião

Não vamos nos estender analisando as características do gênero artigo de opinião, mas brevemente vamos apresentá-lo a fim de apontar aquelas características organizacionais e discursivas que mais interessam ressaltar nesta pesquisa.

O artigo de opinião é um gênero jornalístico cuja finalidade é apresentar um ponto de vista sobre determinado assunto de interesse social e, geralmente, polêmico. O jornalista ou colaborador (EUc) que escreve esse gênero é um especialista ou alguém considerado com uma notória capacidade avaliativa acerca do tema tratado. No artigo de opinião, EUc expõe seu ponto de vista ao mesmo tempo que o defende, utilizando-se de uma série de recursos retóricos para fazer crer o seu leitor (TUd), em busca de conseguir adesão às suas ideias.

Melo (2003) considera que, nos gêneros opinativos jornalísticos, há duas opiniões à mostra: a do veículo de comunicação (EUe) e a do articulista (EUc). O artigo de opinião, especificamente, apresenta duas linhas opinativas: o *artigo editorial*, quando o veículo de comunicação utiliza seu espaço para apresentar a sua opinião oficial sobre os acontecimentos, e o *artigo comentário*, quando é assinado por um jornalista/colaborador um comentário sobre os acontecimentos, no qual o jornal, a revista ou o blog se confirmam como um espaço aberto para diferentes visões comporem um “estado da realidade”.

Duas características principais são observadas no artigo de opinião, ainda segundo Melo (2003). A primeira delas é que o artigo deve tratar de temas da atualidade. Isso não quer dizer que o assunto tratado deva ser cotidiano e atualizado diariamente, mas sim deve tratar do momento histórico, mantendo o EUc um alinhamento ideológico com o EUe. Aliás, esse terreno tem uma via de mão dupla, já que o EUe pode seguir a linha ideológica traçada pelo EUc. A segunda característica é a opinião, pois o leitor (TUd) quer saber o que o articulista pensa, considera, pondera, avalia e como reage diante da situação, sobretudo, quando ele é uma

figura notória. O leitor, nesse caso, já tem uma dimensão prévia da organização discursiva do EUC e das estratégias discursivas empregadas em seu texto.

Do ponto de vista argumentativo, o artigo de opinião apoia-se mais na visão de mundo do articulista do que na apresentação de provas que confirmem as hipóteses ou ideias aventada por EUC. Isso coloca um grande peso sobre a credibilidade do sujeito que fala, fazendo com EUC use as suas máscaras enunciativas de forma a se preservar na figura de um enunciador. É exatamente esse aspecto que interessa a esta pesquisa.

7.3.2 A polêmica polarizadora

A polarização ideológica é uma estratégia discursiva que visa a despertar a “paixão” e a “indignação” exacerbando a polêmica no discurso. Ela pode se originar tanto no senso comum, como ser difundida pelos meios de comunicação, que conseguem colocá-la em funcionamento, por assim dizer, devido ao seu grande alcance de difusão. Embora estereotipadamente mal vista, a polêmica tem um papel regulador importante na ágora das sociedades democráticas, porque ela põe em evidência, no espaço público, discussões controversas de interesse geral, além de ser uma evidência da pluralidade de opiniões.

É por isso que a polêmica somente ocorre em um espaço democrático, porque é de sua natureza ser parte do debate público e da deliberação política. É na esfera democrática que se encontra o *dissensus* como categoria estruturante na gestão dos conflitos de opinião, tanto no domínio político quanto no domínio jornalístico.

A palavra-chave para entender a polêmica é o conceito de *dissensus*, conforme propõe Amossy (2014), cujo significado se apoia na definição de uma divisão radical de sentimentos, interesses, opiniões que nascem dos sistemas de pensamento, crenças e juízos daqueles que estão em desacordo.

Logo, se há conflito de opinião é porque existe um ambiente democrático onde convivem a diversidade e a liberdade de pensamento e expressão. Nesse sentido,

a polêmica é de suma importância porque possibilita a confrontação pública geradora de comunidades de protesto, fiscalização e regulação e, também, de uma ação política articuladora de mudanças sociais. Como afirma Miralles (2011, p. 156), o pluralismo é a base da democracia moderna.

Para tratar desse tema, Amossy (2014) retorna à tradição aristotélica, que situa a retórica como a arte de negociar diferenças para se chegar a um acordo:

Tendo em conta que o uso de discursos persuasivos tem como finalidade chegar a uma decisão (já que para o que sabemos e o para o que já decidimos não há necessidade de discurso algum), tanto faz se o discurso é usado para induzir ou dissuadir a uma só pessoa (ARISTÓTELES, 2014, p. 208)¹¹.

Para se chegar ao um meio-termo entre as partes discordantes, é necessário o reconhecimento de opiniões irrenunciáveis que instauram o *dissensus*. Na perspectiva de Amossy (2014), este é o grande motor gerador da democracia porque coloca em evidência a pluralidade de vozes dissonantes que se cruzam no interdiscurso ou, evocando Bakhtin (2002), o *dissensus* é dialógico.

Se, por um lado, há uma visão negativa sobre o *dissensus*, que o entende como a impossibilidade de alcançar o acordo, por outro, há uma valorização do conceito por entedê-lo em uma dinâmica criadora. Amossy (2014), pelos estudos da argumentação no discurso, e Miralles (2011), pelos estudos da comunicação jornalística, colocam-se deste

11 Tradução nossa do original: "Habida cuenta de que el uso de discursos persuasivos tiene como finalidad llegar a una decisión (ya que para lo que sabemos y para lo que ya hemos decidido no hay necesidad de discurso alguno), tanto da si se usa el discurso para inducir o disuadir a una sola persona".

lado. A primeira estudiosa destaca dois eixos sobre o *dissensus*: a vitalidade do antagonismo ideológico como gerador de conflito que provoca transformações sociais e o estabelecimento da diferença como categoria positiva aglutinadora de ideias que podem ser apropriadas por qualquer grupo.

Por esse viés, a cultura do consenso é que pode ser ameaçadora para a democracia, porque cria a ilusão de que existe uma homogeneização do pluralismo identitário, ou seja, para a democracia é perigoso haver a ideia de uma sociedade que conseguiu a harmonia nas relações sociais (MIRALLES, 2011). Tal cultura pode servir à anulação de subjetividades, rompendo com o caráter da democracia, que legitima a coexistência de adversidades oriunda da diversidade. Se um inimigo – e não um adversário – é instituído nesse “clima”, abre-se caminho para a violência verbal (e, às vezes, até mesmo física) ancorada no lema “o inimigo deve ser destruído ou eliminado”, em uma tentativa de anular o conflito. Como diz Amossy (2014), o ponto nevrálgico da democracia não é o consenso, mas a gestão do *dissensus* em uma retórica própria. Pressupor a existência de um consenso ou tentar instituí-la como um bem ideal é tentar estabelecer uma homogeneização pelo uso de uma retórica que apela para a imparcialidade e a neutralidade com o intuito de escamotear o conflito.

Esse perigo do discurso orientado para a ação de eliminação do outro, o que preferimos chamar aqui de *alteridade repelida*, figura-se contra um princípio antidemocrático porque inviabiliza o diálogo e a aceitação das diferenças. Tal perigo tem se tornado latente desde a reeleição da presidenta Dilma Rousseff, culminando em um risco à democracia brasileira, sobretudo em 2016, quando os discursos político e midiático exploraram a corrupção como exclusividade de um partido político e a demonização das imagens de Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff, personificando-as como o Mal na corrupção política brasileira.

Por parte da mídia, esse posicionamento dicotômico e orientado à demonização de um lado é altamente pernicioso, pois pode levar os seus leitores a “uma concepção maniqueísta da realidade”, conforme alerta o *Manual de Estilo sobre minorias étnicas*

del Colegio de Periodistas de Cataluña. O Manual, embora seja uma contribuição para jornalistas acerca do tratamento que os meios de comunicação devem evitar dar às minorias étnicas na Europa, pode ser perfeitamente analisado à luz do panorama jornalístico brasileiro. Dentre as várias recomendações que não devem ser praticadas na redação de notícias, o Manual orienta:

1) “evitar generalidades, maniqueísmos e simplificações”, amplamente difundidos no jornalismo pelo uso de estereótipos, os quais, conforme já vimos, não são um mal em si, mas uma forma de compreensão do sentido comum, e que podem ser manipulados para realçar aspectos negativos de um grupo;

2) “não potencializar informações negativas, sensacionalistas, nem criar conflitos e dramatizá-los”, o que não significa que as más notícias devam ser escamoteadas, mas é preciso também estabelecer um contraponto a elas;

3) por fim, esses pontos devem ser alinhavados a um outro, a “responsabilidade dos profissionais das mídias”, que devem contextualizar as informações e serem cuidadosos com a seleção de imagens e vídeos, os quais, devido ao seu forte traço indicial, podem transformar o sentido da informação.

Houve, em 2016, uma narrativa de corrupção e de levante de um discurso dito golpista construída com apenas uma personagem, condenada na figura de um partido e de sua principal liderança. Ao eleger uma peça apenas do tabuleiro político, o discurso das mídias – entendidas aqui como os meios de comunicação tradicionais, os quais representam os interesses e os valores do mercado financeiro e dos partidos de direita de oposição ao governo (configurando-se todos em um sujeito enunciador) – simplifica o problema da corrupção no Brasil e deforma a percepção da sociedade sobre a realidade narrada sob a égide de um ponto de vista revestido em consenso,

“um problema da falta de sensibilidade e consciência dos jornalistas”¹² (MIRALLES, 2011, p. 63). Logo, um problema que se coloca às mídias é que elas deveriam ser porta-vozes de discursos das diferenças, colocando diferentes atores em confrontação em um debate público e criando as oportunidades para a construção pública do conflito político.

A dicotomização organizada pelo discurso é uma espécie de sintoma de uma divisão socialmente já instalada, que marca um *nós* e um *eles*. Ela revela visões de mundo divergentes e consolida a identidade de um grupo em detrimento de outro. Uma das estratégias retóricas para exacerbar a oposição entre identidades é a *difamação*, pela qual o adversário passa a ser considerado um mal ou um erro. Com essa estratégia, o inimigo é enfraquecido pela deslegitimação, a qual, na esfera política, pode levar à perda da sua credibilidade.

No domínio político, Charaudeau (2013a) esclarece que a moralidade é uma das condições em que se fundamenta a legitimidade. O político deve construir um ethos virtuoso, isto é, ele deve mostrar que age conforme a lei e as regras institucionais pelas quais ele representa uma coletividade. Portanto, o ataque ao outro se organiza na desconstrução de sua imagem com o objetivo de minar a sua credibilidade. No discurso, tal ataque pode organizar-se de diversas formas: na reformulação ou deformação orientada para a fala do outro, em ironias etc. O descrédito no qual o outro é lançado objetiva anular a sua força e, portanto, a sua influência.

12 Tradução minha do original: “(...) un problema de la falta de sensibilidad y conciencia de los periodistas”.

Discursivamente, um tipo de argumento usado para desconstruir a imagem do adversário é o argumento *ad hominem*, orientado a desqualificar não a pessoa em si, mas a sua fala. Esse recurso para silenciar o outro mascara a intenção de excluí-lo do debate, relacionando-o ao Mal absoluto. O intento é de desqualificar o outro pelo exagero, pelo ataque hiperbólico à sua subjetividade, moldando, assim, a sua imagem.

O sujeito demonizado é implicado nessa imagem da demonização e precisa reagir a ela porque interfere no seu ethos, a imagem que construíra para si. Uma vez que a sua credibilidade é atacada, o sujeito necessita reconfigurar o seu ethos para não perdê-lo. Conforme ensina Charaudeau (2013a), o ethos é instável e está sempre em construção. Os políticos, por exemplo, precisam constantemente preservar a sua imagem pela reconstrução de seu ethos.

Linguisticamente, pode-se estabelecer a polarização no nível das escolhas lexicais. Como veremos no capítulo de análise do *corpus*, quando Veja seleciona e combina o substantivo “elite” e o adjetivo “branca” para compor o sintagma “elite branca” delimita o antagonismo entre este grupo e o de negros e pobres, que está na base da pirâmide socioeconômica brasileira. Veja exacerba uma oposição, instaurando a dicotomização.

Interessa-nos analisar o adjetivo como uma categoria que estabelece modalidades enunciativas axiológicas e avaliativas na caracterização de Dilma Rousseff e o seu uso como recurso na construção de um sentido de discurso para revelar a polarização ideológica que *Veja* institui.

O modo de lançar o descrédito sobre um adversário e suas artimanhas pela escolha do léxico e, mais particularmente, das denominações do adversário faz com que o sujeito enunciativo manifeste seus valores para compartilhá-los com o seu público. As escolhas lexicais visam a provocar indignação (AMOSSY, 2014, p. 160) e, também, podem estabelecer uma posição social e uma qualificação irônica (o patrão, o chefe), exaltando os defeitos dos adversários a serem criticados.

Nesses casos, EUE se apresenta mais como um censor severo dos valores do outro – apresentados como o Mal. No discurso midiático de *Veja*, EUE tenta projetar

um ethos agressivo não movido por sentimentos violentos, mas por seu papel crítico e de conselheiro prudente.

A paixão (no sentido de *pathos*) reforça a polêmica em diferentes níveis e em suas funções mais diversas: acusação e denúncia, protesto, incitação à ação, instigação à adoção das sugestões dadas pelo enunciador. A indignação é uma arma política. E a paixão apela a uma condenação moral para modificar um estado de coisas julgado por EUE como escandaloso.

Por isso, Miralles (2011, p. 158) propõe para os meios de comunicação um trabalho simbólico assentado na centralidade do que ela chama de “pluralismo agonístico”, que se trata de perceber o outro não como inimigo a ser destruído, mas como adversário, “alguém cujas ideias combatemos mas cujo direito a defender essas ideias não colocamos em dúvida”¹³. Essa é a base central que sustenta o debate democrático, porque reconhece a diversidade de ideias como constituinte da pluralidade dos sujeitos participantes da sociedade, os quais não devem ser eliminados *pessoalmente* do debate, mas devem ter as suas ideias postas em constante discussão pelo reconhecimento de que elas são legítimas.

7.4 Linguagem não verbal

Nesta seção, interessa-nos fazer um breve roteiro sobre a visualidade, e não apenas sobre a iconografia, por entendermos que esta é parte da linguagem visual. Há uma diversidade de estudos de Semiótica sobre signos não verbais, tais como a música, o gesto, a imagem.

13 Tradução nossa do original: “(...) como alguien cuyas ideas combatimos pero cuyo derecho a defender esas ideas no ponemos en duda”.

Aqui, privilegamos a noção de texto visual nos meios de comunicação digital reportando-nos ao dispositivo imagético.

A imagem é explorada, desde épocas remotas, como meio de informação e de comunicação da experiência humana. Desde a era Paleolítica, por exemplo, temos registros visuais que remontam à vida prática, racional e cuja concepção remete à continuação direta da realidade comum (HAUSER, 2000).

Foi com a invenção da imprensa, no século XV, que a escrita passou a ser a forma de registro culturalmente institucionalizada de transmissão do conhecimento pelas sociedades letradas ocidentais, cabendo à imagem uma função ilustrativa em relação à escrita, que como tecnologia promoveu uma radical transformação social:

O alfabeto fonético é uma tecnologia única. Tem havido muitas espécies de escrita, pictográficas e silábicas, mas só há um alfabeto fonético, em que letras semanticamente destituídas de significado são utilizadas como correspondentes a sons também semanticamente sem significação. Culturalmente falando, esta rígida divisão paralelística entre o mundo visual e auditivo foi violenta e impiedosa. A palavra fonética escrita sacrificou mundos de significado e percepção, antes assegurados por formas como o hieróglifo e o ideograma chinês. Estas formas de escrita culturalmente mais ricas, no entanto, não ofereciam ao homem pontes de passagem do mundo magicamente descontínuo e tradicional da palavra da tribo para o meio visual, frio e uniforme (MCLUHAN, 2007, p. 102).

Caberia uma discussão linguística colocada por Mcluhan, mas deter-nos-emos ao apanhado histórico contido nesse excerto sobre a passagem das práticas orais e visuais para as práticas escritas, que provocou um novo paradigma nas relações sociais e, por que não dizer, novos processos cognitivos. Algumas características das sociedades letradas ocidentais apontadas por Mcluhan são a separação do indivíduo, a continuidade do espaço e do tempo e a uniformidade dos códigos, em oposição à noção tribalista das comunidades orais.

Notoriamente, as inscrições visuais nunca deixaram de mediatizar a comunicação humana, mas o que muitos estudiosos contemporâneos defendem é que, hodiernamente, estaria havendo uma ampliação do uso de linguagens verbais e

não verbais em meio digital, no qual, tais linguagens sejam isoladas, sejam articuladas, estariam ganhando novas funções significativas.

No tocante à linguagem visual, um dos estudiosos que se dedica a analisar a inserção cada vez maior do visual nas práticas discursivas de comunicação pública é Kress (1998), para quem a linguagem visual tem tomado uma posição central na paisagem comunicacional, que vinha sendo há dois ou três séculos dominada pela escrita como meio de comunicação e representação.

O semiólogo relata três aspectos dessa mudança, ocasionada pelos recursos das tecnologias digitais: a nova relação entre verbal e visual; mudanças na escrita, o que pode ser uma consequência disso; e uma teoria do significado advinda dessa nova relação, que é essencial se considerar à luz desse desenvolvimento.

A comunicação tem sido sempre multissemiótica, ou seja, as multimodalidades sempre coexistiram, mas a escrita sobrepujou as demais, assumindo uma dominância cultural - e até política - tornando a multimodalidade invisível. Entretanto, hoje, de acordo com Kress (1998), está havendo um novo nível de especialização da informação, carregada, sobretudo, por duas linguagens – a verbal e a visual –, que discriminam as seguintes funções: a imagem **exibe/mostra** a informação; o verbal **orienta** o leitor para a informação. Sobre a especialização das linguagens, Kress e Van Lewuven explicam que:

As estruturas visuais produzem significado, assim como as estruturas linguísticas. Entretanto, as interpretações das experiências são diferentes, além de gerarem formas de interação social diferentes. Os significados que podem ser compreendidos pela linguagem verbal e pela comunicação visual coincidem em parte, isto é, algumas coisas podem ser expressas tanto visualmente quanto verbalmente; e em parte elas divergem – algumas coisas podem ser “ditas” somente visualmente, outras somente verbalmente. Mas, mesmo quando

algo pode ser “dito” tanto visualmente quanto verbalmente, a forma como será expressa é diferente (KRESS E VAN LEWUVEN, 1996, p. 3).¹⁴.

A associação do texto verbal com o visual pode resolver problemas de ambiguidade, mas é importante salientar que a imagem é significativamente autônoma na paisagem comunicacional.

Em busca do reconhecimento da imagem como texto e de como realizar uma leitura crítica da visualidade, Oliveira (2006) utiliza-se da pesquisa de Lemke (2002) sobre hipermodalidade, que privilegia o uso combinado de sistemas semióticos na comunicação humana. O uso das seguintes categorias propostas por Lemke (2002), de que Oliveira se apropria no escopo do seu trabalho, servem como guia de análise de textos visuais (Tabela X): **significado aparente**, que Oliveira chama de função representacional, indica aquilo que evidentemente está sendo mostrado na relação entre os actantes apresentados; **significado orientacional**, que diz respeito ao posicionamento do leitor em relação ao que lhe é mostrado, permitindo-lhe estabelecer alguma avaliação sobre a cena; e **significado organizacional**, ou função organizacional, que é a criação de um sistema de relações que organizam o texto na construção do significado.

14 Tradução nossa do original: “Visual structures realize meanings as linguistic structure do also, and thereby point to different interpretations of experience and different forms of social interaction. The meaning which can be realized in language and in visual communication overlap in part, that is, some things can be expressed both visually and verbally; and in part they diverge – some things can be ‘said’ only visually, others verbally. But even when something can be ‘said’ both visually and verbally the way in which it will be said is different”.

1. FUNÇÃO REPRESENTACIONAL

Onde essa imagem aparece?

Quem a criou?

Qual a audiência pretendida?

Qual é a temática da imagem?

O que é mostrado na imagem? O que está acontecendo? Que valores/attitudes a imagem comunica?

De quem/de qual grupo é a visão de mundo apresentada?

Que tipo de situações sociais/realidades são apresentadas?

O que a imagem revela acerca de grupos dominantes/relações de poder no contexto onde se insere?

Que histórias/experiências são incluídas? Que histórias são omitidas?

Que alternativas poderiam ser apresentadas?

Que tipo de conhecimento prévio é necessário para que a imagem seja compreendida?

O que faz parte e o que não faz parte da sua própria experiência?

Há contrastes/semelhanças com outras imagens que você já viu sobre o mesmo tema?

1. FUNÇÃO ORIENTACIONAL

Como são os personagens construídos apresentados?

Por que são retratados dessa maneira?

Quem se beneficia com esse tipo de retratação?

Como a imagem convida o espectador a pensar?

Que tipo de espectador tenderia a interpretar a imagem dessa forma?

Haveria outras interpretações possíveis?

Há alguma ligação de humor comunicada pela imagem ao espectador?

Que ações/comportamentos/emoções/valores/relações são demonstradas pelas imagens?

Quais são as positivas? Quais são as negativas?

Que tipo de proximidade entre espectador/personagens é estabelecida na imagem?

1. FUNÇÃO ORGANIZACIONAL

Como o uso de elementos, tais como layout, cor (e seus valores), textura, linhas, formas, luz, movimento, som, símbolos, vestimentas, linguagem corporal, gestos, expressões faciais, disposição dentro da imagem (primeiro plano, fundo, tamanho, ponto focal), direção do olhar, etc. são combinados para criar os personagens, o ambiente, a atmosfera, as ações, a história, os valores, o humor, etc.)?

Se você mudasse personagem/cor/características/comportamento/símbolo, etc., de que maneira/sob que aspectos a imagem seria modificada?

Como os personagens são apresentados (frontalmente ou obliquamente, à altura do olhar?)?

Tabela 3 – Guia para análise de textos visuais (OLIVEIRA, 2006)

A Figura 7 mostra que, assim como a linguagem verbal, a linguagem visual também constitui um corpo de dados para compor e compreender uma mensagem em diferentes níveis, desde o funcional até o da expressão.

É um corpo de dados constituídos de partes, um grupo de unidades determinadas por outras unidades, cujo significado, em conjunto, é uma função do significado das partes. Como podemos definir as unidades e o conjunto? Através de provas, definições, exercícios, observações e, finalmente, linhas mestras que possam estabelecer relações entre todos os níveis da expressão visual e todas as características das artes visuais e de seu “significado” (DONDIS, 2007, pp. 3-4).

Dondis diz que, na criação de imagens visuais, o significado é gerado pela capacidade perceptual compartilhada universalmente pelos seres humanos e pelo uso que o *designer* faz dos recursos à sua disposição. Na explicação dos recursos visuais e dos efeitos que podem ser obtidos deles, Dondis (2007) e Kress (1998) destacam que, para a composição de uma mensagem visual, é criado um *design* a partir de cores, formas, texturas, iluminação, tons, proporcionalidade, posição, de modo que esses elementos sejam relacionados interativamente, a fim de se obter um significado. É possível ao *designer* variações de muitas ordens na tentativa de produzir um determinado efeito ou tornar salientes partes de informações.

Dondis (2007), ainda seguindo esse enfoque, destaca alguns elementos visuais que constituem a substância básica daquilo que vemos: o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala e o movimento. É a partir deles que uma série de combinações é possível. Vale destacar que a cor tem grande afinidade com as emoções humanas e está impregnada de informações, sendo, por isso, uma fonte inestimável para os comunicadores visuais.

A visão de Dondis (2006) sobre a tendência perceptual evidencia que o ser humano busca um reforço visual do conhecimento por várias razões, dentre elas que o visual propicia uma experiência direta com a informação devido à sua proximidade da experiência real. “Ver é uma experiência direta, e a utilização de dados visuais para transmitir informações representa a máxima aproximação que podemos obter com relação à verdadeira natureza da realidade” (DONDIS, 2006, p.7).

Tendo em vista esse panorama, Kress (2003, p.48) propõe uma conceituação de texto que abarque qualquer instância de comunicação em que ocorra uma linguagem

ou uma combinação entre elas. Também sob a perspectiva semiótica, Vilches endossa tal conceituação:

O texto deve ser considerado como o meio privilegiado das interações comunicativas. É através da textualidade que se realiza não somente a função pragmática da comunicação, como também onde é reconhecida pela sociedade. Trata-se, portanto, de todo discurso coerente por meio do qual se levam a cabo estratégias de comunicação. Daí seu caráter de processo comunicativo, capaz de aceitar – como constituintes de igual grau – tantos os signos linguísticos como os não linguísticos. (VILCHES, 1984, p. 31)¹⁵.

Essa perspectiva, considera o texto como unidade comunicativa organizada por um locutor para atingir suas intenções de comunicação, sendo tal unidade representada pelo texto, e não pelo signo. O texto visual, assim como o texto verbal, organiza-se em torno de uma visada e dos quatro sujeitos de linguagem, conforme demonstramos no quadro a seguir, adaptado de Charaudeau (2012a):



Figura 5 – Intencionalidade informativa do texto visual

15 Tradução minha do original: El texto debe ser considerado como el medio privilegiado de las interacciones comunicativas. Es a través de la textualidad donde se realiza no solo la función pragmática de la comunicación, sino, también, donde es reconocida por la sociedad. Se trata por ello de todo discurso coerente por medio del cual se llevan a cabo estrategias de comunicación. De ahí su carácter de proceso comunicativo, capaz de aceptar – como constituyentes de igual grado – tanto los signos lingüísticos como los no lingüísticos.

Nos textos jornalísticos em que a fotografia é um elemento discursivo presente, o autor do texto desdobra-se em um duplo: o fotógrafo e o redator do texto escrito, constituindo ambos um sujeito comunicante coletivo pertencente à instituição de comunicação. Os sujeitos duplos e a instituição comunicante também cumprem um papel enunciativo, e não somente comunicativo. Também existe um sujeito destinatário desdobrado que vê a informação visual e que lê todo o texto jornalístico. O TU que vê pode não corresponder ao TU que lê, simplesmente porque a fotografia pode não o atrair para a leitura global do texto. Por isso, o leitor modelo idealizado é aquele que vai realizar um percurso completo de leitura do texto.

Propomos, com a Figura 5, articular os sujeitos de linguagem (CHARAUDEAU, 1983, 2102), as visadas discursivas (CHARAUDEAU, 2004) e as modalidades do fazer (VILCHES, 1982), considerando que tanto Charaudeau (2004) quanto Vilches (1982) privilegiam uma análise discursiva que prioriza o projeto de intenções dos sujeitos envolvidos no ato de linguagem e tendo como modelo a visada de informação, que responde à exigência democrática de veículos de comunicação informativos esclarecerem a opinião pública.

Na interação comunicativa visual existe um *fazer-ver* do autor da fotografia (EUc) direcionado a um *ver-fazer* do leitor da fotografia, que é o público do veículo de comunicação onde a fotografia é publicada. Como estratégia discursiva, o EUe *deve-fazer-ver*, isto é, deve exibir a expressão do conteúdo fotográfico para um *deve-acreditar* por parte do leitor, que, nesta etapa, não só vê a fotografia, mas olha para ela buscando acreditar no que ela informa – ou, na hipótese de não haver correspondência entre TUi e TUD, esse olhar mais acurado pode despertar um efeito reverso de incredulidade ou dúvida sobre a informação visual (e, também, verbal).

Como a visualidade que será analisada neste trabalho é produzida para o ambiente hipermídia, temos que realizar um percurso que contemple especificamente a imagem produzida para esse tipo de ambiente. A partir de 1996, a rede de computadores torna-se capaz de transmitir imagens tridimensionalmente. Mas é em 1997 que a linguagem ideográfica aparece como uma nova linguagem da rede digital (Santaella,

2006). Além de a imagem aparecer em quaisquer formas de visualidade, o uso de cores, por exemplo, também ganha novo relevo, podendo ser agregados textos e sons, inaugurando a linguagem hipermídia.

No estudo da visualidade, não podemos deixar de considerar o uso da cor como recurso construtor da informação midiática. Sobre o conceito “cor-informação”, o estudo de Guimarães (2000, 2003) é elucidador:

Considera-se a cor como informação todas as vezes em que sua aplicação desempenhar uma dessas funções responsáveis por organizar e hierarquizar informações ou lhes atribuir significado, seja sua atuação individual e autônoma ou integrada e dependente de outros elementos do texto visual em que foi aplicada (GUIMARÃES, 2003, p. 31).

É preciso considerar a intencionalidade do uso de cores na composição da informação e nas relações estabelecidas com o texto verbal. A cor pode ser usada na sintaxe visual como recurso coesivo, quando a sua repetição aparece vinculada a contextos positivos ou negativos, realçando certos valores que passam a compor o imaginário sociodiscursivo dos leitores. Como afirma Guimarães (2003), o uso das cores é resultante das crenças e das intenções do jornalismo, elemento que, também, deve ser analisado no tocante à responsabilidade social dos meios de comunicação.

Contemplaremos a análise não apenas das imagens, mas de todos os recursos visuais à disposição para a elaboração dos textos publicados em *Veja on line*. 

8. A DIMENSÃO SUBJETIVA DO ADJETIVO



La actitud de un hombre que, frente a cada frase, ha pensado cuidadosamente no qué adjetivo ponía, sino que adjetivo sacaba.

Julio Cortázar sobre a grande lição deixada por Jorge Luis Borges

Para finalizar a discussão teórica desta pesquisa, neste oitavo capítulo trataremos da questão linguística do nosso projeto investigativo, que é a expressão de subjetividade na categoria gramatical adjetivo. Apresentaremos diversas abordagens teóricas que estudam o adjetivo, traçando um percurso que começa em uma abordagem gramatical mais tradicional até chegamos a abordagens discursivas, as quais interessam de fato à nossa análise.

8. A dimensão subjetiva do adjetivo

A análise do discurso destina-se a estudar dados convertidos em *corpus*. A nossa investigação tem um *corpus* constituído de um conjunto de textos pertencentes ao gênero artigo de opinião, porque consideramos que eles satisfazem ao nosso questionamento sobre quais estratégias a revista *Veja*, um veículo de comunicação ideologicamente avesso ao governo do Partido dos Trabalhadores, utiliza para construir qual imagem (ou quais imagens) para a presidenta Dilma Rousseff e com qual finalidade intencional.

Um compromisso de uma análise do discurso é analisar funcionamentos discursivos de forma crítica. Isso quer dizer que os estudos do discurso, em geral, não se interessam pelo discurso apenas como “objeto ‘verbal’ autônomo, mas também como uma interação situada, como uma prática social ou como um tipo de comunicação numa situação social, cultural, histórica ou política” (DIJK, 2012, p. 12).

É preciso revelar as intenções do discurso, os seus interesses quando enunciados por um sujeito na tentativa de desvendar os processos usados em sua construção. Para tal, uma análise do discurso deve ater-se aos fatos de língua que se materializam em um gênero de discurso, o qual, conforme Maingueneau (2015, p. 47), opera a articulação entre texto e situação de comunicação. Ainda assim, é preciso levar em conta que não somente o gênero e os fatos de língua são considerados na análise que propomos. Os papéis sociodiscursivos dos sujeitos engajados nos atos de linguagem, as estratégias de legitimação e de credibilidade usadas por *Veja*, as imposições impostas pelo gênero analisado e o posicionamento ideológico da revista e de seus leitores são, também, considerados, já que, como afirma Charaudeau (1999), todo sujeito assume um lado, que se manifesta em seu(s) discurso(s), revelando, pois, o seu posicionamento social. Com Krieg-Planque (2011, p. 20), entendemos que a análise do discurso deve “dar conta da relação do enunciador com as palavras que ele utiliza”. É dessa relação complexa que se deve destrinchar a maneira pela qual o sujeito toma uma posição em relação às palavras que coloca em circulação.

Como já assumido aqui, a proposta semiolinguística de análise do discurso atende aos nossos propósitos de pesquisa porque, pela perspectiva semiótica, interessa-se por um objeto que se constitui em uma intertextualidade. Os artigos de opinião analisados dialogam com outras instâncias de produção de discursos do âmbito de *Veja* e, sobretudo, no âmbito de discursos do mundo político brasileiro. Pela perspectiva linguística, o interesse se justifica pelo fato de que o instrumento utilizado para interrogar esse objeto é a conceituação estrutural dos fatos languageiros.

Nossa hipótese é de que a classe dos adjetivos é altamente produtiva nos artigos de opinião publicados em *Veja* porque são empregados, intencionalmente, com o objetivo de criar uma caracterização imagética que enfoca aspectos negativos para Dilma Rousseff. As escolhas lexicais dos sujeitos comunicantes, por serem intencionais, são estratégias enunciativas que revelam os valores que a revista quer passar para os seus leitores, ao mesmo tempo em que condena os valores que ela própria, na sua função de veículo informativo, deve “desvendar” dos discursos de Dilma e do PT.

Nossa análise é dividida em dois momentos da vida política brasileira: o pré-eleição 2014 e o pós-eleição 2014. Acreditamos que a finalidade do uso dos adjetivos se distingue nesses dois momentos, haja vista que, antes da eleição, a imagem social de Dilma era diferente da vinculada no cenário pós-eleitoral. Pressupomos que, no período pré-eleitoral, *Veja* trabalhava na tentativa de criar uma imagem de Dilma Rousseff que ferisse a sua credibilidade como presidente, enquanto no período pós-eleitoral a estratégia da revista parece estar centrada em minar a legitimidade de Dilma, “aproveitando a onda” dos discursos de *impeachment* que passaram a circular, sobretudo, a partir da manifestação popular de março de 2015 (motivada, dentre outros fatores, pelos casos de corrupção na Petrobrás investigados pela operação Lava-Jato) e tomaram força com os protestos de 2016, levantando a questão: por que a *Veja* interessa minar a legitimidade de Dilma Rousseff?

Antes de desvendar a intencionalidade no uso dos adjetivos nos textos que constituem o nosso *corpus*, vamos percorrer algumas visões linguísticas sobre essa categoria.

8.1 O adjetivo nos estudos gramaticais

Os estudos sobre o discurso têm história, assim como os estudos sobre a gramática das línguas. Concordamos com Perini (2010) que a gramática, enquanto teoria gramatical, deve ser entendida como uma descrição científica dos fenômenos linguísticos, o que ressalta a necessidade de a língua ser estudada *como ela é*, ou seja, a partir de dados empíricos sincrônicos, de maneira científica, além de determinar a situação de comunicação em que ela é posta em uso.

Entretanto, como alerta Maingueneau (2015), os especialistas em discurso não se encontram em uma situação confortável, porque eles não devem reduzir o discursivo ao linguístico e, tampouco, devem deixá-lo ser reduzido por condições sociais ou psicológicas.

Nesta seção, percorremos alguns estudos e correntes gramaticais, apresentados em uma linha de estudos de base mais gramatical a estudos de base mais discursiva, para apreendermos a noção conceitual do adjetivo.

8.2 Visões mais gramaticais sobre o adjetivo

Câmara (1968, p. 27) conceitua o adjetivo como “palavra de natureza – a) nominal, ou b) pronominal, que se *associa* (grifo nosso) com um substantivo”. O linguista destaca, ainda, os aspectos da concordância e do emprego sintático dos adjetivos. Note-se que não há, nessa explicação, uma referência semântica e discursiva acerca dos adjetivos, o que nos faz concordar com Cavaliere (2009, p. 19) que a crítica ao modelo de Câmara está na “excessiva generalidade de seus conceitos”.

Na gramática de Nicola e Infante (1990, p. 180), o adjetivo é palavra que “*modifica* (grifo nosso) o substantivo, atribuindo-lhe um estado, qualidade ou característica”. Os gramáticos afirmam que a distinção entre substantivo e adjetivo não é semântica, mas funcional e que, por isso, algumas palavras só podem ser distinguidas como pertencentes a uma ou a outra categoria pela função que exercem em um determinado

contexto. Essa explicação é um tanto contraditória visto que a distinção de uma ou outra classe se dá pela apuração do sentido que ela tem em contexto específico de uso. É nessa orientação que Perini (1997) argumenta sobre a classificação *substantivo* e *adjetivo*: não se trata de duas classes de palavras diferentes, mas de uma classe que tem potencialidades expressivas ora para nomear, ora para qualificar. Essa flexibilidade é devida à necessidade comunicativa dos usuários da língua. A distinção do comportamento gramatical dessa grande classe é motivada pelas diferenças de significado e de emprego que ela pode assumir em diferentes situações de uso.

Savioli (1991) analisa o adjetivo sob três perspectivas: semântica, mórfica e sintática. Do ponto de vista semântico, o estudioso diz que “adjetivo é palavra que *designa* (grifo nosso) qualidade do substantivo (ou palavra equivalente)” (SAVIOLI, 1991, p. 262), podendo ser classificado em *restritivo*, por seu caráter particularizante; *explicativo*, por seu caráter não particularizante; *pátrio*, por designar nacionalidade, procedência, origem de coisa ou pessoa representada por um substantivo. Do ponto de vista mórfico, o adjetivo assume flexões de gênero e de número e, também, de grau. E, do ponto de vista sintático, o adjetivo funciona como modificador do substantivo.

Já Bechara (2015) descreve o adjetivo como

a classe de lexema que se caracteriza por constituir a delimitação, isto é, por caracterizar as possibilidades designativas do substantivo, orientando delimitativamente a referência a uma *parte* ou a um *aspecto* do denotado (BECHARA, 2015, p. 149).

O gramático diz, ainda, que a classe dos adjetivos é aberta porque o seu repertório é sempre passível de ser aumentado pelos usuários da língua.

Acerca da delimitação a que se refere Bechara, ela apresenta distinções da ordem da *explicação*, *especialização* e *especificação*. Os adjetivos *explicadores* destacam e acentuam uma característica inerente ao referido. Os *especializadores* marcam os limites extensivos ou intensivos pelos quais se considera o referido, sem que seja colocado em isolamento ou oposição a outros referentes que podem fazer parte da mesma denominação. Já os *especificadores* restringem as possibilidades

de referência de um signo, atribuindo-lhe características que não são inerentes a seu significado.

8.3 Visões mais discursivas sobre o adjetivo

Embora nesta seção apresentemos abordagens mais discursivas da classe dos adjetivos, nelas estão incluídas algumas gramáticas que tendem para essa perspectiva sem deixarem de fazer, também, uma análise mais descritiva.

Na gramática de língua inglesa de Quirk *et al* (1985) - que pode ser aplicada a estudos gramaticais em português -, os adjetivos são, semanticamente, destacados por seus efeitos de *intensificação* e *atenuação* sobre os nomes que modificam, estando eles divididos em três subclasses: *ênfaticadores* (sobrealçam a qualidade), *amplificadores* (denotam um ponto elevado em uma escala) e *moderadores* (denotam um efeito escala abaixo). Já os adjetivos restritivos atuam sobre o substantivo exclusivamente, particularmente ou genericamente. Os adjetivos ainda são subclassificados semanticamente em *adjetivos de estado* e *adjetivos dinâmicos* e sua distinção se faz, também, no nível sintático.

Em sua gramática de usos, que pende tanto para uma abordagem tradicional quanto para a discursiva, Neves (2011) classifica o adjetivo quanto à sua natureza por *atribuírem* (grifo nosso) “uma propriedade geral singular a uma categoria (que já é um conjunto de propriedades) denominada por um **substantivo**”. Tal atribuição funciona de dois modos: qualificando e subcategorizando.

Em relação às subclasses dos adjetivos, Neves (2011) diz que eles podem ser *qualificadores ou qualificativos* e *classificadores ou classificatórios*. Destacamos, dentre as várias características de adjetivos apresentadas por Neves, aquelas que estão em acordo com os interesses de nossa pesquisa.

Os *adjetivos qualificadores* indicam para o substantivo uma propriedade que não compõe, intrinsecamente, os traços das propriedades que o definem. Por isso, considera-se que tal qualificação pode ter implicações subjetivas, sempre revestida de

certa vaguidade, como, no emprego, dos adjetivos *linda, alegre, sadia*. Os adjetivos qualificadores são graduáveis e intensificáveis. São qualificadores os adjetivos formados por: sufixos que expressam ideia de abundância de qualidade (**-oso, -udo, -ucha**); prefixos intensificadores (**hiper, super**); sufixo superlativo ou sufixo diminutivo com valor de intensificação (**-íssimo, -inha, -inho**).

Semanticamente, os qualificadores apresentam diversos valores:

1. De **modalização**:

– Modalidade Epistêmica: os adjetivos exprimem conhecimento ou opinião do falante.

- De certeza, ou de asseveração: é óbvio, é claro, é evidente, certo, óbvia, etc.
- De eventualidade: é possível, é provável, é impossível, etc.

– Modalidade Deontica: os adjetivos exprimem consideração, por parte do falante, de necessidade de obrigatoriedade: é necessário, é imprescindível, é obrigatório, etc.

2. De **avaliação**:

– Avaliação psicológica: os adjetivos exprimem propriedades que *definem* o substantivo na sua relação com o falante.

- Na direção da coisa nomeada pelo falante:

Um pôr de sol *fantástico*.

- Na direção do falante para a coisa nomeada:

-Ah! não, Seu Marçal, eu sou *honest*...

– Avaliação de propriedades intensionais: os adjetivos exprimem propriedades que *descrevem* o substantivo.

- Em qualidade: os adjetivos são eufóricos (de indicação para o positivo, para o bom), disfóricos (de indicação para o negativo, para o mau) ou neutros:

A noiva reparou naquele rapaz *bonito*.

Estava tudo *limpo*.

Não chegou a ser *feia*, com o tempo e a doença.

A nossa vida poderia ter sido muito *diferente*.

- Em quantidade: os adjetivos são, em princípio, neutros:

I) Com substantivos concretos: os adjetivos indicam dimensão ou medida:

O negrão é *grande*, mas não é dois.

II) Com substantivos abstratos

a) De intensificação

la dar início a *profundas* modificações em sua pessoa.

A intensificação frequentemente implica uma avaliação pessoal, o que quer dizer que tem forte traço de subjetividade. Por isso, podem ser usados para intensificar os adjetivos de avaliação psicológica:

Angela conseguiu um abatimento *impressionante* na compra.

b) De atenuação

É verdade que o Banco Central interveio, mas a *relativa* estabilidade se deu mesmo devido ao fato de que não há prenúncios de uma crise maior.

c) De definição – ligada a uma base quantitativa – do modo, ou qualidade, do estado de coisas

João promete aparecer no hotel para uma conversa mais *demorada*.

Os adjetivos classificadores colocam o substantivo que acompanham em uma subclasse, trazendo para si uma indicação objetiva sobre ela. Constituem, pois, uma denominação para a subclasse e são, portanto, denominativos. Eles têm um caráter não vago, como os adjetivos *alimentícia*, *filosófico*.

Os classificadores correspondem, em geral, a sintagmas nominais do tipo **de + nome** (locuções adjetivas). Eles têm um caráter não vago, e os adjetivos com prefixos de valor numérico são sempre desse grupo (**unicelulares, pluricelulares, monocromático, ambivalente**).

Também são classificadores os adjetivos derivados de nomes próprios, porque tipificam os substantivos que acompanham, consoante um conjunto de características ligadas às atividades do indivíduo de cujo nome derivam (**machadiano, roseano, shakespeariano**).

Um ponto destacado por Neves (2011) a respeito dos adjetivos é a posição que eles ocupam. Como regra geral, o adjetivo quantificador usado como adjunto adnominal pode ser tanto anteposto quanto posposto.

A posição posposta do adjetivo quantificador é bastante frequente e é chamada de posição *menos marcada*. Já a posição anteposta é mais marcada e, por isso, ela é muito usada como recurso estilístico por seu maior efeito de sentido e maior subjetividade. Em geral, a posição anteposta do adjetivo cria ou reforça um caráter avaliativo, logo, mais subjetivo da avaliação. Tal posição marca uma avaliação subjetiva do falante sobre a qualificação que faz. Monnerat (2002) diz que a anteposição tem matiz sentimental, pois, além de descrever a ênfase para a característica revela, da parte do sujeito falante, um envolvimento emocional ou um julgamento sobre essa característica.

Quanto aos adjetivos classificadores, em posição adnominal, são geralmente pospostos. Entretanto, existem expressões cristalizadas em que o adjetivo aparece em anteposição, como em pátrio poder.

É importante mencionar outros estudos que investigam a posição do adjetivo no sintagma nominal (SN). Silva e Dalla Pria (2001), a respeito de uma pesquisa

sobre o uso de adjetivos em anúncios jornalísticos do século XIX, dizem que a posição pós-nominal é mais produtiva e o número menor de adjetivos em posição pré-nominal é do tipo atitudinal, porque expressam uma opinião do falante. Entretanto, os pesquisadores fazem uma ressalva sobre a simplicidade de tal afirmação que, geralmente, leva em conta o uso estilístico do adjetivo para colocar em evidência o que eles chamam de contexto discursivo, já que as categorias sintática e semântica não dariam conta de explicarem sozinhas a variação dos adjetivos no SN. Logo, seria o contexto discursivo que prevaleceria na escolha da posição do adjetivo. Com base nessa visão, os pesquisadores propõem a seguinte categorização para os adjetivos: determinativos, avaliativos e classificadores.

Os adjetivos determinativos são antepostos ao nome e delimitam a sua extensão. São parte desse grupo os adjetivos que quantificam e determinam o nome.

Os adjetivos avaliativos são usados quando o falante faz um julgamento subjetivo, podendo ocorrer anteposto ou posposto ao nome. Os avaliativos antepostos tornam-se uma propriedade inerente ao nome, que é avaliado pela propriedade que lhe foi atribuída. Já os avaliativos pospostos expressam propriedade que, no contexto, têm função descritiva.

Os adjetivos classificadores não expressam propriedade, e sim relacionam entidades, classificando-as e dando-lhes um caráter definatório. Ocorrem sempre pospostos.

Em um estudo sobre a posição dos adjetivos no sintagma nominal nos séculos XIX e XX, Callou et al (2003) afirmam que intervêm vários fatores na posição dos adjetivos: morfossintáticos e sintáticos, semânticos e pragmáticos, estilísticos e rítmicos. O resultado dos estudos desenvolvidos pelas pesquisadoras mostra que há uma motivação muito mais semântico-discursiva que sintática para a posição que os adjetivos ocupam no SN, e que a posição do adjetivo à esquerda do núcleo do SN tem se tornado cada vez mais frequente no decorrer dos dois séculos.

Callou et al (2003) dizem, ainda, que a distribuição dos adjetivos avaliativos e dos adjetivos descritivos se relaciona com o tipo de texto em que ocorrem. Segundo elas, o fator mais significativo para determinar a anteposição/posposição do adjetivo

é a sua natureza. A posposição do adjetivo, por exemplo, está associada ao traço de objetividade, enquanto a anteposição do adjetivo está associada a uma atribuição de caráter subjetivo. Tais resultados indicam a interrelação entre a posição do adjetivo e a sua natureza semântica, pois seriam eles classificados como descritivos, quando caracterizam objetivamente o núcleo do SN, ou como avaliativos, quando apresentam uma característica do nome que pode ser contestada devido ao seu caráter subjetivo, ou seja, por revelar um juízo de valor.

A pesquisa de Callou et al (2003) é interessante para nós porque analisa o uso dos adjetivos em textos jornalísticos, mesmo que dos séculos XIX e XX. De acordo com as pesquisadoras, há incidências diferentes de posição do adjetivo conforme o gênero jornalístico. As notícias de jornal, por terem uma visada predominantemente informativa, primam pelo traço de objetividade, ocorrendo um uso maior de adjetivos em posposição, em função descritiva.

Serra (2005), em outro estudo sobre o percurso histórico dos adjetivos em português, diz que a escolha da ordem entre adjetivos e substantivos se dá, primeiramente, pelo caráter discursivo do adjetivo, seja ele descritivo, seja ele avaliativo. Em um texto mais opinativo, por exemplo, em que há muitos comentários do sujeito comunicante, constata-se uma maior ocorrência de adjetivos antepostos, uma vez que ele estaria mais envolvido com o texto, decorrente do seu posicionamento ideológico. Logo, as visadas de um texto determinam a escolha do adjetivo em posição pré ou pós-nuclear, embora haja uma tendência contemporânea de uso à posposição.

Um dos resultados apresentados por Serra (2005) em sua pesquisa é que, no decorrer dos séculos XVII e XX, a anteposição esteve sempre relacionada aos adjetivos avaliativos.

Silva (2006), ao estudar a ordem dos adjetivos no discurso midiático nos séculos XIX e XX, afirma que, neste século, a temática passou a ser mais coletiva, abrangendo questões políticas, sociais e econômicas. A mudança temática fez circular na imprensa

brasileira o gênero editorial, e nele mais abundância de adjetivos objetivos/descritivos e pospostos ao núcleo.

A pesquisa de Silva (2006) revela que o sujeito enunciador dos editoriais usa, como estratégia discursiva, adjetivos, em geral, com carga semântica subjetiva, ou seja, adjetivos avaliativos, que ocupam posição anteposta ao núcleo do SN. A investigadora ressalta que há uma preferência do enunciador pelo caráter abstrato dos substantivos, o que contribui para a anteposição do adjetivo. Tanto os substantivos com o traço [+abstrato] como os adjetivos avaliativos revelariam as marcas discursivas do sujeito no enunciado.

Em seu estudo sobre a subjetividade na linguagem, Kerbrat-Orecchioni (1986) analisa os lugares em que ela se inscreve, sendo um deles a classe dos adjetivos. É sabido que toda unidade léxica é, de certo modo, subjetiva pela natureza simbólica da língua. Numa perspectiva discursiva, interessa-nos o uso individual do código linguístico, isto é, como um sujeito de enunciação usa a língua em conformidade com o seu projeto de intenções, a partir do qual precisa fazer escolhas que verbalizem o referente que enuncia pela seleção de unidades que toma de seu repertório linguístico.

Kerbrat-Orecchioni propõe que na língua há *subjetivemas*, categorias carregadas de subjetividade. A saber, eles têm os traços [afetivo], [axiológico] e [modalizador]. Esses traços estão em um *continuum* de subjetividade, que a linguista representa assim:



Figura 6 – Subjetividade dos adjetivos

Kerbrat-Orecchione afirma que, para estudar a subjetividade inscrita nos adjetivos, convém distinguir as categorias dos adjetivos subjetivos. São elas:

a) objetivos: solteiro/casado, adjetivos de cor, macho/fêmea;

b) subjetivos:

b.1) afetivos: alegre, patético

b.2) avaliativos:

- não axiológicos: grande, longe, quente, abundante
- axiológicos: bom, lindo, correto

Para a nossa pesquisa, deter-nos-emos, apenas, no item “b” porque os adjetivos que fazem parte desse grupo estão no “marco de uma problemática da enunciação” (KREBRAT-ORECCHIONI, 1986, p. 111).

Os *adjetivos afetivos*, por definição, enunciam, ao mesmo tempo, uma propriedade do objeto que determinam e uma reação emocional do sujeito falante em relação a esse objeto. São eles enunciativos na medida em que o sujeito se implica no que fala, revelando seu compromisso afetivo e sua presença, pois, no enunciado. O valor afetivo pode ser intrínseco ao adjetivo ou derivar de um significante prosódico, tipográfico (os sinais de !, por exemplo) ou sintático.

Os *adjetivos avaliativos não axiológicos*, por definição, compreendem todos os adjetivos que, sem enunciar um juízo de valor nem um compromisso afetivo do falante, implicam uma avaliação qualitativa ou quantitativa do objeto referido pelo substantivo que determinam e cujo uso está baseado em duas regras:

(1) interna ao objeto a que se atribui a qualidade;

(2) específica do sujeito falante, razão pela qual se podem considerar “subjetivos”.

Na explicação de Kerbrat-Orecchioni:

o uso de um adjetivo avaliativo é relativo à ideia que o falante faz da norma de avaliação para uma categoria dada de objetos. Vale dizer que uma frase como “esta casa é grande” deve parafrasear-se como “esta casa é maior que a norma de tamanho para casa, segundo a ideia que tenho dela (fundada por sua vez em minha experiência pessoal de distintas casas)” (Kerbrat-Orecchioni, 1986, p. 113)¹⁶.

Esse trecho coloca em evidência a relatividade dos adjetivos, pois oposições como *pequeno x grande* dão a impressão errônea de que são valores absolutos, quando são apreciações subjetivas do sujeito falante ancoradas em sua experiência de vida.

Os adjetivos avaliativos axiológicos, por definição, assim como os não axiológicos, se fundam, também, em duas regras:

(1) referida a classe do objeto a que se atribui a propriedade;

(2) referida ao sujeito de enunciação e relativa a seus sistemas de avaliação.

Os avaliativos axiológicos aplicam ao objeto denotado pelo substantivo um juízo de valor, que pode ser positivo ou negativo, e, por isso mesmo, são duplamente subjetivos na medida em que seu uso varia de acordo com a natureza particular do sujeito da enunciação e na medida em que manifestam uma tomada de posição, por parte do sujeito, a favor ou contra o objeto referido.

Na esteira dos estudos enunciativos, Cabral (2011) mostra que os *modificadores*, palavra ou expressão que pode modificar o *tópos* de um predicado, reforçam ou atenuam a

16 Tradução minha do original: El uso de un adjetivo evaluativo es relativo a la idea que el hablante se hace de la norma de evaluación para una categoría dada de objetos. Vale decir que una frase como “esta casa es grande” debe parafrasearse como “esta casa es más grande que la norma de tamaño para una casa según la idea que tengo de ella (fundada a su vez sobre mi experiencia persona de distintas casas)”.

força argumentativa de um enunciado. Exemplos dessa atuação dos modificadores podem ser observados nos exemplos a seguir:

a) *terrível* crise de insônia

O adjetivo *terrível* é um modificador que intensifica *crise de insônia*, pois aumenta a força negativa já contida em *crise*. Tanto *terrível* quanto *crise* têm a mesma orientação argumentativa, mas aquela palavra tem uma força superior a esta sozinha.

b) *menor* produtividade

O adjetivo *menor* é um modificador que atenua a força argumentativa contida em *produtividade*, pois *menor produtividade* é argumentativamente inferior a *produtividade*.

Em uma aplicação mais didática sobre os adjetivos, Carneiro *et al* (1993) defendem que os adjetivos subjetivos tendem a ser explicativos, levando o texto a progredir, enquanto os adjetivos objetivos têm “autossuficiência” informativa, não gerando a necessidade da progressão textual. Os pesquisadores classificam os adjetivos em:

1. Subjetivos

a) Qualificações: decorrem da opinião do enunciador, como em *dia maravilhoso*.

2. Objetivos

a) Informações: resultam do conhecimento do enunciador, como em *relógio francês*.

b) Caracterizações: resultam também do conhecimento do enunciador, mas são relativos a dados intrínsecos ao objeto referido, como em *relógio azul*.

Para fins de esclarecimento, elaboramos os quadros seguintes nos quais podemos visualizar as características dos adjetivos de acordo com as teorias discursivas apresentadas:

CONTINUUM DE OBJETIVIDADE-SUBJETIVIDADE DOS ADJETIVOS

[+OBJETIVIDADE}	[+SUBJETIVIDADE]
adjetivos classificadores	adjetivos qualificadores
adjetivos objetivos	adjetivos enfatizadores, amplificadores, moderadores
adjetivos de informação	adjetivos eufóricos e disfóricos
adjetivos de caracterização	adjetivos afetivos
	adjetivos avaliativos axiológicos e não axiológicos
	adjetivos de qualificação

Tabela 4 – *Continuum* de objetividade-subjetividade dos adjetivos

ADJETIVOS SUBJETIVOS

opinião, conhecimento do sujeito
necessidade, obrigação apontada pelo sujeito
avaliação psicológica do sujeito sobre si e sobre o referido
afetivo: reação emocional do sujeito
avaliativo não axiológico: avaliação qualitativa e quantitativa do sujeito
avaliativo axiológico: juízo de valor (positivo/negativo) do sujeito

Tabela 5 – Valores expressos pelos adjetivos

POSIÇÃO DOS ADJETIVOS DO SN

	ANTEPOSIÇÃO	POSPOSIÇÃO	
Adjetivos avaliativos	traço [+abstrato] do substantivo	Adjetivos avaliativos	
	matriz sentimental	Adjetivos classificadores	função
Adjetivos subjetivos	envolvimento emocional, juízos de valor	Adjetivos objetivos	descritiva

Tabela 6 – Posição dos adjetivos

Mesmo as abordagens discursivas apresentam algumas nuances de divergência a respeito do *continuum* de objetividade e subjetividade dos adjetivos. Enquanto Carneiro *et al* (1993) consideram os adjetivos de informação e de caracterização como objetivos, Kerbrat-Orecchioni (1986) os considera como avaliativos de qualidade e quantidade, logo indicam algum envolvimento do sujeito falante com a enunciação.

Embora todos os estudos aqui mencionados contribuam para a compreensão da classe dos adjetivos, interessam-nos aquelas abordagens mais discursivas por colocarem em primeiro plano da descrição o uso da língua que os sujeitos fazem em situações reais de uso, ou seja, como o sujeito, ao desejar exercer influência sobre outro(s), toma um posicionamento em função das escolhas linguísticas que organizam seu enunciado. 🖱️

9. METODOLOGIA



A existência da imprensa ainda é uma garantia de democracia, de liberdade, porque especialmente a pluralidade dos jornais exerce uma função de controle.

Umberto Eco

9. Metodologia

A presente investigação é uma pesquisa exploratória de abordagem qualitativa que pretende investigar a imagem (ou imagens) construída(s) para a presidenta do Brasil, Dilma Rousseff, na revista *Veja* (versão *on line*) como estratégia de construção, também, de um ethos para a própria *Veja*. A escolha dessa revista deve-se ao fato de ser ela uma das vozes da opinião pública no Brasil que se contrapõe ao discurso oficial do governo de Dilma Rousseff (e dos demais governos do PT), levando em consideração o que diz Maffesoli (2014) sobre não haver mais uma opinião pública, mas um mosaico de opiniões públicas em função da internet. Entretanto, antes mesmo da internet, já se podia falar de opiniões (BOURDIEU, 1983), porque o que se convencionalizou chamar de opinião pública constitui-se de fragmentos muito diversos dos grupos sociais, embora as instâncias midiáticas e políticas tentem homogeneizá-los (CHARAUDEAU, 2016, p. 37).

Sobre o método de pesquisa qualitativo, Bryman (1996) trata as relações simbólicas como construções sociais porque a percepção da realidade, embora seja uma experiência subjetivamente significativa, está ancorada em trocas sociais simbólicas que levam o sujeito a um constante estado de revisão. Segundo o teórico, essa orientação tem resultado em um distinto agrupamento de características nas pesquisas que usam esse método: descrição detalhada dos cenários sociais, compreensão do contexto, visão processual da vida, flexibilidade nas abordagens de pesquisa e uma preferência por teorias e conceitos que emergem dos dados (no lugar de serem colocadas em precedência, como na pesquisa quantitativa).

A internet, nesta pesquisa, é tomada como ponto de sociabilidade da vida cotidiana e, portanto, de manifestações linguageiras dos sujeitos que atuam no ciberespaço. A rede é um elemento cultural, e não uma entidade que podemos ignorar apertando o botão *off-line* ou desligando o computador. Nós somos apenas um elo da rede, que continua experimentando várias formas de existência, mesmo quando nos delisgamos dela. Atualmente, já existem estudos de metodologia científica para a internet, com os

quais concordamos no tocante a

Estudos cujas abordagens enfatizam o aspecto de artefato cultural (...) e os processos de produção e consumo na construção do sentido dos seus usos sociais. A noção de internet como artefato cultural oportuniza o entendimento do objeto como um local intersticial em que as fronteiras entre on-line e off-line são fluidas e ambos interatuam (FRAGOSO et al, 2013, p. 42).

A escolha por um veículo de comunicação de tendência ideológica divergente à do governo do Partido dos Trabalhadores deve-se a nossa busca por compreender as estratégias discursivas de construção do ethos de *Veja*, a partir da imagem que projeta para Dilma Rousseff pelo uso de representações desse sujeito político terem como argumento o dever democrático de informar, cujo alicerce se baseia na convivência entre opiniões diferentes. As questões debatidas no mundo *on-line* interferem no modo de agir dos políticos e dos cidadãos no mundo *off-line*, o que demonstra a interatuação desses dois modos de existência.

Fragoso et al (2013) listam algumas categorias temáticas que estão relacionadas à pesquisa na internet, salientando que, em muitas delas, há um cruzamento de pelos menos duas destas categorias:

- **Linguagem:** estudos sobre arquitetura de informação, hipertexto, links, buscadores, hipermedia, narrativa de jogos digitais etc.
- **Apropriação Tecnológica:** estudos sobre a reconfiguração de práticas sociais/culturais e sociabilidade em função das TICs.
- **Economia Política da Comunicação Mediada por Computador:** investigações ligadas a novas conformações econômicas e políticas em função da internet.
- **Ciberativismo:** reflexões sobre a potencialização da ação do indivíduo/coletividade em termos de ação política via internet.
- **Inclusão Digital:** estudos sobre a potencialização da inclusão social via TICs.

- **Práticas de Consumo Mercadológico:** estudos das práticas de consumo em relação à internet e outras TICs.
- **Socialização On-line:** práticas de socialização on-line.

Esta pesquisa se encontra em um ponto de confluência entre as categorias “Linguagem” e “Economia Política da Comunicação Mediada por Computador”, pois interessa-nos investigar como a linguagem do meio digital – organizada pela hipermídia - interfere no processo de criação da imagem de Dilma Rousseff, o qual engloba diversos aspectos acerca do discurso jornalístico e político.

A questão da credibilidade da democracia no Brasil, por exemplo, é problemática, segundo Lima (2013, p. 90), porque “desde que a televisão se transformou em ‘mídia de massa’ hegemônica, a cultura política que vem sendo construída no Brasil tem sido a de permanentemente desqualificar não só a política em si como seus atores”. Se o *modus operandi* da mídia pós-ditadura de 1964-1985 é de deslegitimação das instituições políticas e dos políticos, acreditamos que analisar o ethos de um veículo de comunicação a partir da imagem de um sujeito político contribui para a própria construção de uma imagem do político pelo cidadão, que tem a seu dispor diversificadas formas de acesso à informação.

9.1 O contexto da pesquisa

O *corpus* desta pesquisa constitui-se de textos da esfera jornalística que circulam em ambiente digital. Sendo os temas do *corpus* de interesse social, consideramos importante fazer um breve percurso pela vida política do Brasil, dando enfoque ao período de governança do Partido dos Trabalhadores (PT), que se inicia em 2003, para que tenhamos um panorama que nos permita uma melhor análise discursiva da construção da imagem da presidenta Dilma Rousseff pelo veículo de comunicação que constitui a nossa investigação.

Não temos a pretensão de fazer uma análise da política brasileira – e já está claro que o nosso objetivo analítico é discursivo –, mas tão somente apresentar o cenário que Dilma encontrou para atuar e como ela (re)criou o seu papel no jogo político pós-Lula. Nesse trajeto, escolhemos como companhia Nogueira (2013) pela atualidade da sua análise da conjuntura política brasileira contemporânea, incluindo as manifestações de junho de 2013 e as suas consequências para a imagem de Dilma Rousseff.

O governo Dilma nasceu de um esforço de superar a figura articuladora (no nível da governabilidade) e carismática (no nível da popularidade) de seu antecessor, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Além desse fantasma, o governo de Rousseff teve que lidar com a crise financeira internacional e com a inoperância do sistema político-partidário brasileiro - ambos abalando a sua governabilidade.

Dilma assumiu um país com a moeda estabilizada, expandindo o mercado interno e uma sociedade se organizando. Entretanto, essa sociedade se organizava como consumidora, exigindo usufruir da promessa das *benesses* capitalistas. Somado a isso, o quadro ministerial da Presidência da República foi criticado pela saída de alguns ministros acusados de corrupção. Diante desse quadro, já nos primeiros meses de mandato, Dilma teve problemas para fincar uma imagem de confiabilidade ao seu governo.

Dilma herdou, também, de seu antecessor uma certa forma de governar cuja marca própria foi difícil extirpar – se é que podemos afirmar que de fato foi. O PT foi sugado pela máquina estatal na era Lula devido a uma estratégia de concentração da manutenção do poder e de distanciamento da sociedade civil, sobretudo, dos movimentos sociais. Como herança do período Lula, Nogueira (2013) destaca:

1. Política de alianças, conseguida pelo notável poder articulador de Lula;
2. Tendência a usar cargos públicos para aquisição de privilégios de partidos e conseguir, pois, uma base aliada, associando essa prática à privatização da vida pública e à corrupção;
3. “Institucionalização” dos movimentos sociais que participaram da redemocratização do país por meio de sua participação na esfera estatal e governamental.

O legado de Lula, ao mesmo tempo em que ajudou a eleger Dilma, atrapalhou-a a governar, sobretudo, porque ela ganhou “de brinde” o protagonismo do ex-presidente na atividade política com a ameaça do mito do eterno retorno.

A oposição tampouco soube aproveitar-se dessa instabilidade, devido a sua fraca atuação no cenário político como alternativa de contraposição ideológica e ativista. Logo, o governo Dilma teve mais trabalho para “arrumar a casa” do que reagir à oposição. Esta, encabeçada pelo PSDB, nos doze anos de liderança do PT, não tratou de propor um programa de governo melhor para o Brasil ou outro modo de governança. As manifestações de junho de 2013, a propósito, mostraram que a polarização PT *versus* PSDB não seduz alguns clamores populares, porque ambos os partidos consolidaram (à sua maneira) práticas velhas de governabilidade que não se alinham às vidas hipermodernas dos cidadãos que foram às ruas naquele momento.

Mesmo com problemas, Dilma, em 2011, obteve índices impressionantes de aprovação popular¹⁷: 71% contra 69% de Lula no mesmo período de seu primeiro mandato e 57% de FHC em setembro de 1995. Em março de 2013, embora tenha havido uma queda em sua popularidade como governante, ainda manteve 65% de aprovação. Em março de 2014, entretanto, pesquisas apontaram uma queda mais significativa da popularidade de Dilma, com 36% de aprovação popular¹⁸. Entretanto, as eleições municipais de 2012 indicaram um possível problema para outubro de 2014. Segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), um número relevante de

17 Segundo pesquisa realizada pelo Ibope para a Confederação Nacional da Indústria (NOGUEIRA, 2013, p. 114).

18 Pesquisa CNI-Ibope, acessível em <http://oglobo.globo.com/pais/popularidade-do-governo-dilma-cai-para-36-revela-cni-ibope-12002059>.

eleitores não compareceu às urnas. Na cidade de São Paulo, por exemplo, 3 em cada 10 eleitores não votaram em nem um candidato a prefeito. Esse dado pode ser interpretado como uma forma de protesto à práxis política, que se repetiu na eleição de 2014.

Os protestos de junho de 2013 e a ameaça de novas manifestações durante a Copa do Mundo de 2014 exigiram a reconstrução da imagem de Dilma e, por outro lado, parte da opinião pública contrária a ela tratou de construir uma imagem aos oponentes Marina Silva e Aécio Neves, que apareceram como trunfos para a oposição.

9.2 A constituição do *corpus*

A revista *Veja* é notoriamente conhecida como um veículo orientado ideologicamente à direita no jogo político. É, aliás, declaradamente contrária ao governo do PT, desde a gestão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, e alinhada ao partido oposicionista PSDB. O nosso interesse em integrá-la ao nosso *corpus* deve-se, portanto, ao ponto extremo que ocupa, em um *continuum* ideológico, em relação ao discurso do governo. O gênero textual selecionado de *Veja* para ser analisado é o *artigo de opinião*, uma vez que, em sua versão *online*, tal gênero tem atualização diária (diferentemente da versão impressa da revista, que é semanal).

Partimos, em nossa análise, do conceito de contrato de comunicação proposto por Charaudeau (2012a), cuja noção abarca que os sujeitos envolvidos no ato de linguagem devem pertencer à mesma comunidade de práticas sociais para terem representações languageiras análogas. A revista, embora muito criticada, tem uma comunidade de leitores grande, conforme levantamento de tiragem feito pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC):

REVISTAS	Out/13	Nov/13	Dez/13	Jan/13	Fev/13	Mar/13
Veja	1.118.409	1.140.742	1.143.816	1.142.431	1.157.055	1.162.970
Época	405.007	412.269	402.028	399.754	398.462	393.056
Istoé	326.323	327.132	323.063	329.879	328.235	323.859

Tabela 7 – Tiragem de revistas (Fonte: <http://jornalggn.com.br>)

Através de um monitoramento *online*, *Veja* digital recebeu 18.047.000 acessos em trinta dias¹⁹. Esse dado revela que a revista é um meio de comunicação de massa, pois tem um número expressivo de leitores, tanto na versão impressa quanto na digital. Segundo um levantamento de Valente (2015, p. 28), *Veja* é a revista mais lida no Brasil e a quarta mais lida no mundo.

Até certo momento da pesquisa, tínhamos a intenção de fazer uma análise de discurso comparada entre *Veja* e o *Site da Dilma*, o que se mostrou improdutivo. Feita uma revisão metodológica, motivada pela heterogeneidade do *corpus* constituído para a pesquisa, consideramos importante centralizar nossa análise somente nos dados da revista *Veja online*. Tal decisão foi tomada ciente de que perderíamos, por um lado, a rica comparação entre o discurso da opinião pública e do discurso do governo e ganharíamos, por outro, em critério de cientificidade. Em primeiro lugar, porque quantitativamente tínhamos reunido um material de análise muito extenso para o tempo da investigação; em segundo lugar, porque havíamos selecionado dados integrantes de gêneros do discurso distintos, o que levaria a critérios de análises também diferentes e, até mesmo, conflitantes.

¹⁹ A medição foi feita no dia 09/09/2015 com o uso da ferramenta Traffic Estimate.

Embora tenhamos realizado essa mudança, os objetivos da pesquisa mantiveram-se, assim como as categorias de análise. Nossa investigação está centrada, pois, em um veículo comunicativo de opinião pública, a revista *Veja* em versão digital, para identificar e analisar as estratégias discursivas de criação de uma imagem para Dilma Rousseff a partir de seu posicionamento ideológico, que também interfere na imagem que a revista cria de si (ethos). Interessa-nos averiguar quais estratégias discursivas são usadas com esse intento de criação de imagens dos sujeitos envolvidos nas “circunstâncias de discurso” em que os textos se constituem.

Ainda antes disso, no início da pesquisa, a fim de compor um *corpus* que fosse um mosaico da imagem de Dilma Rousseff, havíamos selecionado quatro meios de comunicação veiculadores de quatro gêneros diferentes (ver Tabela 1): o *site* Dilma.com (notícia) e o *site* Café com a Presidenta (entrevista), geridos pelo Partido dos Trabalhadores, e as revistas *online* *Veja* (artigo de opinião) e *Retrato do Brasil* (reportagem).

VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	PERIODICIDADE DE PUBLICAÇÃO
Retrato do Brasil (<i>online</i>)	Mensal
<i>Veja</i> (<i>online</i>)	Diária
Site da Dilma	Diária
Café com a Presidenta (<i>online</i>)	Semanal

Tabela 8 – Composição prévia do *corpus*

A constituição de *corpus* recortado da internet apresenta algumas dificuldades, como a sua escala (número elevado de *big data*), heterogeneidade (grande variação entre as unidades e entre os contextos) e dinamismo (todos os elementos são passíveis de alteração e a configuração do conjunto se altera facilmente) (FRAGOSO et al, 2013, p. 55).

Considerando que o tempo de publicação de tais veículos é variado e que os gêneros do discurso veiculados por eles são distintos, o que implicaria um problema de composição e de análise, adotamos para esta investigação o seguinte *corpus*:

VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	PERIODICIDADE DE PUBLICAÇÃO	GÊNERO TEXTUAL
Veja (<i>online</i>)	Diária	Artigo de opinião

Tabela 9 – Composição do *corpus* da pesquisa

O discurso midiático não está em posição hierárquica de autoridade, logo a estratégia discursiva de que se utiliza é *fazer crer* o TU, colocando, portanto, o leitor cidadão na posição de *dever crer*. No caso do artigo de opinião, a estratégia utilizada ainda tem uma finalidade de incitação (*mandar pensar/fazer pensar*); destina-se a uma instância coletiva; circula em um espaço público e usa um dispositivo de difusão do discurso, ou seja, de propagação. Esses aspectos figuram o que Charaudeau (2013b) representa, na Figura 7, como dispositivo da cena pública.

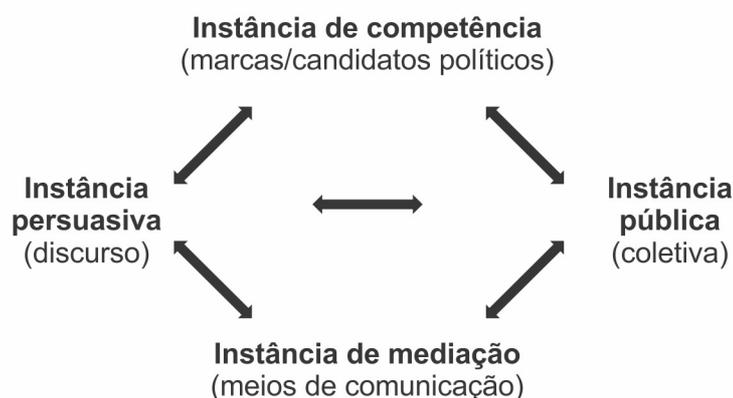


Figura 7 – Dispositivo da cena pública (adaptado de Charaudeau, 2013b)

A produção de novas possibilidades de significação no discurso jornalístico *online*, provocada pela combinação das linguagens verbal, visual, sonora e mediadas por tecnologias de informação e comunicação digitais, interessa a esta pesquisa porque *Veja* tem à disposição várias formas de representar e (re)apresentar a imagem de Dilma Rousseff e (re)construir a imagem dela com *hiperlinks* escolhidos na composição dos textos. Em vista disso, interessam-nos os sistemas semióticos usados no gênero

artigo de opinião e a coesão promovida pelos *hiperlinks* como estratégias do modo de enunciação digital (XAVIER, 2002) na construção de uma imagem para Dilma.

Para atingirmos esse fim, esta investigação é norteada pelas seguintes questões de pesquisa:

1. Quais linguagens são identificadas no gênero do discurso artigo de opinião e como elas se articulam na construção significativa de uma imagem para Dilma Rousseff?
2. Havendo, apenas, o uso da linguagem verbal, quais são as estratégias discursivas usadas pelo sujeito enunciador para construir a imagem de Dilma Rousseff?
3. Qual a função dos *hiperlinks* nos gêneros textuais investigados? Eles reforçam a imagem de Dilma ou ampliam as possibilidades enunciativas de criação dessa imagem?
4. A partir da imagem construída para Dilma Rousseff, que ethos *Veja* constrói para si?

O *corpus* desta pesquisa constitui-se de 28 artigos de opinião publicados na revista *Veja online*, na seção “Colunistas”, entre o ano de 2014 e 2015, isto é, períodos antecedente e subsequente à eleição de 2014. Com Charaudeau, averiguamos as estratégias discursivas usadas por *Veja* na construção de seu ethos a partir das estratégias discursivas usadas para construir uma imagem de Dilma Rousseff com o intuito de abalar a sua legitimidade no cargo de Presidente da República.

Para analisar e explicar a construção de uma imagem para Dilma Rousseff, recorreremos à teoria das representações sociais e do imaginário sociodiscursivo, na perspectiva da teoria semiolinguística, para a construção de uma identidade para a presidenta e para os leitores de *Veja*. A teoria da hipermodalidade nos permite

compreender como tais conceitos são postos em funcionamento nos ambientes digitais estudados, ao demonstrar a relação dos signos linguísticos com os signos visuais na construção de sentidos.

Os artigos de *Veja* aqui analisados foram divididos em duas direções: uma é a direção que o discurso persegue ao se referir mormente a Dilma Rousseff e a construir a imagem que é, portanto, feita dela; a outra é a direção que o discurso toma ao se referir ao governo do PT e, naturalmente, também a Dilma. Em ambos os casos, o nosso intento é, ao analisar os sintagmas adjetivais, desvelar na atividade comunicativa jornalística de *Veja* os modos de formulação dos enunciados e dos conteúdos dos artigos de opinião publicados pela revista. Para isso, a frequência do *corpus*, como sugere Krieg-Planque (2011), para (re)lê-lo, ruminá-lo, revisitá-lo, revelou o quão produtiva é a categoria dos adjetivos nos textos de *Veja*, sinalizando, pois, para a alta carga de subjetividade na demonstração de opinião sobre a presidenta e o governo petista.

Somos cientes de que a reprodução da publicação digital para o papel (como demonstramos aqui) provoca uma grande perda da configuração original dos artigos na escritura e na diagramação elaboradas para serem publicadas em meio digital.

Por nosso *corpus* ser constituído de textos digitais, pesquisadores como Kress (1998) e Lemke (2002) contribuem para esta pesquisa por nos ajudarem a investigar o uso de semioses em textos hipermodais e multimodais, visto que a nossa experiência como leitores acompanha o fluxo (hiper)semiótico dos textos com os quais estamos em contato cotidianamente na internet e que moldam o nosso olhar sobre os fatos mediados por esse espaço.

Se, por um lado, precisamos navegar pela paisagem comunicacional da internet, de outro, temos que operar as estratégias discursivas disponíveis em dispositivo digital e a orquestração desenhada por autores, editores e designers para nos fazer crer nas representações criadas nos diferentes ambientes digitais existentes na rede virtual. No nosso caso, o nosso olhar é lançado para o ambiente revista digital.

Passemos à próxima seção, na qual os dados serão analisados para respondermos as questões de pesquisa propostas neste trabalho. 

10. OLHE E VEJA: ANÁLISE DOS DADOS



Alguém disse que, no nosso país, toda polêmica termina na gramática. Isso quer dizer que, à falta de argumentos para sustentar o debate, nosso costume é apelar para o trambique retórico, ou seja, tentar desqualificar o oponente apontando-lhe “erros” de português.

Carlos Alberto Faraco

10. Olhe e veja: análise dos dados

Conforme mencionado no capítulo anterior, os artigos de *Veja* aqui analisados foram divididos em duas direções: uma é a direção que o discurso persegue ao se referir mormente a Dilma Rousseff e a construir a imagem que é, portanto, feita dela; a outra é a direção que o discurso toma ao se referir ao governo do PT e, naturalmente, também a Dilma. Em ambos os casos, o nosso intento é, ao analisar os sintagmas adjetivais, revelar, na atividade comunicativa jornalística de *Veja*, os modos de formulação dos enunciados e dos conteúdos dos artigos de opinião publicados pela revista. Para isso, a frequência do *corpus*, como sugere Krieg-Planque (2011), para (re)lê-lo e revisitá-lo, revelou o quão produtiva é a categoria dos adjetivos nos textos de *Veja*, sinalizando, pois, para a alta carga de subjetividade na demonstração de opinião sobre a presidenta Dilma Rousseff e o governo petista.

A opinião sobre Dilma e o PT, marcada pela adjetivação usada por *Veja*, será analisada aqui considerando o critério de gradação de subjetividade, isto é, em que medida os adjetivos selecionados para caracterizar certos nomes no espaço enunciativo manifestam a presença do sujeito enunciador neles. Dito isso, deter-nos-emos à análise dos adjetivos subjetivos afetivos e avaliativos, de acordo com a proposta de Kerbrat-Orecchioni (1986).

Partimos, em nossa análise, do conceito de contrato de comunicação proposto por Charaudeau (2004, 2012a), cuja noção compreende que os sujeitos envolvidos no ato de linguagem devem pertencer à mesma comunidade de práticas sociais para terem representações languageiras análogas. Ademais, é o contrato de comunicação que determina a identidade dos sujeitos de linguagem, seja ela psicossocial, seja ela discursiva, revelando seus estatutos sociais, seus papéis discursivos e as relações estabelecidas em função da finalidade do ato pelas circunstâncias materiais em que o discurso se envolve. São essas características inerentes ao contrato comunicativo que permitem distinguir entre o sentido de língua e o sentido de discurso o grau de subjetividade dos adjetivos e o comprometimento axiológico dos sujeitos enunciadoreis.

Nesse sentido, os EUC (os colunistas que escrevem os artigos de opinião) da revista *Veja* (EUE) consideram que seus leitores (TUD) partilham com eles saberes mínimos, quer dizer, que TUD tem condições de reconhecer o seu ato de linguagem e a intencionalidade que dele emana para poder corresponder ao projeto de influência de *Veja*.

Temos em mente que os EUC assumem vários papéis (EUE) em nome dos interesses variados da organização *Veja* e, como instância midiática, ao exercer seu direito de fala, busca atender. EUE se mescla como um sábio, testemunha, adversário, ser superior (CHARAUDEAU, 2004) em um jogo interdiscursivo que trata de excluir a presidenta Dilma Rousseff (e o seu governo) da arena política, ao desqualificá-la pela constatação da sua incompetência, em um primeiro momento, e ao vinculá-la à prática de ilícito administrativo, *a posteriori*.

Como já vimos, a ideia de contrato indica um acordo entre sujeitos que partilham das mesmas práticas sociais realizadas em trocas linguageiras próprias desse conjunto de representações sociais.

Somos cientes de que a reprodução da publicação digital para o papel (como demonstramos aqui) provoca uma grande perda da configuração original dos artigos na escritura e na diagramação elaboradas para serem publicadas em meio digital.

Os nossos dados apresentam certas recorrências que nos permitem classificá-los em duas categorias. Em relação à DIREÇÃO 1 (pré-eleição 2014), *Veja* constrói as seguintes imagens para Dilma Rousseff: a) não democrática/ não confiável; b) Dilma é incapaz de se expressar linguisticamente porque não consegue pensar. Em relação à DIREÇÃO 2 (pós-eleição 2014), a revista caracteriza o governo de Dilma Rousseff/ PT (governo) como: a) não confiável; b) incompetente para governar.

Primeiramente, são apresentadas as análises de seis artigos pertencentes à primeira direção: o discurso de caracterização de uma imagem para Dilma Rousseff. Ao final de cada análise, apresentamos um quadro de adjetivos, seguindo a orientação teórica de Kerbrat-Orecchioni (1986).

10.1 Quem é Dilma Rousseff?

Antes de iniciarmos propriamente a análise dos artigos, apresentamos a biografia da presidenta Dilma Rousseff publicada no *site* do Palácio do Planalto e na sua página na rede social Facebook, ou seja, o seu ethos prévio.

Ir para o conteúdo 1 Ir para o menu 2 Ir para a busca 3 Ir para o rodapé 4

ACESSIBILIDADE ALTO CONTRASTE MAPA DO SITE

Palácio do
Planalto
PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

Buscar no portal

Contato Fale com a Presidenta Área de imprensa

VOCÊ ESTÁ AQUI: PÁGINA INICIAL > PRESIDÊNCIA > PRESIDENTA > BIOGRAFIA

Filtros de Pesquisa
Blog do Planalto
Portal Brasil
Credenciamento

acompanhe o PLANALTO

Agenda
Discursos
Entrevistas
Notas Oficiais
Artigos
Café com a Presidenta

Biografia

por Portal do Planalto — publicado 04/07/2011 16h36, última modificação 03/02/2014 12h32

Tweetar 1 +1 2 Curtir 842

Biografia da presidenta Dilma Rousseff

 Primeira mulher a se tornar Presidente da República do Brasil, Dilma Vana Rousseff nasceu em 14 de dezembro de 1947, na cidade de Belo Horizonte (MG). É filha do imigrante búlgaro Pedro Rousseff e da professora Dilma Jane da Silva, nascida em Resende (RJ). O casal teve três filhos: Igor, Dilma e Zana.

Clique aqui para baixar a foto da presidenta Dilma Rousseff (crédito: Roberto Stuckert Filho/PR)

A filha do meio iniciou os estudos no tradicional Colégio Nossa Senhora de Sion, e cursou o ensino médio no Colégio Estadual Central, então centro da efervescência estudantil da capital mineira. Aos 16 anos, Dilma dá início à vida política, integrando organizações de combate ao regime militar.

Figura 8 – Biografia de Dilma Rousseff no *site* do Planalto em 03/02/2014

PRESIDENTA

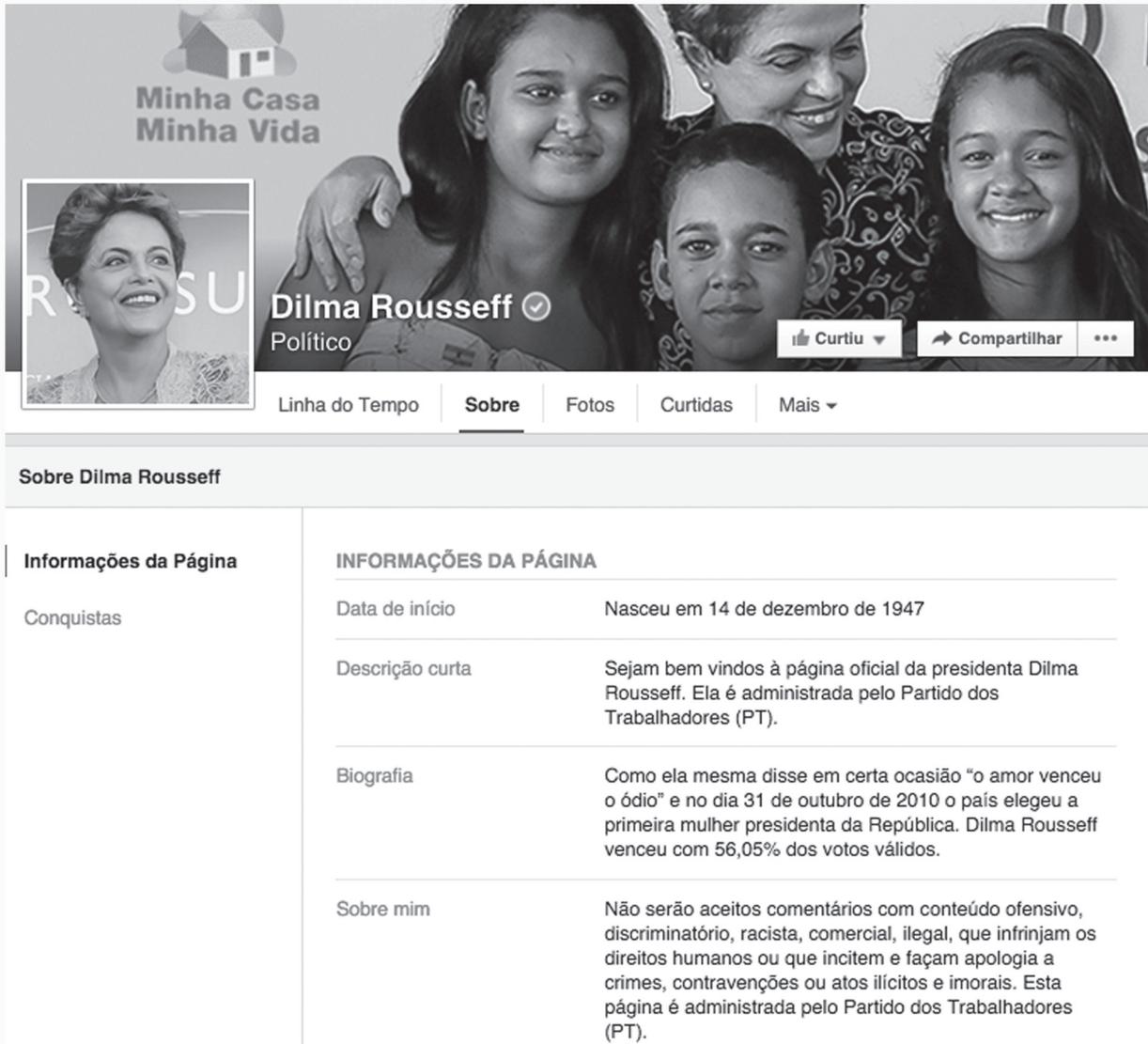


Biografia da Presidenta Dilma Rousseff

Primeira mulher a se tornar Presidente da República do Brasil, Dilma Vana Rousseff nasceu em 14 de dezembro de 1947, na cidade de Belo Horizonte (MG). Iniciou militância política aos 16 anos até chegar aos cargos de secretária e ministra. Em 2010, aos 63 anos de idade, Dilma Rousseff é eleita a primeira mulher Presidenta da República Federativa do Brasil, com quase 56 milhões de votos

Baixe a foto oficial da Presidenta

Figura 9 – Biografia de Dilma Rousseff no *site* do Planalto em 12/01/2016



Minha Casa
Minha Vida

R
SU

Dilma Rousseff ✓
Político

👍 Curtiu ▼ ➔ Compartilhar ...

Linha do Tempo **Sobre** Fotos Curtidas Mais ▼

Sobre Dilma Rousseff

Informações da Página	INFORMAÇÕES DA PÁGINA
Conquistas	<p>Data de início Nasceu em 14 de dezembro de 1947</p> <hr/> <p>Descrição curta Sejam bem vindos à página oficial da presidenta Dilma Rousseff. Ela é administrada pelo Partido dos Trabalhadores (PT).</p> <hr/> <p>Biografia Como ela mesma disse em certa ocasião "o amor venceu o ódio" e no dia 31 de outubro de 2010 o país elegeu a primeira mulher presidenta da República. Dilma Rousseff venceu com 56,05% dos votos válidos.</p> <hr/> <p>Sobre mim Não serão aceitos comentários com conteúdo ofensivo, discriminatório, racista, comercial, ilegal, que infrinjam os direitos humanos ou que incitem e façam apologia a crimes, contravenções ou atos ilícitos e imorais. Esta página é administrada pelo Partido dos Trabalhadores (PT).</p>

Figura 10 – Biografia de Dilma Rousseff no Facebook em 12/01/2016

As biografias publicadas no *site* do Planalto em momentos distintos não são *exatamente* as mesmas. Na Figura 17, cuja postagem inicial é do ano de 2011 e com última modificação em 2014, é mencionado, na biografia da presidenta, que seu início na vida política ocorreu na época do regime militar, quando Dilma integrou organizações de combate à ditadura. É de se notar que na publicação de 2016 essa informação foi omitida, o que nos leva a perguntar a sua razão.

Sabemos que todo ato de linguagem é ideologicamente marcado por um contexto sócio-histórico no qual o sujeito é sobredeterminado pelas circunstâncias discursivas, reveladoras de seu posicionamento social. Além disso, o sujeito comunicante é

definido por suas intenções com o outro participante da interação, em uma relação de intersubjetividade, e por restrições que o contrato de comunicação lhe impõe.

Durante a campanha eleitoral de 2010, o passado de combatente de Dilma foi evitado, buscando-se enfatizar uma imagem realizadora da candidata como ministra da Casa Civil do presidente Lula ao mesmo tempo em que lhe era exaltado um traço cuidador como mãe do PAC. A construção de tal imagem é uma tentativa de desvincular Dilma como candidata de uma esquerda radical, crítica pela qual já passara o partido. Em 2014, com o acirramento da campanha eleitoral com o candidato da oposição Aécio Neves, renova-se a imagem de Dilma como uma mulher guerreira, invocando-se, então, o passado de guerrilheira da candidata a um segundo mandato. A campanha de *marketing* do PT investiu pesado nessa imagem para mostrar a força de vontade de Dilma para continuar mudando o Brasil. Dilma Guerreira e Dilma Coração Valente foram denominações criadas para a campanha, bem como o resgate de uma imagem (Figura 11) da jovem militante Dilma fichada no Departamento de Ordem Política e Social (DOPS), a qual recebeu um tratamento de edição para ficar com ares mais contemporâneos, a fim de atingir o imaginário social da juventude empática aos valores de esquerda e reforçar o distanciamento entre os valores ideológicos de Dilma e do candidato do PSDB.



Figura 11 – Dilma Coração Valente
Fonte: <http://www.papillon.blog.br/>

Dissemos aqui que o sujeito pós-moderno nasce de uma dúvida desconfortante em relação à sua posição no mundo. Parece que o passado de militância de Dilma é uma “pedra no sapato” na construção de sua imagem, entrando e saindo de cena de acordo com as circunstâncias do discurso que o (des)favorecem. Tal movimento, como vimos com Hall (2012), evidencia a fragmentariedade do sujeito Dilma Rousseff em uma identidade por ora contraditória, em estado de revisão.

Já a página do Facebook é atrelada ao sujeito social Dilma Rousseff, presidenta do Brasil, e ao sujeito enunciador Partido dos Trabalhadores. Nela as minorias são reconhecidas e os direitos humanos são evocados como estratégia de captação de um maior público possível. É preciso levar em conta a identidade do enunciador PT e suas intenções, as qualificações dos elementos presentes na situação de comunicação e os valores sociais da época, fortemente relacionados a uma polarização ideológica violenta no país que não impediu “o amor de vencer o ódio”.

10.2 Quem é a Dilma de *Veja*?

Partindo para os artigos de *Veja*, neste primeiro momento, analisamos aqueles pertencentes à primeira direção mencionada na metodologia: o discurso de representação de Dilma Rousseff.

- Período pré-eleição 2014

a) Dilma é uma figura não democrática e pouco confiável.

Artigo 1 – Discurso de Dilma sobre o 31 de março de 1964

31/03/2014 às 18:28

O discurso de Dilma sobre o 31 de Março tem de tudo: até coisas certas! Ou: Erros, omissões, mistificações. Ou ainda: A etimologia atrapalhada da companheira

Dilma, como não poderia deixar de ser, discursou sobre o 31 de Março de 1964. O filme segue abaixo. Transcrevo, em vermelho, trechos de sua fala e os comento em azul. Há um pouco de tudo em sua fala, ATÉ COISAS CERTAS. Mas a regra é a mistificação.



Nós aprendemos o valor da liberdade, o valor de um Legislativo e de um Judiciário independentes e ativos. Aprendemos o valor da liberdade de imprensa, o valor de eleger pelo voto direto e secreto de todos os brasileiros governadores, prefeitos, de eleger, por exemplo, um ex-exilado, um líder sindical, que teria sido preso, que foi preso várias vezes, e uma mulher também que foi prisioneira. Aprendemos o valor de ir às ruas e nós mostramos um diferencial quando as pessoas foram às ruas demandar mais democracia. Aqui no Brasil, não houve um processo de abafamento desse fato. O valor, portanto, de ir às ruas, o valor de ter direitos e de exigir mais direitos.

É claro que eu poderia deixar passar o que vai acima sem fazer alguns senões, mas aí eu não seria eu, né? Como sou quem sou e como se trata de um discurso sobre a verdade, então vamos lá.

“Nós” quem, cara-pálida? O PT e o governo Dilma não aprenderam ainda o valor da liberdade de imprensa. O partido tentou e tenta cerceá-la de múltiplas formas. O Planalto sustenta — e Lula fez o mesmo — a rede suja na Internet, por meio de anúncios da administração direta e das estatais, para difamar as oposições, o jornalismo independente e todos aqueles que o governo considera inimigos.

Quanto às ruas, cumpre notar que o Brasil é hoje o principal fiador do regime venezuelano — e de outros governos autoritários da América Latina. Há quase 200 pessoas presas na Venezuela. Trinta e sete já foram assassinadas desde 12 de fevereiro. A oposição não tem acesso aos meios de comunicação de massa — monopólio do governo —, e milícias armadas caçam opositores a tiros nas ruas. Dilma trouxe esse governo para o Mercosul.

“O que isso tem a ver com a gente?”, indagará alguém. Tudo! Se o PT apoia de forma tão determinada esse governo, não faz isso aqui porque não dá, não porque não queira. E não dá porque seus adversários não permitem. Conclusão: o PT se mantém no campo democrático (quase sempre) porque seus adversários o forçam a tanto; não por convicção.

Figura 12 – Discurso de Dilma

A ideia de *estratégia* está relacionada à organização das intenções do colunista de *Veja* (EUC) no espaço de exigência do contrato jornalístico em estratégias discursivas para conseguir que seu projeto de influência seja satisfeito. Uma delas é fabricar para si mesmo (ethos) uma imagem de enunciador (EUE) que seja digna de confiança para TUD (os leitores de *Veja*), a fim de garantir a sua *legitimação* no espaço público.

EUE inicia sua estratégia de colocar-se como o revelador de verdades ao dar provas, com a disponibilização de um vídeo, de que Dilma Rousseff é uma inábil oradora porque faz péssimo uso da língua (SAdj “etimologia *atrapalhada*”), agregando ao texto uma visada de demonstração. Para manter a sua credibilidade, EUE apresenta dados comprobatórios do que diz construindo um ethos credível de informador configurado à demanda do contrato de comunicação jornalístico.

Recordemos com Charaudeau (2008b) que a prova é a atividade discursiva que serve para justificar a escolha de um posicionamento. É por meio da prova que o EUC

assegura a validade de sua posição e, ao mesmo tempo, dá a TUd os meios para julgá-lo. Em vistas disso, EUE usa como estratégia um vídeo no qual Dilma Rousseff discursa, prova irrefutável da realidade tal como é. Com a visada de demonstração, EUE estabelece uma verdade e mostra provas para que TUd tenha condições de avaliar a verdade que lhe é apresentada.

Nesse sentido, Charaudeau (2008b) diz que a prova é mais da ordem do irrefutável enquanto o argumento é mais da ordem do discutível, de um saber relativo. Entretanto, certos argumentos se apresentam como irrefutáveis. São esses sobre os quais EUE trabalha para construir a imagem de Dilma como incapacitada intelectualmente e não digna de confiança, ao mesmo tempo em que ele encarna o ethos de um baluarte da verdade, um revelador de quem é Dilma Rousseff.

EUC constrói seu ethos afirmando uma identidade de sujeito crítico e comprometido com a verdade: “mas aí eu não seria eu, né?”, “Como sou quem sou e como se trata de um discurso sobre a verdade, então vamos lá.” (Figura 21).

Outra estratégia é comentar cada fala de Dilma, selecionada por EUE na construção de um mosaico citacional constituído de destacamentos, chamados por Maingueneau (2014) de *aforização*, isto é, um enunciado destacado que deixa de ser um fragmento de um texto para integrar um regime de enunciação específico. EUC, sob a máscara de EUE, atua como aforizador, constrói o ethos de “um homem autorizado, afirma valores para a coletividade. Ele não apenas *diz*, mas também *mostra que diz*” (MAINGUENEAU, 2014, p. 28).

É, então, que, em contraposição a essa sua imagem de “sujeito da verdade”, são relacionados, por contiguidade, SAdj com valores negativos a Dilma Rousseff.

- (1) rede *suja*
- (2) regime *venezuelano*
- (3) governos *autoritários*
- (4) grupos *terroristas*
- (5) ataques *terroristas*

Em (1), EUC denuncia o PT de ir contra a liberdade de imprensa; em (2), o Brasil é associado negativamente aos governos da Venezuela, iniciado com o presidente Hugo Chávez e seguido por Nicolás Maduro, qualificados como autoritários; em (3), Dilma é associada a ações terroristas pela evocação de seu passado. Estrategicamente, são selecionados itens lexicais que moldam uma imagem para Dilma de uma representante não comprometida com a verdade e com a democracia e, portanto, sem credibilidade para falar sobre tais temas em um discurso sobre o dia 31 de março de 1964.

A ordenação dos adjetivos de (1) a (5) é N+Adj e revela uma atitude classificativa e avaliativa de EUC na função de descrever N negativamente.

Temos que considerar também que o texto “fala” visualmente, tanto pelas cores utilizadas em seus trechos, quanto pela disposição do vídeo no início do artigo, intencionalmente aí colocado para chamar a atenção de TUD e direcionar a sua leitura para os comentários que o seguem.

A autoria das falas é marcada por duas cores: vermelha e azul. No imaginário social político, o vermelho é associado à esquerda, ao socialismo, ao comunismo, e, no Brasil, ao Partido dos Trabalhadores, enquanto o azul é associado à direita. EUC se coloca alinhado à direita, marcando a sua fala com uma cisão ideológica representada, visualmente, pela cor azul – que simboliza, também, a liberdade – e que se opõe a de Dilma Rousseff, cuja fala está destacada em vermelho. Existe uma tradição do uso da cor vermelho por Veja (desde a sua versão impressa), segundo Guimarães (2000), cujo estudo mostra que, quando usada predominantemente, vincula-se à ruptura da ordem social.

Remontando à Figura 5 (p. 144), pela disposição visual do texto, EUC se compromete a *fazer-ver* a TUD que existe um elemento de distinção no texto (as cores azul e vermelha), que funciona, em seu projeto de intenção, como um *fazer-dever-ver* que suas opiniões não se alinham com as de Dilma Rousseff. Para tal, ele vai provar e comentar o porquê, a fim de que TUD acredite na veracidade de suas análises.

Vimos, portanto, que o ethos construído de EUC (*Veja*) é de um sujeito revelador da verdade - fiel ao “título imperativo de *Veja*, que põe em destaque sua vocação

reveladora e fiscalizadora” (BENITES, 2011, P. 123) – que tem o olho vivo no discurso de Dilma, cuja imagem é construída como um sujeito não digno de confiança, devido à sua associação com governos não democráticos e ao seu passado de guerrilheira, e, também, incompetente para governar – associando essa inabilidade a uma linguagem atrapalhada que “indica” que a presidenta não pensa direito.

Vejamos o seguinte quadro:

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS		
AFETIVOS	AVALIATIVOS	
	NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
		regime venezuelano governos autoritários grupos terroristas ataques terroristas

Tabela 10 – Característica dos SAdjs

O caso (2) - em que o adjetivo *venezuelano* do SAdj *regime venezuelano*, numa leitura encapsulada no sentido de língua, seria objetivo, já que se refere a um país – EUE associa um valor negativo ao SAdj, que ativa um sentido outro, o de discurso, no qual se revelam as identidades dos sujeitos de linguagem. Como bem explica Kerbrat-Orecchioni (1986, p. 119), os adjetivos subjetivos avaliativos axiológicos aplicam ao objeto denotado pelo substantivo que determinam um juízo de valor, que pode ser positivo ou negativo, evidenciando uma tomada de posição, por parte de EUE, a favor ou contra o objeto referenciado, a qual só pode ser compreendida por TUi se entrar no jogo interdiscursivo proposto por EUE e recuperar a situação em que a enunciação é produzida (TUd, então, seria atingido pelo projeto de intenções de EUE).

No caso de (2) especificamente – e dos demais SAdjs de (1) a (5) – EUE atribui um valor negativo ao objeto denotado pelo substantivo *regime*, mostrando-se contrário ao que ele representa na situação comunicativa, a saber, o governo venezuelano e, por associação, Dilma Rousseff. Essa leitura e interpretação só podem ser feitas se for entrelaçado o sentido de língua ao sentido de discurso, renovando o sentido do texto.

Artigo 2 – O circo de horrores

30/07/2014 às 3:06

O CIRCO DE HORRORES – Dilma volta a falar sobre conflito israelo-palestino e mete, de novo, a política externa brasileira no lixo, agora sob os auspícios do regime bolivariano, francamente antissemita

A presidente Dilma Rousseff participou nesta terça de um troço impossível: uma reunião de cúpula do Mercosul. A questão é simples: ou bem alguma coisa é de cúpula ou bem é do Mercosul. As duas palavras não podem compor uma unidade semântica. Convenham: reúnam-se Dilma, Cristina Kirchner, Nicolás Maduro e José Mujica... Tinha de tudo: anã diplomática, mulher transformista, domador com chicote e palhaço... O Mercosul é aquela estrovenga que impede o nosso país de firmar acordos bilaterais e que está ajudando a enterrar a indústria brasileira. O encontro aconteceu na Casa Amarilla, no Centro de Caracas. Os jornalistas foram proibidos de chegar perto do circo. Ninguém por ali gosta de liberdade de imprensa.

Entre as muitas irrelevâncias, houve, claro, espaço para dizer delinquências políticas sobre o conflito israelo-palestino. E tal honraria coube a Dilma, que não se dispensou de manchar mais uma vez a diplomacia brasileira. Disse ela: “Desde o princípio, o Brasil condenou o lançamento de foguetes e morteiros contra Israel e reconheceu o direito israelense de se defender. No entanto, é necessário ressaltar nossa mais veemente condenação ao uso desproporcional da força por Israel na Faixa de Gaza, do qual resultou elevado número de vítimas civis, incluindo mulheres e crianças”.

“Desde o princípio”, quando? A nota oficial do Itamaraty, junto com a ordem para o retorno do embaixador brasileiro em Tel Aviv, ignorava os ataques do Hamas. Sucessivos governos do PT, que puxam o saco de todas as ditaduras islâmicas, têm condenado Israel de forma sistemática.

Dilma nunca soube direito o que dizer sobre a maioria dos assuntos. Então candidata a presidente, em 2010, ela participou, no dia 14 de maio, em Brasília, da “Missa dos Excluídos”, que encerrou o 16º Congresso Eucarístico Nacional. Foi indagada sobre a legalização do aborto, à qual ela era francamente favorável. Disse o seguinte:

“Não é uma questão se eu sou contra ou a favor, é o que eu acho que tem que ser feito. Não acredito que mulher alguma queira abortar. Não acho que ninguém quer arrancar um dente, e ninguém tampouco quer tirar a vida de dentro de si”.

Entenderam. Na cabeça de Dilma, não havia diferença entre um feto e um dente estragado. É com essa propriedade que ela reflete sobre assuntos graves. E não foi diferente ao se pronunciar sobre a criação de um Estado palestino, segundo ela, uma “precondição para a paz”. Uau! Dilma acha que, primeiro, Israel deve permitir que os palestinos criem o seu estado, mesmo debaixo de foguetes e sob ataques terroristas. Aí, então, é só cuidar da paz. A diplomacia israelense foi suave ao chamar o Brasil de anão diplomático. O Mercosul divulgou uma nota no mesmo tom.

É uma ironia patética que essa declaração tenha sido feita na Venezuela. O bolivarianismo é francamente antissemita. Em 2009, Chávez expulsou o embaixador de Israel de Caracas sob o pretexto de protestar contra a incursão de então à Faixa de Gaza. Foi fartamente elogiado pelos terroristas do Hamas, do Hezbollah e pelo governo do Irã. Em 2012, um estafeta do chavismo publicou um artigo no site da Rádio Nacional da Venezuela com um ataque bucéfalo ao candidato da oposição, Henrique Capriles Radonski, cuja família é de origem judaica, chamando-o de “porco”. Foi além e escreveu: “Este é o nosso inimigo, o sionismo que Capriles Radonski hoje representa, que não tem nada a ver com uma força nacional e independente”. O artigo incitava os venezuelanos a rechaçar “o sionismo internacional, que ameaça com a destruição do planeta que habitamos”. E, claro!, pedia votos para Chávez. É pouco? Os chamados círculos bolivarianos são infiltrados por militantes ligados ao Hezbollah, o movimento terrorista que governa o sul do Líbano. E o Irã segue sendo um dos principais parceiros do governo Maduro, como era de Chávez.

E nessa lata de lixo que a presidente Dilma mete a política externa brasileira.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Governo Dilma, Israel, Itamaraty

Figura 13 – O circo de horrores

O título do artigo, com a expressão “circo de horrores”, em maiúscula, chama a atenção de TUD para descobrir a que se refere a relação da política externa brasileira com o bolivarianismo e o conflito palestino-israelense.

Vejamos os seguintes SAdjs:

(6) circo *de horrores*

(7) troço *impossível*

(8) anã *diplomática*

(9) mulher *transformista*

- (10) domador *com chicote*
- (11) *delinquências* políticas
- (12) anã *diplomático*
- (13) ironia *patética*
- (14) círculos *bolivarianos*
- (15) movimento *terrorista*
- (16) ditaduras *islâmicas*

EUE começa o texto deslegitimando o bloco Mercosul, classificando a reunião de cúpula da entidade como “troço impossível”, já que seus representantes (anã diplomática, mulher transformista, domador com chicote e palhaço) não estão à altura de serem autoridades máximas. Como a reunião do Mercosul ocorreu na Venezuela, EUE tem mais um motivo para classificar os representantes do bloco como contrários à “liberdade de imprensa”, associando Dilma a representantes antidemocráticos, e ao antissemitismo, devido à declaração da presidenta ter sido dada em Caracas, configurando-se a cena em uma “ironia patética”.

EUE caracteriza Dilma como um político não democrático pela sua relação com o bolivarianismo (palavra recorrentemente usada nos artigos de *Veja*) e, também, pela sua crítica a um ataque israelense na Faixa de Gaza e à nota do Itamaraty. EUE, ao criticar a posição de Dilma, posiciona-se favoravelmente a Israel, sem sequer colocar em discussão os ataques que provocaram a morte de milhares de pessoas.

Para demonstrar que Dilma é frívola ao opinar sobre qualquer assunto, EUE cita uma declaração dela, quando candidata à presidência em 2010, sobre o tema do aborto. Ao dar um exemplo de como Dilma trata a vida humana de forma superficial, EUE mascara o silenciamento dele próprio sobre as mortes decorrentes dos confrontos entre Israel e Palestina.

A imagem não democrática de Dilma é reiterada, ainda, nos SAdj (14), (15) e (16), deslegitimando não só a competência da presidenta como chefe de Estado, mas ridicularizando-a, juntamente com os representantes do Mercosul, numa clara crítica

a uma política mais progressista que se desenvolveu na América do Sul nos últimos anos, que, em diferentes medidas, é contrária a algumas ações dos Estados Unidos e de seus aliados – como Israel.

Dos onze SAdjs, dez adjetivos são usados em função classificadora e um, em função julgadora, a saber (11) delinquências políticas. Somos cientes de que no SAdj (11) e em alguns outros, como, por exemplo, (8) anã diplomática, (17) amiga do torturador, (34) neurônio solitário, a força argumentativa recai mais sobre o substantivo do que sobre o adjetivo. Entretanto, devido aos limites e propósitos desta pesquisa, nossa análise está centrada na classe dos adjetivos.

Novamente, a fala de Dilma é destacada na cor vermelha, reforçando a ideologia que essa cor representa, oposta à de EUe.

EUe cria um ethos democrático para *Veja*, porque se coloca contrariamente a regimes totalitários. Concomitantemente, ao indicar as opiniões de Dilma sobre os temas do conflito palestino-israelense e do aborto, EUe atende à visada de informação, porque *faz-saber* a TUd como ela pensa sobre o que são “assuntos graves”, e à de incitação, pelo título chamativo e irônico e pela aproximação entre circo e cúpula do Mercosul.

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS		
AFETIVOS	AVALIATIVOS	
	NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
		circo de horrores troço impossível anã diplomática mulher transformista domador com chicote delinquências políticas ironia patética círculos bolivarianos movimento terrorista ditaduras islâmicas

Tabela 11 – Caracterização dos SAdjs

No ocidente, o SAdj (16) ditaduras islâmicas é tomado, em uma avaliação estereotipada, como verdadeiro, haja vista as análises políticas sobre os recentes

confrontos entre países da Europa e do Oriente Médio. EUc, ciente disso, no circuito externo do ato de linguagem, toma o SAdj (16) de maneira genérica inscrevendo, no circuito interno, todos os países onde o islã é uma religião majoritária em um registro político ditatorial.

EUE faz um julgamento religioso e político com base em uma ideologia que valora o capitalismo e o ocidente, com a qual, também, julga, ironicamente, os chefes de Estado latino-americanos em um tom de deboche: Dilma Rousseff pela sua inabilidade diplomática; Cristina Kirchner pela sua aparência; Nicolás Maduro pelo seu temperamento.

Artigo 3 – Dilma, a amiga do torturador

05/05/2014 às 14:20

Dilma, a amiga do torturador

A Human Rights Watch não é, como gostariam de pensar alguns cretinos, uma entidade “de direita”. Costuma apontar violações de direitos humanos sem olhar a coloração ideológica de quem está no poder. E o faz depois de entrevistar vítimas, apurar detidamente os casos, investigar enfim. Agora resta evidente: há tortura sistemática na Venezuela e violação deliberada dos direitos humanos. Já sabíamos disso. VEJA publicou no mês passado uma **eloquente reportagem** com depoimentos dos torturados.

Pois bem: o Judiciário da Venezuela é cúmplice da tortura, e o governo brasileiro, que empresta apoio integral ao torturador Nicolás Maduro, também. Agressões a direitos fundamentais não são novidade no país. Foi uma constante durante todo o governo de Hugo Chávez. Aos poucos, ele foi minando as estruturas do estado de direito. O passo mais importante foi se apoderar inteiramente do Poder Judiciário. Fiquemos atentos: algo parecido pode estar em curso no Brasil. Mas isso fica para outra hora.

Foi com Nicolás Maduro, no entanto, que o regime de força algo mitigado assumiu a sua fuça escancarada. Sob Chávez — afinal, um líder carismático e de fala messiânica —, as milícias armadas ainda estavam submetidas a algum controle. Na gestão Maduro, que tem o carisma de um cabo de guarda-chuva velho, o regime perdeu definitivamente a vergonha e a timidez: espanca, tortura e mata.

Em tese ao menos, o Brasil é o líder de um subcontinente chamado América Latina. Tem o maior território, a maior economia, a maior população e deveria ter, também, a voz política mais importante. Mas quê... Ninguém dá bola. Em vez de Dilma Rousseff cobrar de Maduro respeito aos direitos humanos — e, politicamente, ela teria autoridade para isso —, mostra-se conivente com a tortura. Isso explica por que a revista americana “Time”, ao fazer a lista das 100 pessoas mais influentes, incluiu o delinquente presidente da Venezuela, mas excluiu a presidente do Brasil. Ou por outra: amiga de torturador tem menos peso do que o próprio torturador. E não custa arrematar lembrando que esta Venezuela que trata adversários no porrete foi levada para o Mercosul por Dilma Rousseff, violando o conteúdo do próprio tratado do bloco econômico, que veta o ingresso de regimes ditatoriais.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Governo Dilma, Nicolás Maduro, Venezuela

Figura 14 – A amiga do torturador

Vejamos as escolhas dos SAdjs feitas para o texto:

(17) *amiga do torturador*

(18) *coloração ideológica*

(19) *tortura sistemática*

(20) *violação deliberada*

(21) *eloquente* reportagem

(22) *apoio integral*

(23) *fuça escancarada*

(24) *líder carismático*

(25) *fala messiânica*

(26) *delinquente* presidente²⁰

(27) *regimes ditatoriais*

EUE, no plano das estratégias, cria em seu texto três imagens: uma para o governo venezuelano, uma para Dilma e uma para si. EUE associa os SAdj (19), (20), (23), (24), (25), (26),

20 Conforme vimos em Perini (1997), a flexibilidade no uso das categoriais nominais adjetivo e substantivo segue a necessidade de comunicação. É bem possível que, de acordo com a intenção comunicativa de Veja, delinquente seja empregado como substantivo e presidente, como adjetivo.

(27) ao governo da Venezuela, que é liderado por um “delinquente presidente” - e que foi governado por outro dotado de um carisma messiânico (CHARAUDEAU, 2014), com o qual exerceu forte manipulação sobre o seu povo – que não respeita os direitos humanos, porque tortura seus opositores deliberadamente. Atentemos que a ordem Adj + N para se referir a Nicolás Maduro evidencia uma característica que toma o estatuto de referente, identificando-o não como presidente, mas sim como um delinquente. Tal estratégia busca deslegitimar a função exercida por Maduro em seu país.

Uma parcela considerável dos SAdj destacados é usada para caracterizar uma imagem de regime ditatorial para o governo venezuelano, com o qual Dilma Rousseff é identificada por ser “a amiga do torturador” e, em decorrência, uma “voz política” ausente na defesa dos direitos humanos no cenário internacional, tornando-se conivente, pois, com “regimes ditatoriais”, os quais contam com o seu “apoio integral”. Note-se que, ao usar o aposto “a amiga do presidente”, EUe dá uma explicação com aparência de definitiva sobre o caráter de Dilma, revelando quem ela realmente é, num plano íntimo-político (privado-público).

EUe cria um ethos para *Veja* de veículo comprometido com os direitos humanos, independentemente de “coloração ideológica”, atuando ativamente na defesa deles com a arma que tem: o jornalismo denunciativo. EUe, além de mostrar Dilma como uma ameaça à democracia no Brasil e na América do Sul, expande a argumentação tecida no texto com um *hiperlink*, para indicar que *Veja* exerce a sua função de denúncia, em uma reportagem sobre a violação de direitos humanos na Venezuela. O gênero do discurso reportagem se inscreve na visada de informação, com forte predomínio do que Jakobson (2010) chama de função referencial da linguagem, uma vez que a reportagem trata de colher *in loco* fatos que serão *a posteriori* reportados ao leitor/ouvinte.

A “eloquente reportagem” de *Veja*, com a qual EUe mostra-se envolvido pela ênfase qualitativa lançada à atividade jornalística da revista, com a ordenação sintagmática Adj + N, é sugerida a um TUD curioso de clicar sobre o *hiperlink* (aqui o azul não é usado ideologicamente; trata-se de uma mera convenção de referência)

da World Wide Web) para ler a mencionada reportagem, que visualmente quebra a expectativa sobre o gênero. O *hiperlink* nos apresenta um texto cuja configuração visual em nada se parece com uma reportagem, pois é estruturado em apenas dois parágrafos com um vídeo ao final, no qual há depoimentos de vários venezuelanos que dizem ter sofrido tortura da polícia do governo.

Em uma primeira leitura, EUE corre o risco de ter a sua face de credibilidade ameaçada, porque o texto apresentado frustra o leitor duplamente: primeiro, porque ele não encontra a reportagem mencionada e, em segundo lugar, porque a ele somente é permitido lê-la na versão impressa da revista. Em ambos os casos, EUE usa uma estratégia de captação para que o leitor, sedento de mais informação, compre a revista, uma vez que o acesso à versão digital é gratuito. EUE, a fim de não incorrer na perda de sua credibilidade de mídia informativa e denunciativa, disponibiliza um vídeo de 1'51" com testemunhos que conferem um caráter investigativo não à reportagem, já que esta não é acessível ao leitor navegador, mas ao ethos de *Veja*.

Com a apresentação da prova da existência da reportagem e, conseqüentemente, da "verdade" sobre a ditadura venezuelana, a credibilidade de EUE como veículo de comunicação comprometido com a averiguação dos fatos é, à primeira vista, salvaguardada.

SINTAGMAS ADJETIVAS SUBJETIVOS	
AFETIVOS	AVALIATIVOS
	NÃO AXIOLÓGICOS
	AXIOLÓGICOS amiga do torturador tortura sistemática coloração ideológica violação deliberada fuça escancarada líder carismático fala messiânica delinquente presidente eloquente reportagem regimes ditatoriais

Tabela 12 – Caracterização dos SAdjs

Tomemos os SAdj (21) e (26), construídos na ordem Adj + N. Em (21), EUE aponta para si tomando uma posição favorável sobre a reportagem de *Veja*, que é avaliada de forma positiva, afirmando, portanto, o ethos de revista comprometida com a investigação jornalística. Por outro lado, o SAdj (26) é qualificado negativamente, pelo juízo que EUE faz sobre Nicolás Maduro ser, em um primeiro plano, um delinquente e, em um segundo plano, presidente. A ordem dos adjetivos potencializa as avaliações, tanto positivas quanto negativas, sobre os objetos referidos, que se estendem a *Veja* (valor positivo) e a Dilma (valor negativo).

Esses dois casos são ilustrativos do que Kerbrat-Orecchioni observa do caráter duplamente subjetivo dos avaliativos axiológicos, porque, além de EUE tomar uma posição em relação aos objetos referenciados, ele também se mostra ideologicamente ao criticar os valores de governos considerados mais progressistas e alinhados, pois, com valores da esquerda.

b) Dilma é incapaz de se expressar bem linguisticamente porque não consegue pensar.

Artigo 4 – Dilmês

26/02/2014 às 11:01 \ Direto ao Ponto

Editorial do Estadão endossa a constatação feita pela coluna há 5 anos: os discursos de improvisado de Dilma Rousseff são um desfile de frases inacabadas, parágrafos incompreensíveis e ideias sem sentido

“Os dois discursos de Dilma Rousseff estavam repletos de frases inacabadas, períodos incompreensíveis e ideias sem sentido”.

“Dilma é a representante de todos os brasileiros – e não apenas daqueles que a bajulam e temem adverti-la sobre sua limitadíssima oratória”.

“Dilma continuou a cometer desatinos gramaticais e atentados à lógica”.

“É possível imaginar, diante de tal amontoado de palavras desconexas, a aflição dos profissionais responsáveis pela tradução simultânea”.

“Depois, em discurso a empresários, Dilma divagou, como se grande pensadora fosse, misturando Monet e Montesquieu – isto é, alhos e bugalhos”.

“A presidente julgou desnecessário preparar-se melhor para representar de fato os interesses do Brasil e falou como se estivesse diante de estudantes primários – um vexame para o País”.

Embora lembrem os textos de Celso Arnaldo Araújo, as seis frases foram extraídas do editorial publicado pelo *Estadão* na edição de hoje, sob o título *Ela fala pelo Brasil*. Há poucos meses, o jornal descobriu o que esta coluna repete desde que abril de 2009, quando nasceu: a presidente da República não se expressa em português, mas em *dilmês*. Nesta quarta-feira, finalmente se rendeu à constatação aqui reiterada há cinco anos: Dilma Rousseff não fala coisa com coisa. Confira a íntegra do editorial. Volto em seguida.

Até mesmo o lusófono presidente da Comissão Europeia, José Manuel Durão Barroso, deve ter tido sérias dificuldades para entender os dois discursos da presidente Dilma Rousseff proferidos em Bruxelas a propósito da cúpula União Europeia (UE)-Brasil. Não porque contivessem algum pensamento profundo ou recorressem a termos técnicos, mas, sim, porque estavam repletos de frases inacabadas, períodos incompreensíveis e ideias sem sentido.

Ao falar de improviso para plateias qualificadas, compostas por dirigentes e empresários europeus e brasileiros, Dilma mostrou mais uma vez todo o seu despreparo. Fosse ela uma funcionária de escalão inferior, teria levado um pito de sua chefia por expor o País ao ridículo, mas o estrago seria pequeno; como ela é a presidente, no entanto, o constrangimento é institucional, pois Dilma é a representante de todos os brasileiros – e não apenas daqueles que a bajulam e temem adverti-la sobre sua limitadíssima oratória.

Logo na abertura do discurso na sede do Conselho da União Europeia, Dilma disse que o Brasil tem interesse na pronta recuperação da economia europeia, “haja vista a diversidade e a densidade dos laços comerciais e de investimentos que existem entre os dois países” – reduzindo a UE à categoria de “país”.

Em seguida, para defender a Zona Franca de Manaus, contestada pela UE, Dilma caprichou: “A Zona Franca de Manaus, ela está numa região, ela é o centro dela (da Floresta Amazônica) porque é a capital da Amazônia (...). Portanto, ela tem um objetivo, ela evita o desmatamento, que é altamente lucrativo – derrubar árvores plantadas pela natureza é altamente lucrativo (...)”. Assim, graças a Dilma, os europeus ficaram sabendo que Manaus é a capital da Amazônia, que a Zona Franca está lá para impedir o desmatamento e que as árvores são “plantadas pela natureza”.

Dilma continuou a falar da Amazônia e a cometer desatinos gramaticais e atentados à lógica. “Eu quero destacar que, além de ser a maior floresta tropical do mundo, a Floresta Amazônica, mas, além disso, ali tem o maior volume de água doce do planeta, e também é uma região extremamente atrativa do ponto de vista mineral. Por isso, preservá-la implica, necessariamente, isso que o governo brasileiro gasta ali. O governo brasileiro gasta um recurso bastante significativo ali, seja porque olhamos a importância do que tiramos na Rio+20 de que era possível crescer, incluir, conservar e proteger.” É possível imaginar, diante de tal amontoado de palavras desconexas, a aflição dos profissionais responsáveis pela tradução simultânea.

Ao falar da importância da relação do Brasil com a UE, Dilma disse que “nós vemos como estratégica essa relação, até por isso fizemos a parceria estratégica”. Em entrevista coletiva no mesmo evento, a presidente declarou que queria abordar os impasses para um acordo do Mercosul com a UE “de uma forma mais filosófica” – e, numa frase que faria Kant chorar, disse: “Eu tenho certeza que nós começamos desde 2000 a buscar essa possibilidade de apresentarmos as propostas e fazermos um acordo comercial”.

Depois, em discurso a empresários, Dilma divagou, como se grande pensadora fosse, misturando Monet e Montesquieu – isto é, alhos e bugalhos. “Os homens não são virtuosos, ou seja, nós não podemos exigir da humanidade a virtude, porque ela não é virtuosa, mas alguns homens e algumas mulheres são, e por isso que as instituições têm que ser virtuosas. Se os homens e as mulheres são falhos, as instituições, nós temos que construí-las da melhor maneira possível, transformando... aliás isso é de um outro europeu, Montesquieu. É de um outro europeu muito importante, junto com Monet.”

Há muito mais – tanto, que este espaço não comporta. Movidada pela arrogância dos que acreditam ter mais a ensinar do que a aprender, Dilma foi a Bruxelas disposta a dar as lições de moral típicas de seu padrinho, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Acreditando ser uma estadista congênita, a presidente julgou desnecessário preparar-se melhor para representar de fato os interesses do Brasil e falou como se estivesse diante de estudantes primários – um vexame para o País.

Vamos acabar vencendo porque temos razão, repito a amigos compreensivelmente afetados por algum surto de pessimismo. Hoje ganhamos outra briga. Até agora, além desta coluna, só o Blog do Planalto (cujos editores decerto morrem de medo de alterar discursões da chefe) reproduzia sem qualquer correção ou retoque os aterradores improvisos de Dilma Rousseff. O Estadão é o primeiro grande jornal a publicar exatamente o que a presidente disse em dilmês, não o que os redatores imaginam que o neurônio solitário queria dizer.

O restante da imprensa não demorará a entender que traduzir para o português as falas de Dilma é um desrespeito aos leitores e um pontapé no direito à informação correta. Os brasileiros merecem saber que são governados por alguém incapaz de explicar o que pensa. Se é que consegue pensar.

Tags: Brasil, Comissão Europeia, Dilma Rousseff, Estadão, José Manuel Durão Barroso, Mecosul, União Européia

Figura 15 – Dilmês

O artigo da coluna “Direto ao Ponto” destaca como ponto central de sua crítica à língua “inventada” por Dilma Rousseff: o dilmês. Sendo ela a única falante dessa língua, ninguém a compreende. *Veja* usa uma notícia do jornal *Estadão* como matéria-prima para endossar a sua correlata opinião a respeito dos discursos de Dilma Rousseff. Para endossar a argumentação de *Veja* (e a do *Estadão*, estabelecendo uma espécie de círculo que sustenta ambos), EUE disponibiliza o hiperlink *mas em dilmês* que leva TUD a conhecer o dilmês castiço, usando o recurso da ironia com o emprego do adjetivo *castiço* para desqualificar a língua falada pela presidenta.

Tanto *Veja* quanto *Estadão* são conhecidos por terem uma orientação ideológica convergente: ambos são contrários ao PT e atuam, no plano discursivo, de forma crítica aos seus governos e políticos. Em entrevista ao Diário de Natal, o jornalista Mário Prata dá a seguinte declaração acerca do que ele chama “sentimento doentio” que alguns veículos de comunicação brasileiros têm contra o PT e seus representantes:

Coloco todo mundo no mesmo balaio. A imprensa brasileira está podre. Os grandes jornais, as coisas que são consideradas grande imprensa no Brasil como Folha de S. Paulo, Globo, Estadão, Jornal Nacional, Veja, para mim são piadas. Todos esses que eu citei tem ódio do Lula, é um ódio doentio, é uma coisa que me dá medo. Outro dia peguei o Estadão e tinha oito chamadas na capa falando mal do governo, algumas coisas que ocorreram há sete anos. Meu filho casou-se agora com uma repórter da editoria de política do Estadão, e o Serra ligou pra ela antes do casamento. “**Julia, eu soube que você vai se casar, mas você não vai ter lua de mel, né? Você não pode ter lua de mel agora**”. Por aí você vê como Serra está dentro do jornal (PRATA, 2010).

Veja usa o jornal *Estadão* como argumento de autoridade para a tese que já defendera, há cinco anos, de que os discursos improvisados de Dilma Rousseff não atendem a finalidades comunicativas, já que são desprovidos de sentido. *Veja* cita seis passagens do *Estadão*, em negrito, para corroborar a sua tese, a fim de captar a atenção do leitor e fazê-lo crer na veracidade da questão tratada. O (pre)conceito linguístico sobre a presidenta, que “não se expressa em português” porque “não fala coisa com coisa”, restringe Dilma ao sistema de uma língua – o dilmês – da qual apenas ela é usuária. Repare-se que à palavra *dilmês* é dado um destaque de cor para revelar a estratégia do sujeito enunciativo em enfatizar a inabilidade linguística da presidenta.

Para deslegitimar Dilma, a matéria do *Estadão* (publicada na íntegra por *Veja*) faz uso de figuras de linguagem, tais como:

- Antítese – *qualificadas*, que se refere à plateia da Cúpula da União Europeia, em relação a *despreparo*, para referir-se à oratória de Dilma, não incluída, portanto, no grupo das pessoas intelectualmente competentes, também pelo fato de ela não ter verbalizado um “pensamento profundo”.
- Ironia - *Dilma caprichou*, para referir-se aos fracos argumentos de Dilma: Manaus é a capital da Amazônia, a Zona Franca está em Manaus para impedir o desmatamento e as árvores são plantadas pela natureza; *fazer Kant chorar*, ao mencionar o tom filosófico dado por Dilma à sua fala.
- Metáfora – *desatino gramatical*, comparando-a a alguém insano, que fala sem sentido.
- Hipérbole – *Há muito mais - tanto que este espaço não comporta*, para indicar quantitativa e qualitativamente a fragilidade do discurso de Dilma, vexatória para o país.

Dilma, mais uma vez, é desqualificada ao ser comparada com o seu padrinho – deixando subentendido que foi o ex-presidente Lula quem a elegeu –

e por parecer falar para uma plateia formada por crianças, porque não se preparou para discursar publicamente.

O sujeito comunicante toma o seu texto como arma de combate, pois diz “Vamos acabar vencendo porque temos razão”. EUc dá voz a EUe, a corporação midiática *Veja*, que passou a contar com o apoio do *Estadão* na divulgação *ipsis litteris* dos discursos de Dilma. Segundo Lakoff & Johnson (2002), a metáfora está infiltrada na vida cotidiana e, portanto, na linguagem ordinária e na ação. Na cultura ocidental, a metáfora *discussão é guerra* representa a *defesa* de nossos pontos de vista e o *ataque* à argumentação de nosso *adversário* no jogo discursivo, do qual, ao final, saem um *vencedor* e um *perdedor*. Dilma, o “neurônio solitário”, é biologicamente representada como possuidora genética de uma deficiência mental no jogo de *Veja*, que conclama a opinião pública a aderir à transcrição da fala do dilmês, e não à sua tradução, como forma de garantir a fidelidade da informação jornalística. Com isso, *Veja* reforça o seu ethos de veículo de comunicação confiável.

Vejamos, a seguir, as adjetivações relacionadas à Dilma Rousseff:

(28) frases *inacabadas*

(29) períodos *incompreensíveis*

(30) ideias *sem sentido*

(31) *limitadíssima* oratória

(32) *desatinos* gramaticais

(33) *aterradores* improvisos

(34) neurônio *solitário*

Dos sete sintagmas adjetivados, quatro estão na ordem N+A e três na ordem A+N. No primeiro caso, EUe classifica o discurso de Dilma Rousseff e, no segundo caso, faz uma avaliação axiológica, ao emitir um juízo de valor enfático sobre esse discurso. Vale ressaltar que o sintagma (34) é recorrente nos textos da coluna de EUc. Como vimos com Moscovici (2012), a repetição é uma estratégia para cristalizar

representações sociais. EUE usa tal estratégia para associar a debilidade de Dilma ao sintagma (34) fazendo circular pela revista esse estereótipo linguístico.

Novamente, aqui, reportamo-nos ao conceito de aforização de Maingueneau (2014), usada estrategicamente por EUC no desenho do texto. Inicialmente, o texto se constitui de enunciados autônomos, desprovidos de um contexto e de um gênero de discurso, atribuindo um acordo entre EUC e um outro, que é evocado a participar do texto. O EUE usa uma máscara por meio da qual revela, tanto pelo discurso desse outro quanto pelo de Dilma, que suas afirmações acerca da incapacidade linguística e cognitiva da presidenta são verdadeiras. Tais destacamentos do texto-fonte são chamados por Maingueneau (2014) de *destacamento fraco*, pois a origem do texto é apresentada ao leitor. Segundo o analista, o aforizador usa os destacamentos para expressar uma convicção, experiência, ou seja, enunciar a *sua* verdade.

A aforização de EUE como sujeito habilitado a analisar o mundo, insere-se num enquadre informacional (MAINGUENEAU, 2014) de *fazer-saber* a TUD, garantindo-lhe o seu “direito à informação correta”, qual seja, a de que Dilma Rousseff é “alguém incapaz de falar o que pensa. Se é que consegue pensar”. Ao construir tal imagem para Dilma com as aforizações e com a apresentação, em discurso direto, da fala da presidenta, o ethos de *Veja* é de um veículo de comunicação que mostra a verdade.

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS		
AFETIVOS	AVALIATIVOS	
	NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
		frases inacabadas períodos incompreensíveis ideias sem sentido desatinos gramaticais aterradores improvisos neurônio solitário

Tabela 13 – Caracterização dos SAdjs

Observemos os SA (32) e (34): o primeiro é marcado axiologicamente pela relação estabelecida entre linguagem e pensamento, isto é, relaciona-se a

improvisação mal elaborada dos discursos de Dilma Rousseff a um ato de insanidade, um problema de ordem cognitiva. Essa associação é julgada negativamente por EUE, que a considera um tipo de deformidade do pensamento, uma vez que Dilma é um indivíduo *sui generis* da espécie humana por ter apenas um neurônio. Nesse processo metonímico, Dilma é reduzida a um *neurônio solitário*, a uma célula incomunicável. Uma vez mais, EUE pejorativamente se coloca contra Dilma Rousseff.

Artigo 5 – Dilma, a *serial killer* das letras



Coluna do Augusto Nunes

[Home](#) | [Direto ao Ponto](#) | [História em Imagens](#) | [Entrevista](#) | [Baú de Presidentes](#) | [Sanat](#)

13/03/2014 às 19:30 \ [Direto ao Ponto](#)

Dilma Rousseff, a serial killer das letras, continua vilipendiando Nelson Rodrigues

Transcrevo a mensagem que recebi do jornalista Celso Arnaldo Araújo (AN):

Ainda impunemente, embora seja uma serial killer das letras, Dilma continua vilipendiando Nelson Rodrigues, ao atribuir a ele frases que não seriam cunhadas por Tiririca — e que, na verdade, são gerações espontâneas de uma mente tosca e deformada que ela, delirantemente, obsessivamente, vem colocando na conta do grande cronista e frasista irretocável.

O falso Nelson de hoje é ainda mais espantoso que as contrafações anteriores de Dilma Rodrigues. Até quem tenha tido contato com textos de Nelson apenas ontem à noite, folheando a esmo numa estante de livraria qualquer uma de suas obras, perceberá num estalo que ele nunca escreveria algo tão troncho quanto o que lhe foi creditado hoje pela iletrada presidente.

Mas, por via das dúvidas, como faço sempre, consultei meu amigo Ruy Castro, seu biógrafo, que releu e organizou tudo o que Nelson escreveu, para a fabulosa coleção publicada pela Cia. das Letras ao longo de anos. A resposta de Ruy, carregada de assombro, não levou minutos e confirma o que já parecia óbvio:

“Mais uma do Nelson que a Dilma me ensina. Que textos do homem ela andará lendo e que me escaparam em exatos 59 anos como leitor dele?”

Bem, você está curioso para conhecer mais essa frase-fantasma de Nelson Rodrigues criada em regime de ectoplasma verbal pela única usuária do dilmês no mundo? Ei-la, tartamudeada hoje à tarde, numa cerimônia em Brasília para anúncio de concessão de lotes de rodovias federais — claro que instantaneamente incorporada à consulta do Google, pois grosseiramente atribuída a Nelson sem nenhuma checagem por parte da mídia:

“Eu aproveito e uso de uma imagem feita pelo grande Nelson Rodrigues que dizia que os pessimistas fazem parte da paisagem assim como os morros, as praças e os arruamentos”.

Se Nelson tivesse “feito” essa imagem, não teria sido grande. Ele só “disse” isso através de Dilma. E entre nós: você pode sequer imaginá-lo escrevendo arruamento?



Tags: Celso Arnaldo, Dilma Rousseff, dilmês, Nelson Rodrigues, Ruy Castro

Figura 16 – A *serial killer* das letras

Destacamos os seguintes sintagmas adjetivados do artigo apresentado:

(35) *serial killer das letras*

(36) *gerações espontâneas*

(37) *mente tosca e deformada*

(38) *frasista irretocável*

(39) *iletrada* presidente

(40) *regime de ectoplasma verbal*

O EUC Augusto Nunes acusa Dilma Rousseff de assassina da língua portuguesa e desrespeitosa da autoridade jornalística e literária Nelson Rodrigues, representante do baluarte das letras e “frasista irretocável”. A impune Dilma não comete apenas um, mas dois crimes, de acordo com o EUC: assassina a língua portuguesa e cita Nelson Rodrigues inequivocamente com suas frases criadas sem pensar, por “gerações espontâneas”. A gravidade criminal de Dilma é tamanha que ela atribui a Nelson Rodrigues frases que nem Tiririca diria (conhecido por ter sido submetido a um teste de alfabetismo quando eleito deputado federal), o que só confirma, segundo EUC, que somos governados por uma “iletrada presidente”.

Mais uma vez, a incompetência linguística de Dilma é tratada como problema congênito, pois ela tem uma *mente tosca, deformada, delirante*. A irônica personificação de Nelson em *Dilma Rodrigues* é defendida com um argumento de autoridade pela consulta que EUC faz ao biógrafo do escritor, de quem é leitor há 59 anos, revelando a astúcia investigativa e reveladora de *Veja*, que foi o único meio de comunicação a não atribuir a frase de Dilma a Nelson, que circulou “sem nenhuma checagem por parte da mídia”. EUC, por essa afirmação, uma vez mais cria um ethos para *Veja* de revista confiável e credível.

O “*regime de ectoplasma verbal*” é empregado por EUC para mostrar o *nonsense* da fala de Dilma, que não encontra respaldo em obra alguma de Nelson. EUC incita TUD a conhecer a citação de Dilma em dilmês, agindo como um elucidador da fala da presidenta para o leitor. Para comprovar o que diz e contribuir para a circulação da imagem de Dilma como sujeito iletrado e debilitado, EUC disponibiliza um vídeo que mostra o momento do discurso em que Dilma se refere a Nelson Rodrigues, como prova de veracidade.

Dos seis SA destacados, apenas um, o (39), foi construído na ordem A + N, em função julgadora, justamente aquele atribuído a Dilma Rousseff, que é representada como alguém que não domina a língua portuguesa e não consegue, pois, fazer uso dela para se expressar.

EUE desenvolve toda a sua argumentação sobre a inabilidade linguística e a debilidade cognitiva da presidenta Dilma Rousseff para culminar na prova irrefutável de sua tese, que é o vídeo no qual Dilma discursa citando Nelson Rodrigues.

A recitação e a reapresentação de uma palavra em diferentes contextos representam socialmente um conceito que se cristaliza. A recitação e a representação do dilmês como uma língua exclusivamente falada por Dilma estratificam na memória coletiva dos leitores de *Veja* a ideia da inabilidade linguística da presidenta. Um traço essencial das representações sociais é o seu poder de influência. Elas são postas em circulação pela linguagem em um processo interativo entre os colunistas (EUC) de *Veja* (EUE) e os leitores da revista (TUD), criando, então, para Dilma a imagem de que ela “fala mal porque pensa errado”.

EUE procura satisfazer a visada de informação, ao informar que Dilma discursa mal ao usar inapropriadamente a fala de outrem e dar provar disso com um vídeo, e a visada de incitação, fazendo TUD acreditar nessa imagem de Dilma recortada nesse mesmo vídeo.

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS		
AFETIVOS	AVALIATIVOS	
	NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
		serial killer das letras gerações espontâneas mente tosca e deformada frasista irretocável iletrada presidente regime de ectoplasma verbal

Tabela 14 – Caracterização dos SAdjs

No SA (35), EUE estabelece com a locução adjetiva *das letras* uma relação de natureza irônica e julgadora com o referente *serial killer* (que se refere a Dilma). Não fosse a situação comunicativa e atendo-se, apenas, ao sentido de língua, *das letras* poderia ser classificado como uma locução adjetiva objetiva. Entretanto, a personificação de *das letras*, como vítima da ação de uma assassina, dramatiza a situação alvo da crítica de EUE.

Em (40), o SA avalia a citação de Dilma como algo disforme e deformado verbalmente, ou seja, ela carece do estilo “irretocável” de Nelson Rodrigues e, logo, não pode-se tratar de uma fala do escritor. Dilma é julgada negativamente duas vezes: por seu delírio obsessivo em citar erroneamente Nelson Rodrigues e por transmutar essa pseudocitação em um discurso ilógico.

EUE apresenta estrategicamente o discurso de Dilma Rousseff (usando como prova de realidade um vídeo, por seu caráter indicial), para estabelecer a relação *pensamento – linguagem – (in)competência para governar*, a fim de que TUd creia que a qualidade da imagem de um político se constrói pela sua capacidade comunicativa. Como Dilma reiteradamente não demonstra ter essa qualidade, sua imagem é construída por *Veja* como a de um político incapaz de se expressar e, como consequência direta, incapaz de ser uma governante eficiente para o Brasil.

A reiteração das falas de Dilma como um “delírio” e o conhecimento que EUC mostra ter sobre a obra rodrigueana atuam, também, no campo da polarização linguística, pela crítica à falta de conhecimento gramatical e literário por parte de Dilma. Como assevera Lucchesi (2015),

A mídia conservadora, controlada pelos grandes grupos econômicos, não perdeu a oportunidade para alardear os supostos fracassos da diplomacia dos governos de Lula e sua sucessora, Dilma Rousseff, taxando-a de *amadora*, *imprópria* e até *desastrada*. (...)

Não é à toa que o discurso da correção gramatical obedece à mesma lógica do discurso do combate retórico à corrupção nos governos do PT. Não tem qualquer efeito prático, servindo apenas como um oportuno instrumento retórico para desqualificar ou desgastar politicamente o adversário, quando isso é conveniente. Nesse sentido, o purismo gramatical sustenta-se e renova-se também em outro aspecto da cultura e da política do país (LUCCHESI, 2015, p. 195).

EUE cria um ethos de sujeito culto, utilizando-se de uma linguagem do poder na qual a única norma válida é a culta. Dilma é a responsável por deturpar a língua – a ponto de haver criado uma para si, o dilmês – porque o seu pensamento é sem forma, sem consistência, é caótico (“deformado”, “ectoplasma”).

É incontestável que há aí uma disputa ideológica que se materializa linguisticamente na oposição entre a “norma” de Veja e a “desordem” de Dilma. A desordem de Dilma representa a desordem do seu governo e do país. Dilma (e o PT) representam socialmente outra cultura, popular, que ganha espaço no imaginário coletivo com a sua ascensão no plano concreto e simbólico, enquanto Veja (EUE) se opõe a essa renovação cultural pela manutenção de um discurso conservador, autoritário, irônico, burlesco recorrendo ao conhecimento do saber literário de uma elite letrada.

Artigo 6 – Dilma Rousseff x Dilma Bolada

29/09/2013 às 15:05 \ Direto ao Ponto

CELSO ARNALDO: O duelo virtual, mas pessoal, entre Dilma Bolada e Dilma Rousseff reacende a polêmica: existe uma Dilma oficial?

ATUALIZADO ÀS 15H05



CELSO ARNALDO ARAÚJO

— Oi, internautas.

A saudação comicamente pueril, que encabeça qualquer lista dos assombros produzidos por Dilma desde que ela foi obrigada a falar em público, era um aviso: a mineira-gaúcha que fizera fama exclusivamente por seu gênio irascível no subsolo do governo, e fora guindada à condição de candidata à Presidência da República por vontade pessoal de Lula, encontrava-se na era paleolítica do mundo digital.

O “oi, internautas” foi sua resposta sincera, bastante e definitiva, no nível de sua desenvoltura, ao pedido de Marcelo Branco, então guru virtual da candidata-surpresa do PT, para que mandasse uma mensagem aos que a seguiam nas redes.

Mas, pouco a pouco, à medida que ela ia expondo seus pensamentos sobre saúde, educação, agricultura, condição feminina, sempre com uma inclemente pobreza de raciocínio, esse irremediável deserto de ideias foi se alastrando para todos os temas do mundo real.

Os palanques da campanha e, logo em seguida, os do Brasil Maravilha de Dilma/Lula ganharam a presença empolgada da pior oradora de todos os tempos, incluindo as cavernas ainda silenciosas e os milênios por vir. Mas a tentativa inicial de expressar rudimentos de ideias em 140 toques foi sumariamente abandonada em 13 de dezembro de 2010 — quando o Twitter oficial da então presidente eleita Dilma Rousseff calou-se prudentemente.

Esta semana, Dilma retornou, triunfalmente, ao estrelato virtual. A campanha de 2014 já começou.

Esta semana, aliás, ela foi do topo do mundo — o discurso de abertura da Assembleia Geral da ONU, em plena cidade-ícone dos Estados Unidos, onde eriçou o topete para passar outro pito em Obama pelo Spycgate — aos píncaros da insignificância, recebendo no Palácio do Planalto, para marcar o renascimento de seu perfil oficial no Twitter, o criador do personagem virtual Dilma Bolada, que faz gracinhas domesticadas em perfis com a foto da presidenta. Sátira? Não, exatamente. A tentativa de humor disfarça, ou melhor, não disfarça, o proselitismo escancarado:

No Twitter:

— Sou linda, sou diva, sou Presidenta. SOU DILMA!!! Bjs

No Face:

- Em primeiro lugar, boa noite! Em segundo Marina, em terceiro Aécio, em quarto o Campos tudo ladeira abaixo...Uma coisa é fato: não adianta rogar praga, colocar meu nome na encruzilhada, fazer vodu porque o que o povo guardou pra gente, ninguém tira!

Bem, a estadista que em nome da liberdade cibernética do mundo peita Obama em sua própria casa, a ponto de o presidente americano ter se ausentado, inusitadamente, da abertura da Assembleia da ONU, acolheu no Palácio dois dias depois, com carinho de avó e a leveza descolada de uma fã de Justin Bieber, o quase imberbe e inofensivo Jeferson Monteiro — alter ego de Dilma Bolada.

Não, ele não esteve nas ruas em junho. Apesar da aparente causticidade de seus ditos em nome de Dilma, nunca joga uma bola pelas costas. Mas o pessoal da Secretaria da Comunicação fica mesmo diabólico em época de campanha: com esse encontro, numa só jogada, a estadista da ONU demonstrou modernidade, bom humor, desprendimento. Oi, internautas.

O duelo de teclados entre os dois perfis de Dilma — a oficial Rousseff e a fake Bolada — foi reproduzido, sem qualquer reparo, pela grande mídia. Os blogs financiados foram à cloud. Pois as duas Dilmas, cada qual em seu notebook, mas lado a lado, certamente num dia de pouco movimento na casa, travaram um dos grandes diálogos da história republicana, sem retoques:

Dilma Oficial:

— Bom dia linda maravilhosa, sempre acompanhei vc. Mas não me dê bom dia. Mas me dê bons resultados.

Dilma Bolada:

— Bom dia pra mim mesma linda, maravilhosa, sempre eu, @dilmabr, Finalmente o pessoal e profissional se cruzando...

Dilma Oficial (com um toque de Guimarães Rosa soprado pela assessoria)

— Vocêzinha eu acho que por boniteza, eu por precisão. Lanço hoje o novo @portalbrasil . São + informações, serviços & participação.

Vocêzinha? Huumm.. Portal? Sim, vamos ao que interessa que é ensaio de campanha: além do renascimento do Twitter, nessa pré-estreia de gala com o duo Dilmas, há que cumprir a pauta dos marqueteiros — o lançamento do novo Portal interativo e...

Dilma Bolada:

— Agora é hora de sambar e falar do #MaisMédicos, o programa maravilhoso que tinha que ter até no hospital do Cesar de "Viver A Vida"...

Dilma Oficial:

— Respeito muito os médicos brasileiros, mas traremos médicos de onde pudermos. Importante é atender melhor a população. Isso é o + médicos

Bem, o resto é o resto — incluindo um pito na *The Economist* pela capa do looping descendente do avião Brasil em torno do Cristo Redentor.

Parece óbvio que Jeferson saiu do Palácio enlevado com o upgrade de seu personagem — ele é o caso clássico do imitador que homenageia o ídolo ao longo de toda uma carreira e, um dia, tem a honra de dividir o palco com ele. Em sua primeira tuitada fora do cenário oficial, ele retomou, no Facebook, a linha da sátira a favor, em nome de Dilma Bolada:

– Gente, o Jeferson Monteiro já foi. Ele até que é gente boa mas despachei logo porque tenho mais o que fazer. Agora ninguém me segura com o twitter lá o outro cá, o Face aqui é o do Planalto também, e o insta @dilmabolada e @palaciadoplanalto. Sambei!

Se cuida Obama!!!

ÊTA PRESIDENTA CONECTADA!!!

Os três anos que separam o último tweet da primeira fase do Dilma Oficial desse renovado "oi" da presidente aos internautas, no diálogo non sense com Dilma Bolada, foram deixando no caminho evidências cabais de que a Dilma Oficial, a que ora ocupa a Presidência e caminha para a reeleição, é a verdadeira Dilma Bolada: uma criação ficcional, um falso perfil, que tomou corpo e forma reais. Por isso, não é surpresa que Dilma Bolada, através da figura deslumbrada de seu oportunista criador, tenha sido admitido no Palácio do Planalto.

Dilma Rousseff, a Oficial, chegou lá três anos antes.

Quanto a Jeferson, o futuro do falso outsider brincalhão está garantido – agora, com a melhor madrinha, ele é Oficial.

Figura 17 – Dilma Rousseff x Dilma Bolada

No artigo sobre o encontro de Dilma Rousseff com Dilma Bolada, no plano das intenções, EUe trata de desmascarar a espontaneidade e a ingenuidade da segunda para revelar que ela é uma construção de *marketing* útil para a campanha eleitoral da primeira. Vejamos as escolhas dos SAdjs, os quais são abundantes no texto:

- (41) saudação *pueril*
- (42) gênio *irascível*
- (43) era *paleolítica*
- (44) resposta *sincera*
- (45) guru *virtual*
- (46) *inclemente* pobreza de raciocínio
- (47) *irremediável* deserto de ideias
- (48) Brasil *Maravilha*
- (49) *pior* oradora
- (50) rudimento *de ideias*
- (51) estrelato *virtual*

- (52) *proselitismo escancarado*
- (53) *carinho de avó*
- (54) *leveza descolada*
- (55) *oficial Rousseff*
- (56) *fake Bolada*
- (57) *toque de Guimarães Rosa*
- (58) *diálogo non sense*
- (59) *Dilma oficial*
- (60) *criação ficcional*
- (61) *falso perfil*
- (62) *figura deslumbrada*
- (63) *oportunista criador*
- (64) *falso outsider brincalhão*

Basicamente, os SADjs se estruturam em três eixos:

1. Dilma Rousseff: (41), (42), (44), (46), (47), (49), (50), (53), (54), (55), (58), (59), (60), (61)
2. Dilma Bolada/Jeferson Monteiro: (45), (51), (52), (56), (62), (63), (64)
3. Tempo/lugar: (43) (48)

EUE deslegitima (59) Dilma Rousseff como presidenta usando a estratégia da ridicularização (41). Colocando em dúvida se Dilma Rousseff é a Dilma oficial, EUE argui sobre quem é Dilma Rousseff, fazendo uma troca na ordenação sintagmática, *oficial Rousseff*, em um jogo que desqualifica a sua identidade social de presidenta.

Conhecida por ser uma pessoa firme e forte nos seus posicionamentos, EUE critica Dilma qualificando-a de *gênio irascível* e enfatizando ironicamente esse traço de seu caráter. Ao ironizar a simpatia que demonstrou no encontro com Dilma Bolada de *carinho de avó* e a *leveza descolada* no trato com os internautas, uma vez que Dilma usa um jargão internetês fora de época (43), EUE questiona se Dilma não estaria servindo aos

propósitos de um *marketing* eleitoral para a sua candidatura à reeleição, momento a partir do qual ela passou a figurar em vários *sites* e redes sociais que, até então, estavam desativados²¹.

Tratando de evidenciar a falta de desenvoltura com a linguagem em meio digital, EUe ironiza a saudação de Dilma e a conversa que ela teve com Dilma Bolada (44), (46), (47), (49), (52), (57), (58), figura responsável por criar uma imagem positiva e descontraída de Dilma Rousseff nas redes sociais²². O seu criador não passaria de um guru virtual que, na visão de EUe, não passa de um *oportunista criador* da personagem porque, supostamente, trabalharia na campanha de Dilma, sendo, portanto, um *falso outsider brincalhão*, um observador comprometido com o PT e que usa o humor como máscara de descomprometimento. Sendo assim, Jeferson não passaria de uma *figura deslumbrada* que aproveitou de um *estrelato virtual*, em um encontro no qual deixou claro que existe uma *fake Bolada*, isto é, que Dilma Bolada é tão falsa quanto Dilma Rousseff, uma *criação ficcional* de Lula e, por isso mesmo, um *falso perfil*, que inventou um país cheio de maravilhas que não existem (48).

A imagem selecionada por EUe para ilustrar o encontro ironiza a suposta simpatia de Dilma e dá mostras do comprometimento de Jeferson Monteiro, que está vestido com a cor do PT, o vermelho, a mesma com a qual Dilma se veste. O sentido de discurso da materialidade verbal, ao ser entrelaçado ao da materialidade visual, joga o questionamento burlesco de qual dos dois sujeitos seria realmente a “presidenta oficial”, já a similaridade das vestimentas dificultaria o reconhecimento do protagonismo da Dilma Oficial.

21 Em consulta feita no dia 22/01/2016, o Blog da Dilma e o Site da Dilma estavam fora do ar.

22 Já comentamos aqui sobre a quantidade de curtidas que a página da Dilma Bolada tem no Facebook.

Como analisado, EUE caracteriza a pessoa de Dilma Rousseff, estendendo essa caracterização para as suas ações e para o seu deslocamento no espaço e no tempo. Dando continuidade ao seu objetivo, EUE associa Dilma Rousseff a Jeferson Monteiro, um jovem deslumbrado, que criou uma personagem ficcional para atender os projetos publicitários do PT. Por essa visão, Dilma seria uma figura tão sem valor no mundo político que precisaria recorrer a artifícios para melhorar a sua imagem pública, uma criação tão ficcional quanto Dilma Bolada.

Vale destacar o potencial argumentativo dos nomes próprios formados a partir do nome Dilma, tais como Dilma Bolada e Dilma Rodrigues, na fabricação de uma imagem ora ambígua ora contraditória, mas, sobretudo, destituída de personalidade, o que facilitaria, no jogo discursivo do EUE, criar ele mesmo uma imagem para Dilma Rousseff.

SINTAGMAS ADJETIVAS SUBJETIVOS		
AFETIVOS	AVALIATIVOS	
	NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
		saudação pueril gênio irascível era paleolítica resposta sincera guru virtual inclemente pobreza de raciocínio irremediável deserto de ideias Brasil maravilha pior oradora rudimento de ideias estrelato virtual proselitismo escancarado carinho de avó leveza descolada toque de Guimarães Rosa diálogo non sense Dilma oficial criação ficcional falso perfil figura deslumbrada oportunista criador falso outsider brincalhão

Tabela 15 – Caracterização dos SAdjs

Nesta primeira fase, 169 SAdj foram analisados em um total de 14 artigos de opinião (incluindo os do anexo). Todos os adjetivos pertencentes aos SNs indicaram um juízo do EUE, revelando suas crenças juntamente com a tentativa de fazer passar, em muitos usos, uma suposta objetividade na caracterização nominal, como se os adjetivos fossem uma qualidade existencial dos referentes aos quais foram associados.

Para desvelar discursivamente tal estratégia, propomos a categorização dos adjetivos em *classificadores/ qualificadores e anteposto/posposto*, a fim de que possamos entender como EUE usa a classe dos adjetivos discursivamente, de acordo com o seu projeto de intenções.

Percentualmente, os dados nos mostram uma relevante diferença entre o emprego de adjetivos qualificadores e classificadores por EUE (Tabela 16). Nessa amostragem parcial, somente 7,10% dos adjetivos (12 do total) foram empregados com função classificadora. Isso quer dizer, discursivamente, que EUE (para dar ares de maior objetividade à qualificação empregada sobre N) recorreu a um uso menor de adjetivos classificadores para ativar pelo sentido de discurso uma carga altamente subjetiva à sua enunciação. É o que ocorre, por exemplo, com o SAdj (2) – regime *venezuelano*. O adjetivo *venezuelano* é um classificador, mas, no sentido de discurso, opera como um qualificador, pois emite um juízo de valor sobre as qualidades negativas da política ideológica da Venezuela, desde que começou a ser governada por Hugo Chávez. O adjetivo é usado descritivamente por EUE com o intuito de estabelecer para N um caráter definitório.

Os outros 92,90% dos adjetivos (157 do total) de nossos dados são qualificadores, expressando, claramente, a opinião de EUE sobre N. É o que podemos observar no SAdj (30) – ideias *sem sentido* –, pelo qual EUE afirma que o discurso de Dilma Rousseff é incoerente. Entretanto, essa opinião poderia ser refutada por alguém que entendesse o propósito comunicativo da fala da presidenta, para quem o conceito de incoerência poderia ser um equívoco ou um exagero.

Em relação à posição dos adjetivos nos sintagmas, apenas 15,38% deles foram usados antes dos substantivos aos quais se referem. De acordo com a revisão

da posição dos adjetivos no sintagma que fizemos na seção 8.3, o gênero discursivo interfere na posição do adjetivo, caso ele tenha uma matriz mais opinativa, como o editorial e o artigo de opinião.

Mesmo o artigo de opinião revelando o posicionamento ideológico de EUE, por ser um gênero jornalístico, supostamente, deve ter, também, um caráter informativo sobre o qual EUE deve apoiar suas posições. Entretanto, como vimos, os adjetivos apresentam um caráter axiológico e são altamente subjetivos, devido ao sentido de discurso com que EUE reveste a sua enunciação.

A escolha da posição do adjetivo no SAdj tem motivação discursiva, como podemos observar no SAdj mensalões *petista* e *mineiro* (anexo). Embora, nesse caso, os adjetivos *petista* e *mineiro* estejam pospostos ao nome *mensalões*, identificamos a matriz subjetiva da escolha léxica e da sua posição no sintagma. EUE não caracteriza os dois mensalões com a mesma matriz semântica: uma é partidária (qualificadora) enquanto a outra é geográfica (classificadora). Para não citar nominalmente o Partido Social Democrata (PSDB), no caso do esquema de financiamento irregular para a campanha de reeleição de Eduardo Azeredo ao Governo de Minas Gerais, em 1998, e ocultar, portanto, o “mensalão tucano”, EUE usa o adjetivo mineiro para não relacionar o PSDB no caso de lavagem de dinheiro. Ao colocar o adjetivo *petista* antes do adjetivo *mineiro*, EUE dá ênfase ao caso de corrupção do PT.

Logo, são as motivações de EUE que organizam discursivamente suas escolhas lexicais e a posição dos adjetivos na cadeia sintagmática, com o objetivo de atingir seu projeto de intenções, que é abalar a credibilidade da presidenta Dilma Rousseff e do PT.

A partir daqui, focalizamos os artigos de *Veja* escritos após a eleição de 2014, que reelegeu a presidenta Dilma Rousseff. Interessam-nos aqueles que objetivam não somente criar uma imagem de Dilma, mas também incluem uma figuração do Partido dos Trabalhadores.

DIREÇÃO 1			
FUNÇÃO DO SAdj		POSIÇÃO DO SAdj	
Classificadora	7,10%	Anteposto	15,38%
Qualificadora	92,90%	Posposto	84,62%

Tabela 16 – Percentual de usos dos adjetivos

- Pós-eleição de 2014

a) O governo de Dilma Rousseff/ PT não é confiável

Artigo 1 – A pior crise do governo Dilma é a de confiança!

28/08/2015 às 7:36

A pior crise do governo Dilma é a de confiança!

É evidente que o Brasil vive uma grave crise econômica, e os números de déficit primário divulgados nesta quinta não deixam a menor dúvida a respeito. Não é menos evidente que o país vive uma crise política, iniciada, sejamos precisos, com o desmoronamento do modelo supostamente distributivista do PT, que se ancorava no incentivo ao consumo, que era garantido por fatores alheios às virtudes do petismo. A Lava-Jato veio tornar tudo muito mais grave.

É certo que a recessão estaria aí mesmo sem a tal operação; é claro que o desemprego estaria em alta; é claro que os juros estariam nas estrelas; é claro que a inflação em 12 meses estaria roçando os 10%. E não seria menos clara a indignação das pessoas.

Ocorre que a Lava-Jato veio, digamos, arrematar esses sinais explícitos de incompetência com as safadezas explicitadas. Aí, meus caros, a mistura ficou mesmo explosiva.

Essa seria, então, a hora de testar um líder — ou uma líder. E, aí, como se diz em Dois Córregos, a porca torceu o rabo. Não havia liderança nenhuma no Palácio do Planalto. Longe de se mostrar um fator de estabilidade, Dilma resolveu ser uma alimentadora de problemas.

E eis que se plasmou, então, uma crise que é pior do que a econômica e a política: a crise de confiança. Não me refiro a aspectos subjetivos, de cunho existencial. Os agentes econômicos e políticos precisam olhar para quem está no poder e saber ao menos o que essa pessoa NÃO VAI FAZER.

O episódio da CPMF evidencia que não há clareza nem sobre isso.

Eis aí. Dilma merece ser deposta por todas as transgressões à Lei 1.079. Mas vai acabar caindo porque, no fim das contas, ninguém confia nela.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Governo Dilma, Impeachment de Dilma

Figura 18 – Crise de confiança

O título do artigo já instaura uma crise no governo de Dilma Rousseff, dando destaque à crise de confiança. O valor subjetivo da constatação de EUE é realçado por um elemento tipográfico (!), dotando o SAdj “crise de confiança” de uma carga afetiva. EUE tem uma reação emocional negativa à crise do governo, manifestando a sua presença no enunciado.

Vejamos os demais SAdjs selecionados lexicalmente por EUE:

- (159) *pior* crise
- (160) *grave* crise econômica
- (161) crise *política*
- (162) fatores *alheios*
- (163) virtudes *do petismo*
- (164) sinais *explícitos de incompetência*
- (165) safadezas *explicitadas*
- (166) fator *de estabilidade*
- (167) alimentadora *de problemas*
- (168) crise *de confiança*

EUE inicia o texto com um qualificador que, semanticamente, atribui um valor de modalização que exprime certeza acerca da sua constatação: é *evidente*. Além desse

qualificador de modalização, EUE usa repetidamente “é claro”, “é certo” para enfatizar que a crise econômica e política é independente da investigação da operação Lava-Jato. A forma como EUE inicia o seu enunciado coloca como dada a crise econômica no país devido a um documento que a comprova, ou seja, não é apenas a sua opinião de “do contra” ao governo, que diz haver uma (160) *grave crise econômica* no país; há dados comprobatórios de sua afirmação, tomada, pois, como verdade. Notem que, após especificar como “econômica” a crise, EUE avalia o seu estado negativamente com o adjetivo “grave”.

Numa escala de gravidade, (160) a grave crise econômica supera a (161) *crise política*, que não “é menos evidente” do que aquela, ocasionada por (162) *fatores alheios* às (163) *virtudes do petismo*. EUE não reconhece o período de crescimento econômico e desenvolvimento social que se deu na gestão do PT e atribui esse cenário, uma vez que o considera como real, a uma onda na qual o PT surfou durante os anos de economia internacional favorável. Há um traço irônico no uso de “virtudes”, uma vez que a operação Lava Jato desmascarou não apenas a incompetência do PT (164) como, também, as suas safadezas (165).

Ante esse quadro caótico para um país assolado por problemas políticos e econômicos, eis que o seu presidente deveria assumir o controle para garantir a estabilidade. Entretanto, EUE afirma que Dilma Rousseff não é o (166) fator *de estabilidade* com o qual o Brasil pode contar, pois ela é uma (167) alimentadora *de problemas*.

EUE não aponta quais problemas exatamente Dilma causou, mas apresenta a sua tentativa frustrada de aprovar a CPMF e o abalo sofrido pelo que ele chama de (168) *crise de confiança*, por ter ela transgredido a Lei nº 1.079 - lei que define os crimes de responsabilidade e regula o respectivo processo de julgamento, ou seja, a lei do impeachment.

Não foi só a operação Lava Jato que abalou a confiança em Dilma Rousseff, segundo EUE, mas, também, todas as ações incompetentes do PT teriam provocado uma crise econômica que levou à indignação popular.

Note-se que EUE não apresenta explicitamente as transgressões cometidas por Dilma Rousseff no exercício de seu mandato, que configurariam crime de responsabilidade. Ainda assim, ele o menciona como um fator de desestabilização da credibilidade da presidenta, que não teria a confiança da sociedade e nem da classe política para manter-se no cargo. Logo, Dilma perdera a sua legitimidade.

De fato, o Brasil passou por uma crise econômica, a qual, segundo analistas, foi provocada por um esgotamento dos recursos públicos, devido à má administração, e por uma conjuntura financeira internacional desfavorável – não sendo o Brasil o único país em crise. Some-se a isso, a crise política ajudou a moldar um mau cenário econômico internamente, pois um presidente não governa só; ele precisa de apoio do congresso para a aprovação de matérias que julga serem importantes para o país. Com uma base aliada desfacelada por uma série de conflitos e escândalos de corrupção, em alguns casos alheios à presidenta Dilma Rousseff, esta teve a sua governabilidade ameaçada.

EUE simplifica a realidade do cenário das crises às quais se refere sem fazer uma análise estrutural da conjuntura política e econômica que teria provocado a perda de confiança na presidenta. É preciso destacar que Dilma não teve seu nome envolvido diretamente em qualquer ilícito que pudesse provocar a perda da sua credibilidade. A “propaganda” da crise se deve, em certa medida, ao silenciamento de diferentes visões e enquadres da realidade para o leitor compreender o momento político delicado pelo qual o Brasil passou no ano de 2016. Sobretudo, em tais momentos, o jornalismo deve fazer uma análise mais plural da realidade, naturalmente selecionada pelos meios de comunicação, confirmando a visada de informação que deveria servir de guia para a prática jornalística.

Como diz Miralles (2011), o grande poder de propaganda da máquina midiática é quando os cidadãos nem se dão conta de que existem outros olhares sobre a realidade. O ocultamento deles é uma poderosa fonte de consenso, como no caso acerca da falta de confiança em Dilma e as consequências do imaginário criado, através da estratégia

de repetição, de ser imprescindível que Dilma deixe de ser presidente para o país tomar o rumo do desenvolvimento econômico - como se isso extirpasse a crise política.

Como visto, a legitimidade e a credibilidade caminham juntas no domínio político. Pouco a pouco, os artigos de opinião de *Veja* minaram a credibilidade de Dilma pelo uso de variadas estratégias, de forma a moldar uma imagem de um político incompetente para governar o Brasil. Embora a sua credibilidade tenha sido muito atacada, nenhum ilícito praticado por Dilma foi comprovado, logo não se vinculou a ela o ethos de desonestia.

Como, então, fazer Dilma tombar? Atacando a sua legitimidade pela criação do imaginário da crise de confiança. É interessante notar o envolvimento de EUE com o SAdj ***crise de confiança***, que assume traços definitórios com a ênfase dada à locução *de confiança*, não somente neste artigo como nos demais pertencentes a esta seção. Parte da classe política e parte da sociedade, indignada com a corrupção associada ao governo do PT, deram as condições para *Veja* e demais meios de comunicação criarem uma espécie de “consenso ideológico” sobre a necessidade de Dilma desocupar a presidência da República, seja pelo impeachment, seja pela renúncia - algo que Dilma sequer cogitou.

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS		
AFETIVOS	AVALIATIVOS	
	NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
		pior crise grave crise econômica crise política fatores alheios virtudes do petismo sinais explícitos de incompetência safadezas explicitadas fator de estabilidade alimentadora de problemas crise de confiança

Tabela 17 – Caracterização dos SAdjs

Artigo 2 – Cunha fez a crise econômica? A crise política? A crise de confiança? Pobre Dilma! Cunha é para ela uma solução!



Blog Reinaldo Azevedo

Análises políticas em um dos blogs mais acessados do Brasil

 Assine o Feed RSS | Saiba o que é

BUSCAR NO BLOG



21/07/2015 às 8:01

Cunha fez a crise econômica? A crise política? A crise de confiança? Pobre Dilma! Cunha é pra ela uma solução!

Ah, as tramas da linguagem, não é mesmo? José Guimarães (PT-CE), líder do governo na Câmara, sentindo-se forte o bastante para propor a paz, resolveu apelar a uma imagem de guerra e, referindo-se, ainda que de modo indireto, ao deputado Eduardo Cunha (PMDB-RJ), afirmou que o governo pretende estender a bandeira da paz. Disse:

“Nesses momentos de tensão, sempre é bom estender a bandeira da paz, a bandeira branca. E nós vamos estender a bandeira mais uma vez para o Congresso, que foi isso que estabeleceu as vitórias que tivemos aqui. É um novo momento do país. O tensionamento vem das ruas, vem do Congresso, vem de todas as partes. É normal. Todo mundo tem que ter responsabilidade com o país. Ninguém quer tocar fogo no país”.

Essa linguagem bélico-apocalíptica merece tradução. Se o governo diz que vai estender a bandeira da paz, então é sinal de que se admite em guerra, certo? Mas guerra exatamente contra quem? Contra o Congresso como um todo? Contra Eduardo Cunha em particular? O presidente da Câmara imediatamente rebateu. Disse não ser necessária bandeira nenhuma porque ele não está armado com fuzil.

Mas sigamos com Guimarães. Quando ele diz que ninguém quer botar fogo no país, está a dizer que... há gente querendo botar fogo no país. É mesmo? Quem e por quê? A resposta é simples. Isso traduz a qualidade do debate interno do PT. Pedir o cumprimento das leis — o que pode resultar, sim, na cassação do mandato de Dilma — seria sinônimo de incêndio. Essa linguagem, de aparente apelo à paz, é puro terrorismo político.

De certo modo, não deixa de ser uma sorte Dilma ter um adversário como o presidente da Câmara, que setores ditos “progressistas” da imprensa adoram odiar. Serve para disfarçar a falta de agenda. Vamos pensar: qual é a responsabilidade de Cunha na crise econômica? Zero! Qual é a responsabilidade de Cunha na crise de confiança? Zero! Qual é a responsabilidade de Cunha na crise política? Zero também! Eu diria que ele só assumiu o perfil que tem — de verdugo do governo — como consequência de uma crise política que já estava dada.

Façamos um exercício. Imaginem um cenário sem Cunha. Digamos que ele fizesse a vontade de seus adversários e renunciasse não só à Presidência da Câmara, mas também ao mandato, retirando-se da política. Que influência isso teria na ordem das coisas? Resposta: zero de novo! Ao contrário até.

Quem quer que circule um pouco pelo país real, que converse com pessoas, que dialogue com empresários dos mais variados setores, bem, essa pessoa terá a chance de constatar que Cunha vinha sendo visto mais como um fator de esperança para o setor produtivo, por exemplo, do que o contrário. Os tolos se fixam apenas na tal agenda de costumes que dizem "conservadora". Mas ele vinha acenando com mais do que isso.

Essa conversa de bandeira branca é bobagem. É coisa de governo sem agenda, que hoje luta apenas para não cair. O diabo é que ainda restam três anos e meio de mandato. Pra quê? Pra estender mais bandeiras brancas. Ou seja: pra nada.

Já citei o poema aqui uma vez e o faço de novo. Chama-se "À espera dos bárbaros", do excelente Constantino Kafávis (1863-1933). Já falei sobre ele num <http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/espera-dos-barbaros-poema/>. O texto segue abaixo. Cunha é, para Dilma, o que eram os bárbaros para os romanos no poema de Kafávis: uma espécie de solução. Por quê? Ela pode usá-lo como bode expiatório de sua própria incompetência. Segue o magnífico texto, na tradução de José Paulo Paes.

***Sem bárbaros o que será de nós?
Ah! eles eram uma solução.***

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Dilma, Eduardo Cunha

Figura 19 – Pobre Dilma

- (170) *pobre Dilma*
- (171) *linguagem bélico-apocalíptica*
- (172) *puro terrorismo político*
- (173) *crise econômica*
- (174) *crise política*
- (175) *crise de confiança*
- (176) *tramas da linguagem*
- (177) *imagem de guerra*
- (178) *bandeira da paz*
- (179) *qualidade do debate interno*
- (180) *cassação do mandato*
- (181) *sinônimo de incêndio*
- (182) *verdugo do governo*
- (183) *país real*
- (184) *fator de esperança*

(185) agenda *de costumes*

(186) bandeira *branca*

(187) governo *sem agenda*

(188) espécie *de solução*

(189) bode *expiatório*

(190) *própria* incompetência

(191) *magnífico* texto

Novamente, EUE, no título do artigo, instala as crises (econômica, política, de confiança) no cenário brasileiro. A estratégia da repetição, como na Direção 1, é usada para criar um efeito de realidade – simplificador como já analisamos – a ser cristalizado no esquema cognitivo de TUd.

Há de se notar que, assim como no artigo “A pior crise do governo Dilma é a de confiança!”, EUE faz uma gradação de gravidade da crise: econômica, política, de confiança, como se esta fosse o maior problema que aflige o Brasil.

Ao se colocar como analista das (176) tramas *da linguagem*, EUE vai tramando a sua própria. EUE atribui à fala do deputado José Guimarães um tom ironicamente belicoso: (171) linguagem *bélico-apocalíptica*, (172) *puro* terrorismo *político*, (177) imagem *de guerra*, (178) bandeira *da paz*, (182) *verdugo do governo*, (186) bandeira *branca*.

Com uma série de perguntas acerca da fala de Guimarães, EUE a desqualifica ironicamente pelo sentido de discurso – (179) qualidade *do debate interno* –, ao mesmo tempo em que cria para si uma imagem arguta, ao revelar que o cumprimento da lei, que poderia levar à presidenta Dilma a perder o seu mandato, é (181) sinônimo *de incêndio*, um sinal de guerra declarada, mas na visão de EUE trata-se de (172) *puro* terrorismo *político*.

EUE, ao negar a relação do presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, com a crise política que assolou o Brasil, ao silenciar as tramas políticas enredadas por Cunha para instalar uma crise política no país, produz não apenas um efeito simplificador da realidade, como a manipula – no sentido dado por

Chauradeau (2012a). Naturalmente, as mídias selecionam os acontecimentos da realidade que lhes interessam mostrar, o que, em si, já é uma deformação da realidade. Entretanto, quando essa deformação é intencional, o objetivo de informar o cidadão, sobretudo, em um momento delicado da vida política do Brasil, que afeta diretamente a vida social, é prejudicado, pois é silenciada uma parte importante da história político-social do país à instância cidadã.

É notória a imoralidade corruptora de Eduardo Cunha, a ponto de, mesmo alguns apoiadores do impeachment de Dilma Rousseff, colocarem-se contra ele. Logo, a corrupção que levaria Dilma Rousseff a perder o seu cargo não é escrita com a mesma pena para Eduardo Cunha, autor de desvios milionários de corrupção e lavagem de dinheiro (até mesmo a sua família participou do esquema) que está sob investigação da operação Lava Jato²³. Já Dilma Rousseff não figura em nenhuma lista com nomes de políticos indiciados por lavagem de dinheiro e corrupção, conforme atesta matéria do *The New York Times*: “Dilma é uma das raras figuras políticas no Brasil que não estão enfrentando acusações de enriquecimento pessoal ilícito.”²⁴

Posicionando-se ao lado de Cunha, elevando-o a (184) fator *de esperança*, EUE assume o risco de perder a sua face (GOFFMAN, 1980), isto é, perder o prestígio, criando para si o ethos de um sujeito sem ética, irresponsável, omissivo, pouco crítico para o seu público. Embora o texto de EUE esteja em consonância com as normas, valores e atitudes socialmente compartilhadas entre seus leitores (MIRALLES, 2011, p. 127), indignados com o governo do PT, uma boa parte deles não

23

Praticamente todos os veículos de comunicação brasileiros (e muitos internacionais) noticiaram o envolvimento de Eduardo Cunha em crimes de corrupção e lavagem de dinheiro, a ponto de o Supremo Tribunal Federal (STF) transformá-lo em réu na Lava Jato, após denúncia da Procuradoria-Geral da República.

24 “(Ms.

Rousseff is rare among major political figures in Brazil in that she has not faced accusations of illicit personal enrichment)”. Sobre esse aspecto, os jornais internacionais realçaram mais do que os locais Dilma Rousseff não ter seu nome vinculado às acusações da operação Lava Jato, como mencionado na edição de 11/04/2016.

compactua com as ações de Eduardo Cunha, porque são contra atos de corrupção.

O perigo do ocultamento da realidade é estabelecer uma polarização tão forte capaz de espalhar o fascismo em uma sociedade que já está furiosa o bastante e sensível a ponto de não discernir bem práticas de ódio, o que a filósofa Márcia Tiburi chama de “mercado do ódio midiático”²⁵.

É inconteste que Eduardo Cunha travou uma guerra política com o governo de Dilma Rousseff e tal conclusão não ocorreu apenas a um (187) governo *sem agenda* que quer usá-lo como (189) bode *expiatório* para ser uma (188) espécie *de solução* para a sua (190) *própria* incompetência, a qual, esta sim, pode e deve ser alvo de críticas por parte da oposição, afinal o dissenso deveria ser uma prática discursiva saudável para a democracia.

Ao atribuir o (191) *magnífico* texto de Kafávis como uma ode a Eduardo Cunha, EUE incorre em perder a sua credibilidade, por deixar de fazer uma crítica fundamentada ao que ele chama de governo incompetente de Dilma, para propor que uma das principais personagens envolvidas com corrupção na recente história do Brasil seja algum tipo de “solução”.

Quanto à subcategorização dos adjetivos em classificadores e quantificadores, tomemos o SA (170) *Pobre* Dilma, usado ironicamente por EUE. O adjetivo *pobre* não é empregado com valor afetivo, pois EUE não está consternado com a situação de Dilma Rousseff, mas sim como um qualificativo, pois Dilma não é pobre *per si*; EUE faz uma avaliação sobre ela em relação ao seu suposto algoz, o deputado Eduardo Cunha. A anteposição do adjetivo, nesse caso, é uma marca axiológica do enunciador no enunciado.

25 Márcia Tiburi aparece em um vídeo caseiro, que viralizou na rede social Facebook, em 05/04/2016, comentando a performance da advogada e professora de Direito da USP Janaína Paschoal em defesa do impeachment de Dilma Rousseff. No vídeo, Tiburi chama a atenção das pessoas para que não confundam o discurso da loucura com o discurso do fascismo.

Não podemos deixar de comentar o SA (175) crise *de confiança*, que repetidamente aparecerá em muitos outros textos de *Veja*. A locução adjetiva “de confiança” pretensamente atribui uma indicação objetiva ao substantivo “crise”, atuando como uma “verdadeira denominação para a subclasse, e, portanto, são denominativos, e não predicativos, possuindo um caráter não vago” (NEVES, 2011, p. 186). Segundo já vimos com Neves, os adjetivos classificadores correspondem, em geral, a sintagmas nominais do tipo **de + nome**. Entretanto, EUE faz uma permeação entre as subclasses, isto é, uma subclasse passa a outra. No caso, é como se a locução do SA (175) preenchesse os requisitos das duas subclasses, pois “de confiança” especifica um tipo de crise (em um momento em que parece haver várias), sendo, pois um classificador, e, ao mesmo tempo, atua como um qualificador. Empregada em sentido de discurso, “de confiança” contém um juízo de EUE sobre o governo de Dilma Rousseff e sobre sua figura política. Não à toa, em vários textos e até no mesmo texto, EUE repete o SA (175) de modo a fazer dele um sintagma cristalizado para TUD, transformando o problema da crise de confiança sobre Dilma Rousseff em uma verdade, que apenas pode ser combatida com o afastamento da presidenta do cargo.

SINTAGMAS ADJETIVAS SUBJETIVOS		
AFETIVOS	AVALIATIVOS	
	NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
		pobre Dilma linguagem bélico-apocalíptica puro terrorismo político crise econômica crise política tramas da linguagem imagem de guerra bandeira da paz qualidade do debate interno sinônimo de incêndio verdugo do governo país real fator de esperança agenda de costumes bandeira branca governo sem agenda espécie de solução bode expiatório própria incompetência magnífico texto

Tabela 18 – Caracterização dos SAdjs

Artigo 3 – Não dá mais, Dilma! A Presidência não pode mais ser ocupada pelo vazio. O país não aguenta

01/09/2015 às 3:35

Não dá mais, Dilma! A Presidência não pode mais ser ocupada pelo vazio. O país não aguenta

Nesta segunda-feira, algumas verdades vieram à luz apenas porque o governo já não consegue escondê-las nas dobras da impostura. O Orçamento de 2016 foi enviado ao Congresso. Nele se prevê um déficit de 0,34% do PIB — ou R\$ 30,5 bilhões. É a confissão de um desastre. Mas não só isso. Nelson Barbosa, ministro do Planejamento, teve de desmentir a presidente Dilma Rousseff, com todas as letras e sem subterfúgios. Afirmou: “Não é uma questão externa, e sim uma questão fiscal que atinge o Brasil hoje”. Ah, bom!!! A professora Dilma havia nos ensinado que isso tudo era culpa da crise internacional. Aí as pessoas procuravam a tal crise e não a encontravam. Mais: perguntavam-se por que a dita-cuja não atinge a maioria dos países da América Latina.

Enquanto o governo beijava a lona em Brasília, Michel Temer falava em São Paulo no Fórum Exame 2015. Disse que é importante que um governo reconheça seus erros — Dilma ainda não se ajoelhou no milho; ainda está na fase do talvez... Sabem como é difícil a um esquerdista a genuflexão no altar da realidade. Admitiu as dificuldades de criar um novo imposto — tese na qual ele próprio não embarcou — e disse com todas as letras que o país precisa cortar gastos. Foi aplaudido.

Foi aplaudido porque, com efeito, é necessário fazer esse corte. Mas por onde começar? O governo consome nada menos de 75% de sua receita com programas sociais, aposentadoria e funcionalismo. Boa parte desse dinheiro se transformou verba carimbada, desembolso obrigatório. Nos 12 anos em que o PT foi hipertrofiando o estado-pai-patrão, não parou um só minuto para pensar na entrada de receita. O mundo parecia ser uma festa, e Dilma se atrevia a dar lições de responsabilidade social aos europeus, como fez em 2012, em seminário realizado na França. Sabem como é... Da crise Irã-EUA à formulação de um novo e exitoso modelo de capitalismo social, nada escapou da ambição de Luiz Inácio Lula da Silva. E aqui chegamos.

Assim, o país vai fabricar déficit primário por pelo menos três anos seguidos: em 2014, a contabilidade foi maquiada pelas pedaladas criminosas; neste ano, o buraco já é da ordem de R\$ 9 bilhões, e outro de pelo menos R\$ 30,5 bilhões já está contratado para 2016. Em razão da recessão, que deve se prolongar no ano que vem — embora o governo preveja um discreto crescimento de 0,2% —, a arrecadação continuará sofrível.

Ora, sendo assim, o país tem apenas dois caminhos: ou faz um corte drástico de gastos, o que até agora não aconteceu, ou aumenta a receita. E essa segunda alternativa só vira realidade com elevação de impostos, o que ninguém quer. Mas, vá lá, às vezes, governos precisam fazer o que a sociedade rejeita em razão de dificuldades objetivas, independentemente das culpas.

E qual é a arena em que isso pode ser discutido e pactuado? É a da política. Não se elevam impostos ou se criam novos sem a anuência do Congresso. Vamos falar com clareza: Dilma tem condições de ser a líder a convencer as forças políticas a lhe dar essa licença, ainda que por algum tempo? Ora, por que o fariam?

Sim, o governo admitir o déficit não deixa de ter a sua valentia. O ministro do Planejamento reconhecer que a presidente faltava com a verdade até anteontem, quando atribuía as dificuldades do país ao cenário internacional, idem — embora a gente aguarde o “menti, sim” em boca própria, não é? Mas aonde isso nos leva além de a lugar nenhum?

Dilma deveria ter a grandeza de reconhecer que seu tempo à frente da Presidência acabou. As fantasias todas naufragaram. A crise econômica se casou à crise política, e ambos deram como fruto a mais indesejada das filhas: a crise de confiança. E a retomada da confiança virou o primeiro e necessário passo para que a gente saia do buraco.

Nesta segunda, Nelson Barbosa admitiu que o país começa a se recuperar só em 2017. É muito tempo para a Presidência da República ser ocupada pelo vazio.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Dilma, Governo Dilma, Impeachment de Dilma, Michel Temer

Figura 20 – Não dá mais, Dilma

- (192) *dobras da impostura*
- (193) *altar da realidade*
- (194) *novo e exitoso modelo*
- (195) *ambição de Lula*
- (196) *pedaladas criminosas*
- (197) *crise econômica*
- (198) *crise política*
- (199) *indesejada das filhas*
- (200) *crise de confiança*

O título do artigo é uma interpelação-desabafo à presidenta Dilma Rousseff para ela reconhecer que já não ocupa simbolicamente a Presidência (no item “b”, que segue a este momento da análise, ficará mais claro o jogo criado por EUE para forçar Dilma a renunciar ao cargo).

Após desabafar que o país não aguenta mais viver no caos político-econômico instaurado por Dilma Rousseff, EUE cria para o governo a imagem de mentiroso, escamoteador da verdade, uma vez que esta só veio à tona porque o governo não consegue mais encobrir o engano nas (192) *dobras da impostura*.

A mentira contada por Dilma é que a (197) crise *econômica* do país foi decorrente da crise internacional, a qual é tratada por EUE como inexistente. Temos, aqui, um problema de profundidade na análise de EUE por não mostrar as várias faces da crise econômica brasileira. A falta de visibilidade de diferentes visões e a exclusão de certas agendas distanciam os leitores da realidade e criam um consenso sobre o espaço vazio deixado por Dilma na Presidência.

A agenda jornalística é constituída de um repertório temático que é “o resultado de um processo de seleção de uma parte reduzida dos fatos que sucedem e que emergem em público (MIRALLES, 2011, p. 105). A omissão da informação, além de não promover o debate com vistas a esclarecer os leitores, gera o risco de uma comunicação irresponsável (op. cit., p. 94).

Ao afirmar que o governo mentiu, por ter atribuído a responsabilidade da crise econômica aos ventos internacionais, EUE omite a existência da crise econômica internacional, incluída a da América do Sul. Para criar um ethos de “bem informado” e, ao mesmo tempo, de neutralidade jornalística, EUE faz uso da citação de uma fala do Ministro do Planejamento – um *expert* em finanças públicas que teria desmentido a presidenta – e de dados sobre o orçamento brasileiro. Com essas provas, EUE cria o efeito de que Dilma está afastada do mundo real - (193) altar *da realidade*.

Não mencionar ou analisar a crise na América do Sul, provocada pela queda do preço das matérias-primas, junto com a desaceleração da economia chinesa e a elevação das taxas de juros dos Estados Unidos como causas que frearam as economias dos chamados países emergentes (nos quais se inclui o Brasil), é fazer um recorte muito estreito da realidade, o que não contribui para a formação crítica da leitura do público de *Veja*. Se EUE fizesse uma análise estrutural da conjuntura econômica, TUd teria um desenho bem mais íntegro da situação.

A crítica à condução dada pelo governo de Dilma Rousseff à economia interna, qual seja: de que houve mais gastos do que arrecadação, é válida e importante. Como já salientamos, o dissenso é fundamental para a democracia e os meios de comunicação têm um dos mais importantes papéis na sua articulação.

EUE ironiza o discurso de Dilma na Europa, em 2012, assim como um (194) *novo e exitoso* modelo que o Brasil estaria tentando implantar com a (195) *ambição de Lula*, o qual pelo sentido de discurso lemos como uma proposta econômica do PT anacrônica e fracassada, já que as contas do governo foram fabricadas pelas (196) *pedaladas criminosas*.

As “pedaladas fiscais” são uma prática comum nos governos executivos (prefeitura e governos estaduais e federal) para atrasar o repasse de dinheiro para os credores e as autarquias. Os governos apresentam despesas menores do que deveriam ser na prática e transferem remessas menores de dinheiro, maquiando artificialmente as contas públicas.

As pedaladas são chamadas de criminosas por EUE para endossá-las como crime de responsabilidade fiscal praticado por Dilma, uma justificativa para o seu impeachment. A questão em torno do processo de Dilma (e da defesa da própria presidenta) é que tal prática sempre foi recorrente no executivo – o que não justifica a (i)legalidade da prática em si, mas justificaria a motivação política (e não ética) do processo para incriminar somente Dilma.

Para leigos, entender as pedaladas fiscais é difícil, logo os meios de comunicação deveriam informar seus leitores sobre o que elas são. Não o fazendo, jornalistas não comprometidos com a apuração dos fatos podem jogar com a desinformação do leitor para fabricar a realidade que querem passar como verdadeira.

A pergunta que, então, se instala é: por que EUE omite esses dados de seus leitores? Para reforçar o cenário caótico da (200) *crise de confiança*, chamada por ele de a (199) *indesejadas das filhas* (sendo as outras duas, a crise política e a crise econômica), criando as condições para *fazer crer* a TUd que a única saída para o Brasil é Dilma Rousseff passar a faixa presidencial, seja pela renúncia, seja pelo impeachment.

Tomando um exemplo da subclassificação dos adjetivos neste artigo, EUE substitui intencionalmente o sintagma “pedaladas fiscais” por (196) *pedaladas criminosas*, demonstrando o caráter avaliativo da nova expressão de tipo bom/mau,

como proposto por Orecchini (1986). EUE percebe (e quer que TUd também apreenda a realidade mostrada no artigo) a criminalidade das pedaladas fiscais, tornando-as um crime praticado por Dilma Rousseff, e não atos administrativos corriqueiros. Para dar um pretenso ar de objetividade ao SA, a posposição do adjetivo “criminosas” vincula um caráter de definição ao nome “pedaladas”, parecendo ser mais uma etiqueta classificadora do que qualificadora.

SINTAGMAS ADJETIVAS SUBJETIVOS		
AFETIVOS	AVALIATIVOS	
	NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
		dobras da impostura altar da realidade novo e exitoso modelo ambição de Lula pedaladas criminosas crise econômica crise política indesejada das filhas crise de confiança

Tabela 19 – Caracterização dos SAdjs

b) Dilma/ PT é incompetente para governar.

Artigo 4 – Presidente Dilma, não se sacrifique por mim!

14/08/2015 às 21:57

Presidente Dilma, não se sacrifique por mim! Troco por renúncia. Ou: Lá vem ela espancar Guimarães Rosa

Ai, que preguiça Dilma me dá! A cada vez que ela não tem o que dizer, lasca um Guimarães Rosa para preencher o vazio. Pior: é sempre o mesmo trecho, como um disco arranhado. É sempre o mesmo Riobaldo de “Grande Sertão: Veredas”, citado pela metade — que a memória ali é curta para mais de uma oração principal e uma subordinada. Vamos ver.

A presidente foi a Salvador nesta sexta participar do programa “Dialoga Brasil”, depois de entregar algumas unidades do Minha Casa Minha Vida em Juazeiro. Disse na capital baiana que vai trabalhar pelo país mesmo “debaixo da pressão, desfaçatez e intolerância”. É mesmo?

Sensatez foi o que se viu no Palácio do Planalto nesta quinta, com o presidente da CUT, o senhor Vagner Freitas, pregando luta armada. Querem maior prova de tolerância do que aquilo?

Então ficamos assim: no que me diz respeito, abro mão do sofrimento. Dilma pode fazer por menos. Não quero que se sacrifique por mim. Troco minha parte pela renúncia. E todos podemos ficar felizes!

Demonstrando que não há a menor chance de que venha a aprender alguma coisa, disse o seguinte:

“Vou fazer uma afirmação até um pouco pretenciosa: se tem uma coisa de que tenho orgulho foi do que fizemos no governo Lula e no meu governo em relação ao Nordeste. E isso eles [a oposição] jamais vão tirar de nós.”

Quem quer tirar o quê de Dilma? Ela é que traiu a esperança e a confiança de milhões.

E aí veio o Riobaldo pela metade:

“A vida quer da gente é coragem”. Ela se saiu com essa no discurso de posse, no dia 1º de janeiro de 2011, quando, então, chamou Rosa de “poeta da minha terra”. Sim, ambos são de Minas, mas Rosa não era poeta. Aliás, na ocasião, ela atribuiu ao escritor uma frase que é um dito popular: “O que tem de ser tem muita força”...

Políticos adoram fazer citações literárias, mais ou menos com o mesmo propósito com que antigamente se compravam livros de capa dura para enfeitar a estante.

Rosa está longe de me seduzir, sabem os meus leitores mais antigos, mas cumpre recuperar a fala mais completa de Riobaldo, que é um pouco mais do que essa tola valentia contra adversários que Dilma sugere. A inflexão, na obra, tem um caráter mais existencialista do que guerreiro, mesmo na boca de um ex-jagunço:

“O correr da vida embrulha tudo, a vida é assim: esquenta e esfria, aperta e daí afrouxa, sossega e depois desinquieta. O que ela quer da gente é coragem. O que Deus quer é ver a gente aprendendo a ser capaz de ficar alegre a mais, no meio da alegria, e inda mais alegre ainda no meio da tristeza! Só assim de repente, na horinha em que se quer, de propósito – por coragem. Será? Era o que eu às vezes achava.”

Como se nota, é um deixar-se estar no mundo, em um propósito previamente definido, sem um projeto de poder, sem servir a um senhor que não seja a urgência de viver. Isso é precisamente o contrário do cinismo da política.

Acho Rosa superfaturado — já escrevi isso até em livro e apanhei o tanto proporcional à quase unanimidade que ele representa, engrossada por uma fatia enorme do que não o leram... Mas é evidente que ele não pode ser barateado assim.

Depois de fazer piadinhas sem graça com a palavra “pedalada”, o governador da Bahia, Rui Costa, afirmou o seguinte:

“Vejo gente que perdeu a eleição e não aceita. Quer maltratar o povo e criar o caos no país”.

O público, rigidamente selecionado, responde: “Não vai ter golpe” e “Olê, Olê, Olê, Olá/ Dil-má, Dil-má”.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Dilma, Guimarães Rosa

No título do artigo, EUe interpela diretamente Dilma Rousseff ao usar um vocativo. A interpelação contém um pedido e, em seguida, uma correção sobre a fala atentatória de Dilma contra Guimarães Rosa.

EUe procura, em seus espaços de fala, construir um ethos de crítico sagaz sobre a conjuntura política brasileira. Sujeito eloquente, mostra-se conhecedor de uma cultura erudita, provavelmente por julgar que para os TUD de *Veja* essas qualidades sejam necessárias para um bom analista do mundo social. A erudição é um valor cultuado pela classe média brasileira (TUD de *Veja*) não é de hoje, além de ser, muitas vezes, um artifício retórico que oculta a falta de conhecimento sobre alguns temas. Sobre isso, Machado de Assis, em *A Teoria do Medalhão*, já no final do século XIX, expôs como a engrenagem social brasileira é movimentada pela figura superficial dos medalhões. Tal artifício é empregado de longa data na sociedade brasileira pela cultura do bacharelismo, que tomou conta, também, da imprensa brasileira. Das Faculdades de Direito, onde se formou grande parte da nossa intelectualidade no final do século XIX e início do XX, muito bacharéis tomaram as redações de jornais, onde podiam “manejar a escrita, a frase lapidar, o pensamento inflexível, vistos pela sociedade como fundamentais e como a verdadeira essência da sabedoria” (BARBOSA, 2010, p. 150).

EUe sabe disso e várias vezes já revelou ser um leitor machadiano. Não à toa, recorre a exemplos e citações literárias para mostrar a sua erudição. É o que faz ao iniciar o seu texto: cita a expressão “ai, que preguiça”, repetida pela personagem Macunaíma, de Mário de Andrade, no livro de mesmo nome, para criticar o escasso repertório literário usado pela presidenta Dilma Rousseff como estratégia para mascarar a sua falta do que dizer. Comparativamente, EUe seria, se pensarmos em termos de uma escala cultural, um sujeito muito mais preparado intelectualmente do que Dilma e, por isso, ele sente uma grande preguiça de acompanhar o seu raciocínio.

Vejamos como os SAdjs usados por EUe para tecer a sua crítica:

(201) disco *arranhado*

(202) luta *armada*

- (203) *menor chance*
- (204) *tola valentia*
- (205) caráter (mais) *existencialista*
- (206) projeto *de poder*
- (207) cinismo *da política*
- (208) piadinha *sem graça*
- (209) Dil-*má*

EUE critica Dilma Rousseff pela sua fragilidade intelectual e política por ela citar equivocada e repetidamente Guimarães Rosa em seus discursos – (201) disco *arranhado*.

Do lado político, EUE desconstrói a tese de Dilma de estar sendo vítima da intolerância da oposição com o caso do presidente da Central Única dos Trabalhadores (CUT), que pregou a (202) luta *armada* dentro do Planalto. Sobre essa questão, valem algumas considerações. A primeira delas é a ausência de contextualização do episódio, isto é, o que de fato ocorreu, o que foi dito, quem estava presente no momento, quais foram as motivações do fato. Deslocada da realidade social, um exemplo lançado ao vento pode significar tudo ou nada, uma redução da complexidade dos fatos.

Em segundo lugar, EUE sabe que, no imaginário de uma certa classe média, o conceito “sindicalista” é estereotipado negativamente como um trabalhador preguiçoso, de esquerda, violento e até criminoso. O PT nasce ideologicamente de reações, na década de 1970, contra a política salarial e trabalhista imposta pela ditadura militar, que culminaram nas amplas greves de 1978, 1979 e 1980. Conforme diz Krischke (2006, p. 9), “as discussões atuais sobre a corrupção no PT às vezes tendem a atribuí-la a um certo caráter “mafioso” pretensamente congênito à atividade econômico-corporativa dos sindicatos”. Ao evocar a imagem do presidente da CUT, EUE estabelece, no plano discursivo, o imaginário da luta de classe entre a burguesia (formada por seus leitores) e os trabalhadores (associados ao PT), simplificando com um estereótipo o histórico de lutas políticas e de classe no país.

EUE fortalece o seu pedido de renúncia à Dilma Rousseff demonstrando que ela não tem a (203) *menor* chance de aprender nada, tanto pela sua arrogância quanto pela sua estupidez, já que traiu a confiança dos brasileiros.

A ignorância de Dilma se mede pelo seu desconhecimento das citações literárias (“o Riobaldo pela metade”) e do citado (“poeta da minha terra”). A (204) tola *valentia* de Dilma é interpretada por EUE em relação aos adversários políticos da presidenta no sentido de discurso. Já o uso “poeta”, em referência a Guimarães Rosa, é interpretado no sentido de língua, já que ele desconsidera de sua análise uma possível alusão de Dilma à linguagem criativa e inovadora roseana com a intenção de desqualificá-la intelectual e politicamente [(206) projeto *de poder* e (207) cinismo *da política*], atribuindo (205) um caráter (mais) *existencialista* à fala de Riobaldo - que, de fato, é a tônica de *Grande Sertão: Veredas*.

EUE denuncia, ainda, o mau uso das palavras que os políticos petistas fazem, como o fez o governador da Bahia, Rui Costa, com a palavra “pedaladas” em uma (208) piadinha sem graça. Note-se que, nesse trecho, EUE oculta a piada de seus leitores, deixando-os totalmente à mercê da parcialidade de sua visão sobre o acontecimento.

Mesmo não admirando a escrita de Guimarães Rosa, EUE aprende com o mestre uma lição: dar um novo sentido para o nome Dilma. Na tentativa de representar eufonicamente o coro dos participantes do evento, em Salvador, entoando o nome da presidenta, EUE cria uma expressão nova a partir do nome Dilma: (209) Dil-*má*. Decompondo o nome Dilma, EUE cria o sintagma *Dil má* deslocando a tonicidade da primeira sílaba para a segunda e atribuindo ao referente uma adjetivação. O nome da presidenta contém o atributo da maldade, logo ela é o Mal Absoluto que dever ser extirpado da política brasileira pelo ato da renúncia.

Sobre a subclassificação dos adjetivos em qualificadores/classificadores, em (209) Dil-*má* EUE faz uma analogia entre a última sílaba do nome da presidenta e o adjetivo “*má*”. O inventado adjetivo *má* de (209) é um qualificador do tipo bom/mau do domínio axiológico que vincula essencialmente tal atributo ao nome Dilma, estabelecendo, por parte de EUE, uma relação de contrariedade à presidenta.

Como analisado por Orecchioni (1986, p. 130), o problema dos adjetivos avaliativos é que eles “fazem as delícias do discurso polêmico, que trazem sempre uma certa dose de má fé”.

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS		
AFETIVOS	AVALIATIVOS	
	NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
		disco arranhado luta armada menor chance tola valentia caráter (mais) existencialista projeto de poder cinismo na política piadinha sem graça Dil-má

Tabela 20 – Caracterização dos SAdjs

Artigo 5 – Dilma, renuncia logo! O PT quebrou o Brasil! Governo vai mandar Orçamento de 2016 prevendo déficit primário. Deve ser o 3º consecutivo

**Dilma, renuncie logo! O PT quebrou o Brasil!
Governo vai mandar Orçamento de 2016
prevendo déficit primário. Deve ser o 3º
consecutivo**

Abaixo, vai um vídeo feito pela campanha eleitoral de Dilma Rousseff à reeleição. É coisa lá deles. Tanto é assim que, dada a lógica de associação de conteúdos congêneres, o Youtube oferece em seguida falas de delinquentes intelectuais, reforçando a farsa. Vejam. Volto em seguida.



Cadê aquela Dilma da campanha eleitoral, segundo quem o PSDB “quebrou o Brasil três vezes” — o que é mentira? Cadê aquela Dilma para falar dos menores juros da nossa história? Cadê aquela Dilma para se orgulhar do baixo desemprego?

Sabem por que essa gente não consegue andar hoje nas ruas — e não que eu endosse manifestações de agressividade com petistas? Porque há milhões de pessoas que se sentiram enganadas pela falsidade das promessas e agredidas pela arrogância com que foram feitas.

O que Dilma está esperando para convocar rede nacional de rádio e televisão e anunciar: “Quebramos?” Isso mesmo: o PT quebrou o país, embora tenha vivido circunstâncias internacionais positivas com as quais os antecessores não contaram. “Ah, mas e as nossas reservas?” O que têm elas? Dilma não pode transformá-las em Orçamento. Carregá-las, inclusive, supõe também um custo.

Internamente, quebrou. Não são os petistas que adoram fazer associação entre o país e uma casa, entre o Orçamento do Brasil e o orçamento doméstico? Quando um sujeito fica no vermelho, não paga nem o juro do que deve e vê aumentar o principal, o que isso significa? Que ele “quebrou”.

Pois bem: Dilma reuniu os ministros neste domingo — imaginem como é chato fazer parte dessa equipe — para tratar do Orçamento de 2016 que será enviado ao Congresso neste segunda. Ali se prevê déficit primário. Isso significa que não só o país não conseguirá guardar dinheiro para amortizar os juros da dívida interna como a verã aumentada. Vale dizer: está quebrado.

É claro que isso deriva de 12 anos da mais desbragada irresponsabilidade com as contas públicas. Inebriado por aquele modelo que era assentado na supervalorização das commodities, o PT enfiou o pé na jaca dos gastos e se esqueceu de planejar o futuro. Deu nisso aí.

Joaquim Levy, ministro da Fazenda, torce agora para ter a boa-vontade de estranhos. O país que havia prometido superávit 1,15% do PIB há meros sete meses vai fazer déficit primário por três anos seguidos, com recessão por dois, juros na estratosfera e inflação idem. Vamos contar que a grigolândia valorize o nosso ziriguidum, o nosso balacobaco, o nosso telecoteco e mantenha o país na condição de grau de investimento. Estamos por um degrau nas três principais agências de classificação de risco. Nota: no ano passado, não fossem as pedaladas criminosas, o déficit primário teria ficado claro já.

A esperança para evitar o déficit primário no ano que vem era mesmo a recriação da CPMF. Como se nota, a Saúde, à diferença do que tentou vender o petistas Arthur Chioro, não tinha nada com isso.

Dilma, faça um favor ao Brasil! Liberte o país da sua incapacidade de governar! Os brasileiros acabarão fazendo isso, mas demora mais, o que é pior para todo mundo! Com a renúncia, há até a chance de granjear alguma simpatia.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: déficit primário, Governo Dilma

Figura 22 – Renúncia de Dilma

(210) *falas de delinquentes intelectuais*

(211) *menores juros*

- (212) *baixo* desemprego
- (213) falsidade das promessas
- (214) *desbragada* irresponsabilidade
- (215) pedaladas *criminosas*

EUE apresenta um vídeo feito, segundo ele, pela campanha eleitoral de Dilma Rousseff. Entretanto, ao apresentar essa “verdade”, EUE exclui uma importante informação: a de que o vídeo, embora *a posteriori* tenha sido editado pela campanha de Dilma, foi contextualmente produzido em um debate televisivo durante as campanhas eleitorais, da qual participaram candidatos à presidência da República, entre eles Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB). Omitindo essa informação, EUE parece querer *fazer acreditar* a TUD de que o vídeo foi produzido e manipulado pelo PT.

A imagem congelada do vídeo destaca a fala de Dilma de que o PSDB “quebrou” o Brasil três vezes. Chama bastante a atenção do leitor tal afirmação, que afronta a sua expectativa. Para captar e desviar, ao mesmo tempo, a atenção de TUD para essa afirmativa anti-PSDB, EUE usa um tamanho de fonte grande para destacar, no título, a sua denúncia de que o PT quebrou o Brasil três vezes consecutivas. EUE não mostra provas de que Dilma está certa e nem de que ele mesmo está, já que não dispõe de dados, gráficos, entrevistas de especialistas, enfim, de provas que demonstrem as diferenças percentuais entre as taxas operadas pelas eras PSDB e PT. Segundo um quadro comparativo²⁶ que reuniu vários índices econômicos entre os anos de 2002 e 2013, publicado no *site*

26 Disponível em <http://jornalgnn.com.br/blog/iv-avatar/fhc-vs-lula-dilma-um-quadro-comparativo>. Acesso em 9 mai 2016.

GGN sob o título *FHC x Lula/Dilma, um quadro comparativo*, em 10/08/2014, a taxa de desemprego em 2002 (governo FHC) foi de 12,2%, enquanto em 2013 (governo Dilma) foi de 5,4%.

EUE usa um tom irônico no artigo, a começar pelas (210) falas *de delinquentes intelectuais*, que criticam agressivamente (e até com xingamentos) o PT e Dilma, demonstrando um conhecimento político mínimo, até mesmo para um opositor crítico do governo, como EUE.

Três adjetivos são empregados em posição anteposta aos substantivo porque EUE destaca não apenas o seu tom irônico, como enfatiza-o, vinculando a (211) *menores* juro a ideia de “os maiores” e a (212) *baixo* desemprego a ideia de “alto” e reforçando a ideia de falta de decoro em (214) *desbragada* irresponsabilidade. É pelo sentido de discurso que EUE opera esses conceitos que, no sentido de língua, seriam contrários às suas opiniões.

Tal estratégia busca levar TUD a entender: 1) a (213) falsidade *das promessas* de campanha de Dilma (a qual confirma a tese já levantada por EUE de que o governo petista sofre de uma crise de confiança condicionada) como uma (214) *desbragada* irresponsabilidade, isto é, Dilma e o PT intencionalmente manipularam informações; e 2) as pedaladas fiscais como (215) pedaladas *criminosas*, que levaram o Brasil a uma grave crise econômica e justificam o impeachment da presidenta. Há de se notar que a expressão “pedaladas fiscais”, cunhada pelo jargão político para explicar um ajuste econômico praticado pelos chefes do executivo, é transformada em uma expressão pejorativa pela mudança de um adjetivo mais objetivo (*fiscais*) por um mais subjetivo (*criminosas*).

Em mais um artigo, EUE reforça o discurso de pressão para que Dilma Rousseff renuncie ao cargo de Presidente da República interpelando-a por um vocativo precedente ao pedido de renúncia, já que EUE uma vez mais demonstra, no artigo, que ela é incapaz de governar o Brasil, porque não tem habilidade política e nem a confiança do povo.

Analisemos a subclassificação dos adjetivos com o exemplo (214) *desbragada* irresponsabilidade. Não bastasse EUE já qualificar o governo petista de irresponsável, pela

escolha do substantivo “irresponsabilidade”, a ênfase nesse atributo é dada pelo adjetivo “desbragada”, colocado em posição anteposta. Essa dupla marca de subjetividade ainda é acentuada pelo intensificador “mais”. E Ue opina negativamente, usando um adjetivo qualificador, sobre a falta de planejamento orçamentário dos 12 anos de gestão petista, um projeto intencionalmente irresponsável e, por isso, criminoso.

SINTAGMAS ADJETIVAS SUBJETIVOS		
AFETIVOS	AVALIATIVOS	
	NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
		falas de delinquentes intelectuais menores juro baixo desemprego falsidade das promessas desbragada irresponsabilidade pedaladas criminosas

Tabela 21 – Caracterização dos SAdjs

Artigo 6 – O discurso falacioso de Dilma. Ou: Modos de usar a realidade internacional

25/08/2015 às 16:15

O discurso falacioso de Dilma. Ou: Modos de usar a realidade internacional

A presidente Dilma encontrou seus bárbaros: são os chineses (ler post anterior). Eles justificam a melancolia e a desordem do seu governo. Ela decidiu agora se agarrar à desaceleração da China e ao transe financeiro daquele país como tábua de salvação.

Que exóticos são esses petistas, não é mesmo? Quando se dizia que o modelo irresponsável do lulismo se aproveitava de um ciclo inédito de valorização das commodities e se acusava os companheiros de não aproveitar aquela janela para 1) modernizar a economia; 2) promover os investimentos em infraestrutura, os pançudos vociferavam: “Ah, eles não querem pobre comprando geladeira!”; “Eles não querem pobre em aeroportos”; “Eles não querem pobre no mercado de consumo”. E não paravam por aí, não.

Quando alguém se lembrava de que o modelo petista se sustentava principalmente na extraordinária expansão da China, de que as valorizações formidáveis das commodities eram consequência, e aquilo não duraria eternamente, os críticos eram acusados de não reconhecer a sabedoria superior de um operário na condução da economia, muito melhor do que o acadêmico que o antecedeu.

Ou por outra: quando as circunstâncias internacionais favoreceram a irresponsabilidade petista — irresponsabilidade que, no entanto, foi muito bem remunerada em votos —, então se chamava a bonança que antecedia a melancolia de “competência”. Lula chegou a anunciar ao mundo um jeito brasileiro de ver as coisas. Em 2012, Dilma foi a fórum na França e enfiou o dedo na cara dos europeus: eles estariam errando em optar pela austeridade. Ela, ao contrário, estaria fazendo tudo certo por aqui.

Aí o leitor, sagaz como é, poderia inquirir: “Bem, Reinaldo, você foi um dos que afirmavam que o PT surfava num momento muito particular da economia mundial; logo, estaria obrigado agora a reconhecer que aquele momento não existe mais, então é consistente a justificativa segundo a qual a crise vem de fora”.

Esperta a objeção, mas errada. Eu não censuro tanto o PT do tempo das vacas gordas por aquilo que fez, mas mais por aquilo que deixou de fazer. Eu considero a realidade internacional tanto antes como agora. Eu acuso o partido de estar fazendo o país passar hoje por agruras que aí não estariam se tivesse feito a coisa certa antes. Eu trato o Brasil como um ente inserido no mundo no passado e no presente.

O petismo, que, até outro dia, anunciava ser o Brasil uma ilha de prosperidade num mar de recessão, joga, agora, nas costas da realidade internacional o peso de todos os seus erros.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: China, Governo Dilma

Figura 23 – O discurso falacioso de Dilma

- (216) discurso *falacioso*
- (217) transe *financeiro*
- (218) modelo *irresponsável do lulismo*
- (219) valorizações *formidáveis*
- (220) *irresponsabilidade* petista
- (221) jeito *brasileiro*
- (222) tempo *das vacas gordas*
- (223) ilha *de prosperidade*
- (224) mar *de recessão*

O título do artigo afirma que o discurso de Dilma Rousseff é enganoso, ou seja, seu discurso é proferido com a intenção de enganar o povo pela manipulação de informações sobre a realidade econômica internacional intervir na economia brasileira. E Ue assume, pois, o ethos de acusador. Entretanto, para provar seu ponto de vista,

endossa-o com um artigo que escreveu anteriormente, em 08/07/2015, intitulado “*Boom*” chinês, e das commodities, virou cocô no Brasil. E agora?”. Embora EUE solicite a TUD que leia o *post* anterior, não o disponibiliza de acordo com o código da WWW, isto é, EUE não utiliza um hiperlink para dar coesão ao seu discurso na rede virtual, prejudicando não apenas TUD a realizar a ação sugerida pelo verbo imperativo “leia”, como também afeta as tramas do seu próprio discurso, que poderiam ser melhor articuladas em ligações eletrônicas.

Em outros artigos (como o Artigo 3 desta seção), EUE não contextualiza a crise econômica brasileira no cenário internacional. Aqui, cria para si o ethos de um analista mais responsável e afinado com a conjuntura econômica de forma global e local, o que acaba por dar mais credibilidade à sua análise para os seus leitores. Tanto é que EUE se refere ao leitor qualificando-o como sagaz, com vistas a incitá-lo a contrariar a sua argumentação. EUE evoca a sua figura social (EUC) de modo a personalizar a sua crítica e mascará-la através de sua identidade social, que é mostrada por EUE como a de um analista antenado com o contexto histórico e social que fizeram o Brasil viver o (222) tempo *das vacas gordas*.

EUE critica mais contundentemente o governo petista do que Dilma Rousseff, estendendo a sua crítica até o governo Lula - (218) modelo *irresponsável do lulismo* e (220) *irresponsabilidade* petista -, que teria se vangloriado porque o Brasil estaria dando um exemplo ao mundo de como governar, mesmo em tempos de crise (221) jeito *brasileiro*. Ironicamente, EUE usa o recurso da antítese e da metonímia ao contrapor dois modelos representativos: (223) ilha *de prosperidade*, representando o Brasil, que estaria no rumo certo, e (224) mar *de recessão*, representando todo o mundo, que estaria controlando a crise de forma equivocada.

Tanto a falácia do discurso de Dilma quanto o modelo petista são repetidos neste artigo com o intuito de reforçar a falta de confiança no governo de Dilma Rousseff, como já fora feito no Artigo 3 desta seção.

O tema da irresponsabilidade nas finanças públicas vem à tona, mais uma vez, para criar a imagem de que o governo petista não tem mais credibilidade para

governar. EUE, ao mesmo tempo em que cria para si a imagem de analista político mordaz e atento aos contornos da crise e do enfrentamento do governo petista para combatê-la, desenha para o PT a imagem de esgotamento em sua confiança para minar a credibilidade da gestão petista.

Novamente, EUE usa um adjetivo qualificador em (218) modelo *irresponsável do lulismo*. Note-se que a dupla qualificação “irresponsável” e “lulismo” se emaranha discursivamente a outros julgamentos contidos em textos de EUC de que a gestão petista foi irresponsável economicamente. O adjetivo “irresponsável” é um qualificador, pois revela claramente a posição criticamente desfavorável de EUE sobre o PT. Quanto à locução adjetiva “do lulismo”, no sentido de língua ela atuaria como um classificador devido a sua função denominativa. Sobre isso, Neves (2001) diz que são classificadores os adjetivos derivados de nomes próprios, porque tipificam os substantivos que acompanham, consoante um conjunto de características ligadas às atividades do indivíduo de cujo nome derivam. Quais seriam os traços do ex-presidente Lula que EUE evoca ao usar a locução “do lulismo”?

O *lulismo* foi um termo cunhado pelo cientista político André Singer (2012) para explicar o afastamento programático de pautas importantes da esquerda adotadas pelo Partido dos Trabalhadores. Nesse sentido, como diz Cocco (2016), a experiência do lulismo é muito mais importante do que o próprio PT.

Embora EUE seja um conservador alinhado com uma política liberal abraçada pelo lulismo, cujo compromisso com o capital pode ser conferido na Carta ao Povo Brasileiro, ele se opõe ao fenômeno político-econômico, que tem componentes contraditórios pela combinação de um pacto mais conservador com medidas de combate à pobreza e à desigualdade social.

A esse já complexo conceito, EUE amalgama traços que avalia serem de Lula, tais como: oportunista, antiético, ignorante (EUE denomina Lula de “Apedeuta” em vários textos), manipulador, enfim, vários sentidos negativos são relacionados à figura do ex-presidente pelo sentido de discurso, acrescentando um novo significado a “lulismo”, uma prática de gestão econômica irresponsável que gerou uma grave crise econômica para o Brasil.

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS		
AFETIVOS	AVALIATIVOS	
	NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
		discurso falacioso transe financeiro modelo irresponsável do lulismo valorizações formidáveis irresponsabilidade petista jeito brasileiro tempo das vacas gordas ilha de prosperidade mar de recessão

Tabela 22 – Caracterização dos SAdjs

Nesta segunda e última fase, 149 SAdjs foram analisados em um total de 14 artigos de opinião (incluídos os do anexo 1) – 20 SAdjs a menos em relação à Direção 1. Assim como nesta fase, novamente os adjetivos dos SNs indicaram a opinião de EUE sobre o governo de Dilma Rousseff e do PT julgando-os de mentirosos, enganadores, irresponsáveis, incompetentes economicamente e, por conta disso, foi instaurada uma crise política e de desconfiança social e financeira no Brasil.

Embora representando apenas 16,10% dos adjetivos (24 do total) dos SAdjs analisados nesta segunda fase, a quantidade dos adjetivos classificadores mais que dobrou em relação à primeira fase (7,10%). Uma hipótese aventada por nós para esse fenômeno pode ser, como já vimos, criar uma “suposta objetividade” na caracterização nominal como propriedade existencial dos referentes nesta virada discursiva, representada com um tom mais imperativo, categórico e taxativo sobre Dilma e seu governo. EUE pede a renúncia de Dilma e “coloca-a na parede” apelando para a sua “saída honrada e honrosa” para o bem do país. Nesse sentido, o uso maior de adjetivos classificadores funcionaria como um “atenuante” para o tom imperativo do discurso de EUE.

Em relação aos dados percentuais sobre a função dos adjetivos em *classificadores* e *qualificadores* e sobre a posição que eles ocupam na cadeia sintagmática, temos a seguinte amostragem:

DIREÇÃO 2			
FUNÇÃO DO SAdj		POSIÇÃO DO SAdj	
Classificadora	16,10%	Anteposto	17,45%
Qualificadora	83,90%	Posposto	82,55%

Tabela 23 – Percentual de uso de adjetivos

Com exceção da hipótese levantada por nós sobre a maior quantidade de classificadores, os demais índices se mantiveram estáveis nas duas fases da análise, o que revela a mesma orientação adotada por EUE na construção do seu projeto discursivo: desestabilizar a confiança em Dilma Rousseff para criar as condições para que TUd creia que o PT não deve mais permanecer no poder.

Acontece que, até o momento que antecede a eleição de 2014, as estratégias empenhadas por EUE para abalar a credibilidade de Dilma estavam direcionadas a promover uma mudança eleitoral a partir desse pleito, o que não ocorreu, já que cerca de 54 milhões de brasileiros apoiaram o programa de governo apresentado pelo Partido dos Trabalhadores e votaram, pois, em sua candidata à reeleição.

DIREÇÃO 1			
FUNÇÃO DO SAdj		POSIÇÃO DO SAdj	
Classificadora	7,10%	Anteposto	15,38%
Qualificadora	92,90%	Posposto	84,62%

DIREÇÃO 2			
FUNÇÃO DO SAdj		POSIÇÃO DO SAdj	
Classificadora	16,10%	Anteposto	17,45%
Qualificadora	83,90%	Posposto	82,55%

Tabela 24 – Comparação entre a Direção 1 e a Direção 2

O que passamos a ver a partir do segundo governo de Dilma Rousseff é uma alteração discursiva cujo projeto de intenção não é mais atacar a credibilidade de Dilma, já que ela ganhou a eleição, mas sim a sua legitimidade. Possivelmente, os leitores de *Veja* mantiveram a sua orientação ideológica e não votaram pela reeleição da candidata petista. Entretanto, durante o segundo turno eleitoral, houve uma forte reação crítica nas redes sociais (algumas com tom irônico) por parte de muitos brasileiros não apenas à *Veja*, mas aos demais veículos de comunicação tradicionais, em forma de memes, posts e montagens variadas entre os candidatos e a classe política brasileira. Nessa época, *Veja* lançou várias capas denunciando exclusivamente o PT, além de pessoas e empresas ligadas a um esquema de corrupção engendrado pelo partido. Como reação, várias capas remixadas passaram a circular nas redes sociais como forma de denúncia e repúdio a essa seleção partidária feita pela revista²⁷. Esse dado, entre tantos outros, mostra como a internet passou a ser um lugar de poder onde circulam, com grande alcance, orientações ideológicas diversas. Uma revista como *Veja*, parte de um conglomerado empresarial do ramo da comunicação, tem esse alcance potencializado, já que é distribuída pelo meio impresso e se difunde pelo meio *online*, além de muitos de seus EUC participarem de programas na televisão, na rádio e em canais de vídeos *online*. As ideias de EUC ecoam em muitas redes de pessoas, que são atingidas por diferentes construções discursivas. 

27 Sobre as capas remix, ver MENEGUELLI (2015).

11. CONCLUSÕES E ABERTURAS

Aprendemos com Charaudeau que o sentido do discurso, para ser capturado, depende da análise das circunstâncias da enunciação e dos sujeitos envolvidos nela. O sentido do discurso é comunicativo e social e se estabelece em uma situação de troca entre os sujeitos, que precisam recuperar os dados em que a interação ocorre, ou melhor, em que o ato de linguagem surge e se desenvolve. Tanto o analista quanto o sujeito destinatário precisam ter um saber global que faz parte do processo de enunciação, pelo qual uma rede de intersubjetividades é tramada por um projeto de intencionalidade.

A nossa pesquisa teve a sorte e, também, o infortúnio de ser desenvolvida durante um processo político complicado para o Brasil. Ela nasce no fim do gozo deixado por uma gestão petista com altos índices de satisfação, passa por uma gestão que precisa encontrar a sua identidade e que, nessa busca, enfrenta muitas crises. A maior delas vem com uma crise política potencializadora da crise econômica, criando um cenário cujo *anima* é de insegurança, polarização e disputas. Passamos por um processo de impeachment sem supor que ele se instalaria entre nós, mas tendo em mãos um conjunto de dados que, após analisado, mostrou não ter sido uma mera proposição nascida de um crime de responsabilidade, mas sim um projeto envolvendo múltiplos interesses que se orquestrou em várias frentes. Uma das que tivemos acesso e acompanhamento foi a midiática.

Procuramos, no decorrer deste trabalho, responder às questões que traçamos no início do percurso. Os artigos de opinião de Veja são predominantemente verbais e complementados com recursos visuais e audiovisuais, como o uso de cor e negrito, fotografias e vídeos. Em relação aos *hiperlinks*, esperava-se maior uso desse recurso, já que os artigos são escritos para a revista digital. Em alguns artigos sequer esse recurso foi usado; em outros, foi quebrada a expectativa do leitor, uma vez que o uso de um *hiperlink* representa uma expansão da informação, o que não ocorreu. Tais formas de estruturar os textos indicam que a visada primordial dos

gêneros informativos, que é *fazer saber* o ouvinte/leitor, não é atendida, visto que uma das possibilidades geradoras de conteúdo digital informativos é o *hiperlink*.

A criação de um ethos e de uma imagem para o outro se dá em um cenário de rupturas no tocante ao problema da identidade, ou melhor, da identificação. Por um lado, para a comunidade não leitora de *Veja*, o ethos da revista se sustenta contra os valores da esquerda e apoia-se na fabricação de mentiras, no ressentimento e no enfrentamento simbólico entre classes sociais. Por outro lado, para a comunidade de leitores de *Veja*, o seu ethos é de um veículo de comunicação denunciante “do maior fenômeno de corrupção da história” do Brasil ocorrido durante a gestão PT. Essa expressão não é de *Veja*, mas sim do escritor e, agora, colunista Ferreira Gullar em um artigo escrito para a *Folha de S. Paulo* em 01/05/2016, mostrando que a encenação reproduzida em várias cadeias discursivas, em diferentes contextos, meios de comunicação e suportes criam um efeito de realidade instaurador de um imaginário de verdade. É fácil com os recursos disponíveis aos meios de comunicação reduzir o outro a uma categorização que o estereótipo. No caso de *Veja*, as denominações contra a revista podem ser tão ressentidas quanto a práxis da própria revista. E aí ficamos numa penumbra que o olhar da ciência ajuda a dissipar.

É bem provável que um leitor contrário à *Veja* não se dê ao trabalho de lê-la. Talvez ele nem sequer a tenha lido e se deixou seduzir pela propaganda propagada por sua comunidade de pertencimento de que a revista é falaciosa. Entretanto, *Veja*, há muitos anos, é uma das revistas mais lidas do Brasil. Seus colunistas trabalham em outros veículos de comunicação e têm programas em outros suportes que não o da revista impressa e digital. Em que tramas de linguagem – para usar uma expressão de um de seus colunistas – o leitor destinatário se enreda pelo enunciado representado por *Veja*? A adjetivação mostrou-se um recurso bastante sedutor e, por isso, recorrentemente usado para construir o imaginário capaz de representar os valores comuns da revista e de seus leitores no gênero artigo de opinião. A repetição explícita de alguns SAdj e a repetição evocadora de um universo comum

para muitos SAdj é potencializada pelo jornalismo digital em relação ao impresso. Se pensarmos na circulação de um texto pela Web e os vários modos de acesso a ele pelo leitor, a repetição de uma palavra/expressão é um recurso poderoso para instaurar *uma verdade*, além da facilidade de edição e montagem que uma palavra/expressão pode sofrer com a estratégia discursiva do destaque.

A revista precisa lidar com o projeto de construir uma comunidade de pertencimento, na qual os seus leitores (e novos) se sintam representados, sintam o seu descontentamento levado em consideração, suas opiniões transformadas em certezas, isto é, o sentimento de que não estão sozinhos com as suas ideias. Não temos como, cientificamente, dizer quem é a comunidade de leitores da revista *Veja*, porque ela é muito abrangente. Pode haver um leitor que não se sinta representado pela seção “política”, mas que se interessa pela seção “cultura” da revista.

O que é evidente é que a comunidade em torno da figura enunciativa de *Veja* se aglutina contra um ponto comum: marcar um lugar radical em relação à alteridade representada por Dilma Rousseff. Pela análise do nosso *corpus*, Dilma encarna (e, talvez, por isso, o seu carisma tenha sido modificado ao longo da sua trajetória como presidenta, conforme veremos a seguir) valores diametralmente opostos aos levantados pelo sujeito enunciador. Dilma representa o empoderamento feminino contra a misoginia da política brasileira; Dilma representa os valores da democracia, seja pelo seu passado como guerrilheira, seja pela sua atuação como presidenta; Dilma representa a presença do Estado de bem-estar social; Dilma representa a luta pelos direitos humanos de indígenas, negros, mulheres, homossexuais e transgêneros; Dilma representa uma abertura de comunicação com povos marginalizados pelo poder capitalista, como a América do Sul, Índia, continente africano, China, Rússia. Esses valores não podem ser tomados como absolutos, até mesmo porque uma parte da esquerda é crítica deles, deslocando-os da figura de Dilma Rousseff. Isso mais uma vez mostra o quão fácil é categorizar e o quão complexo é tentar chegar à origem e aos meandros do imperativo das estereotipações.

O discurso das mídias, sobretudo, o do jornalismo, tem um papel fundamental na democracia e para a instância cidadã: deve dar visibilidade aos dissensos e discuti-los publicamente. Por isso mesmo, as mídias não ocupam uma posição hierárquica de autoridade, devendo-se utilizar de estratégias discursivas que *façam saber* ao mesmo tempo em que *façam crer* a instância cidadã. A questão que colocamos é: como avaliar e atuar em relação ao argumento da liberdade de imprensa que age sobredeterminando a visada de informação (fazer saber) à visada de incitação (fazer crer) por um viés ético e responsável do discurso das mídias? Ou, como questiona Miralles (2011), como defender a sociedade do poder dos meios de comunicação?

Sabemos que a imprensa se converteu em um negócio empresarial que se sustenta em postulados liberais. O problema é que, em nome da liberdade da imprensa, foram gerados desequilíbrios entre o incitar e o informar e entre a participação de diferentes atores sociais na construção social da notícia e na sua difusão.

Dentre os recursos linguísticos usados por *Veja* para criar imagens de Dilma Rousseff está o sintagma adjetivado (analisado nesta pesquisa), empregado no intuito de instaurar um imaginário sociodiscursivo negativo de Dilma para a opinião pública com a intencionalidade de fazer crer que ela não congrega condições mínimas para ser presidente do Brasil. A recitação verbal diária e em diferentes colunas de *Veja online* faz circular discursos articulados de seus colunistas (EUc), endossando a corporação midiática do grupo *Veja* (EUe), que, como todo meio de comunicação de massa, recebe recursos privados e atende interesses até mesmo políticos, incorrendo em apresentar, apenas, um ponto de vista sobre os fatos políticos e empobrecendo, portanto, o debate democrático.

Em uma primeira fase da amostragem, a credibilidade da revista se constrói pelas provas apresentadas dos discursos proferidos por Dilma Rousseff para veicular o imaginário de que ela tem um pensamento débil, mostrado por seus “maus” usos linguísticos, como se a língua fosse uma transparência da realidade compreendida pelo sujeito. As provas apresentadas por *Veja* a “licenciam” usar

expressões fortes e agressivas na criação de uma imagem de Dilma ao seu público leitor (TUd), incitando polemizar a incapacidade de Dilma ser a representante dos brasileiros no Palácio do Planalto.

Nogueira (2013) diz que, quando a política é deformada pela ausência do confronto de ideias, ocorre a estigmatização alheia pelo discurso, que se estrutura em uma narrativa hiperbólica, raivosa e ressentida. O discurso de *Veja* adota esse tipo de estratégia ao representar Dilma Rousseff como uma pessoa intelectualmente despreparada e desarticulada linguisticamente, sem que haja provas de fato para relacionar tais incapacidades com a sua governança. O uso de lugares comuns, tais como *linguagem é pensamento e fala sem sentido*, associada à insanidade como problema congênito, reforçam discursos estereotipados sobre Dilma, afastando-se de uma análise da situação política brasileira. A crítica que se faz a esse tipo de posicionamento da velha mídia é porque ela “não oferece espaço para o debate de questões de interesse público” (LIMA, 2013, p. 93).

Antes da eleição de 2014, o discurso de *Veja* continha um tom de humor que ridicularizava a figura pública de Dilma Rousseff a partir de recortes selecionados de suas falas, expostas fora de contexto. As imagens construídas com os SAdjs atribuíam para Dilma imagens de um sujeito não democrático, não confiável, iletrado e que não sabe pensar. Até este momento, os atributos amalgamados em uma imagem de Dilma Rousseff tinham a intencionalidade de minar a sua legitimidade como presidente da república.

Vimos, com Charaudeau (2005), que pelo processo de legitimação o corpo social reconhece alguém para agir em seu nome. A legitimidade pode ser dada em nome de um *saber* ou em nome de um *saber fazer*. Na construção imagética de *Veja*, Dilma não teria competência para agir legitimamente em nome dos brasileiros, já que ela *não sabe* e *não sabe fazer* (é iletrada, não sabe pensar). Pelo lado do sujeito enunciativo, seu ethos se institui dotado de capacidades intelectuais, representante das belas letras e da boa e pura cultura brasileira e, por isso mesmo, capaz de fazer uma análise crítica reveladora da incapacidade de Dilma para presidir o Brasil.

Entretanto, mesmo com um projeto intencional de parte da mídia (na qual se encontra Veja) de criar uma imagem ilegítima para Dilma Rousseff com vistas de que ela não ganhasse o pleito presidencial de 2014, a candidata à reeleição obteve maioria para governar o Brasil por mais quatro anos. Não queremos, aqui, difundir a ideia de que Veja (ou outros meios de comunicação) construíram a imagem de Dilma com base na fabricação de mentiras. Muitos fatos narrativos recortados e selecionados por Veja remetem a fatos concretos, que existiram no plano da realidade. Uma política econômica mal feita e crimes de corrupção ocorreram durante a gestão petista, mas a seleção dos escolhidos para serem narrados e argumentados, as implicações dos sujeitos envolvidos e aqueles que foram esquecidos, os pontos a que foram dado relevo, entre outros, contribuíram para vincular aspectos negativos à imagem pública de Dilma Rousseff e ao PT.

A partir da vitória nas urnas de Dilma Rousseff, desponta uma retórica da renúncia pegada ao descrédito da imagem de Dilma. A EUE já não interessa mais atacar a legitimidade de Dilma Rousseff, é preciso destruir a sua imagem de credibilidade, reduzindo-a a um descrédito absoluto, protagonizado pela figura do Mal. Se o ethos de Veja vinha sendo construído como de EUE denunciador, crítico e atento às mazelas praticadas por Dilma e seu partido, agora EUE passa a ser mais combativo, dando à Dilma a chance da rendição pelos seus “crimes”: a renúncia. Entretanto, o sujeito indiciado não se rendeu, porque não havia crime, logo EUE, já em fevereiro de 2015, passa a usar palavra impeachment repetidamente. A retórica da renúncia perde espaço entre linhas com a aprovação do processo de impeachment pela Câmara dos Deputados. Os SADjs usados, nesta segunda fase, já não se vinculam a uma imagem de despreparo para Dilma Rousseff, mas de alguém incompetente, porque afundou o país numa crise econômica, e sem confiança, porque traiu aqueles de quem recebeu votos com as políticas de austeridade, foi inábil para orquestrar o Congresso Nacional e, supostamente, cometeu crimes de responsabilidade.

Com ou sem o processo de impeachment contra Dilma Rousseff, Veja criou e cuidou de uma *mise-en-scène* de artilharia para minar a imagem pública da presidenta, criando efeitos de objetividade e de realidade ao atribuir significâncias qualificativas como se fossem uma substância do referente. Esse processo de atribuição, ao atingir a sua estabilidade, cria tais efeitos porque dirige a atenção dos leitores para um ponto particular que é tomado como uma totalidade.

Gostaríamos de abrir uma questão acerca do carisma: este não poderia passar por um processo de reconfiguração, assim como o ethos? Compartilhamos da opinião de Charaudeau (2014) de que o conceito de carisma deve ser estudado, no quadro da análise do discurso, como uma categoria do ethos, já que diz respeito à imagem do enunciador. Mas, no decorrer desta investigação, começamos a indagar o peso atribuído por Charaudeau ao carisma como algo que não pode ser construído, porque inerente ao sujeito.

Tendemos a avaliar o carisma como um aspecto que se destaca ou não ao sabor, também, das circunstâncias de discurso, isto é, como os saberes dos sujeitos acerca do mundo e dos protagonistas do ato de linguagem podem interferir no efeito que o carisma pode alcançar, essa força que emana da personalidade do indivíduo. A figura de Dilma é muito emblemática nesse sentido. O próprio Charaudeau (2014), dentre tantos outros, afirmou que Lula tem carisma e Dilma não o tem. Entretanto, durante o processo de impeachment, uma figura carismática irrompe de Dilma, mesmo que ambígua. As formas de identificação de muitos brasileiros com o processo enfrentado por Dilma talvez tenham sido promovidas, em parte, pela injustiça que ela sofreu, alavancando um processo de vitimização no imaginário de muitos brasileiros. Ao mesmo tempo aglutinaram-se em Dilma o “carisma de *alma mater*” (a mulher capaz de governar o Brasil em meio à misoginia da política brasileira) e o “carisma de chefe revolucionário” (incansável em sua luta). Ilustram bem essa simbiose as imagens que mostram a força de Dilma discursando, ao lado de Lula visivelmente abatido e derrotado, para o povo em seu primeiro pronunciamento após o Senado ter aprovado o seu afastamento por 180 dias.

De uma figura quase apática e sem carisma, cuja imagem nasceu atrelada à do ex-presidente Lula, o seu padrinho político, Dilma foi se tornando uma figura complexa, uma alteridade esgarçada tanto pela direita como pela esquerda. Como numa espécie de retrato de Dorian Gray, às avessas, a imagem que se quis perpetuar de Dilma foi de uma figura sem muitos contornos a serem exaltados e, talvez, isso tenha dado abertura para se criarem imagens de uma figura bufona, desajeitada, como mulher e como político, dura, imperativa, fria, enfim, parecia difícil ter acesso à Dilma Rousseff. Quando o caminho para chegar mais perto de Dilma foi aberto pelo processo de impeachment, uma figura mais humanizada foi ganhando espaço e aquela representação jocosa foi perdendo força.

Como diz Maingueneau (2013b, p. 109), o ethos, para exercer o poder de captação, precisa estar alinhado com a conjuntura ideológica. Parece que Dilma soube aproveitar essa lição. O ethos sofre uma disciplina do corpo, que aprende e apreende de um comportamento global, ou seja, as dimensões físicas e psicológicas do ethos são provenientes de um conjunto de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas socialmente, que podem ser realçadas por estereótipos. Dessa forma, o carisma, em alguma medida, poderia ser refinado ou, até mesmo afinado, de acordo com as representações sociais que vêm à tona em uma situação de comunicação inscrita em uma teia de discursos que surgem e ressurgem em um momento histórico.

Dessa forma, as representações, como um grande discurso de citações reapresentado para a sociedade, desarticulam o texto e o destacam do contexto. O processo dinâmico das representações sociais acarreta mudanças capazes de influenciar o comportamento de uma coletividade, conforme nos mostra Moscovici (2012). As mídias ajudaram a promover a mudança do comportamento social ocorrido no Brasil com as reportagens sobre a operação Lava-Jato e a cobertura das manifestações a favor do impeachment e contra o impeachment fermentando um caldo de dissensos, que explicitou o problema do falso consenso que parecia nos unir.

A questão da credibilidade na democracia passa pela identificação dos disfarces que a mídia – seja ela de opinião pública, seja político-partidária – usa para bloquear o acesso público da maioria e das minorias à participação direta em âmbito democrático. O interesse em manter-se no protagonismo político pode fazer com que ambos os meios de comunicação distanciem-se do papel fundamental de informar e dar voz aos cidadãos sobre os fatos de que tratam. Por isso, concordamos com Lima (2013) acerca da necessidade de se refletir sobre o tipo de cobertura política que é oferecida ao país.

Do nosso lugar, só podemos abrir essa reflexão pela linguagem, *locus* pelo qual os jogos de persuasão são estruturados bem como as suas estratégias. Conforme diz Charadeau (2014), a linguagem pode ser usada para o *bem* e para o *mal*, quando diz coisas depreciativas para tirar a credibilidade do outro. No caso de Veja, a linguagem foi usada em um jogo com tal intenção. Tal uso deve suscitar a reflexão sobre a responsabilidade ética dos meios de comunicação. O jornalismo ético deveria trabalhar polifonicamente em prol da construção social dos fatos, isto quer dizer que o jornalismo comprometido eticamente deve reconhecer e exibir as diferentes vozes da sociedade, suas divisões e os seus conflitos intrínsecos tendo como limite os direitos humanos e o respeito aos princípios da liberdade e da igualdade. Desse modo, não seria eleita uma verdade para ser apresentada, mas seria proposto um lugar de abertura para se discutir por diferentes olhares a vida social.

Reforçamos esse horizonte vislumbrado por Miralles (2011) porque sabemos que o discurso das mídias representa uma visão parcial e, por isso, deformadora do mundo. Colocar como limite para a sua atuação os direitos humanos é fortalecer a democracia e o próprio papel das mídias, visto serem estas consubstanciais para aquela. Talvez seja o limite posto pelos direitos humanos e pelos valores da liberdade e da igualdade o único capaz de promover um certo equilíbrio entre um dever de informar de forma responsável e atender o desejo da instância cidadã de ser captada por efeitos mais emotivos na narração dos fatos sociais. 🖱️

12. REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth; PIERROT, Anne Herschberg. *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Edeuba, 2004.

_____. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2013.

_____. *Apologie de la polémique*. Paris: Presses Universitaires de France, 2014.
ALTHUSSER, L. *Aparelhos Ideológicos de Estado: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

ARAÚJO, Júlio César Rosa de. *Transmutação de gêneros na web: a emergência do chat*. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos (orgs.). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. São Paulo: Cortez, 2010.

ARISTÓTELES. *Arte Retórica e Arte Poética*. Trad. Antônio Pinto de Carvalho. Rio de Janeiro: Ediouro, s/d.

_____. *Ética a Nicômaco; Poética*. 4ª ed. São Paulo: Nova Cultural, 1991 (Os pensadores, v. 2).

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. *Heterogeneidade(s) enunciativa(s)*. *Cadernos de estudos linguísticos*, Campinas, UNICAMP-IEL, n. 19, p. 25-42, jul./dez., 1990.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Editora Hucitec, 1981.

_____. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

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

BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil, 1800-1900*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

BARTHES, R. *The death of the author*. In: _____. *Image, music, text*. Hill and Wang, New York, 1977, pp. 142-148.

_____. *La antigua retórica*. Buenos Aires: Ediciones Buenos Aires, 1982.

_____. *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós, 1986.

BAUMAN, Zygmunt. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BECHARA, Evanildo. *Moderna Gramática portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015.

BENVENISTE, Émile. *Problemas de Linguística Geral I*. Campinas: Pontes Editores, 2005.

_____. *Últimas aulas no Collège de France*. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

BENITES, Sonia Lopes. VEJA essa: destaque e comentário. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). *Fórmulas discursivas*. São Paulo: Contexto, 2011.

BENTES, Ivana. *Respeitosamente vândala*. Revista Cult (versão online) nº 188. Entrevista cedida a Eduardo Nunomura. <http://revistacult.uol.com.br/home/2014/03/respeitosamente-vandala/>. Acesso em 16 mar. 2014.

BEZERRA, Paulo. Polifonia. In: BRAIT, Beth (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2012. p. 191-200.

BHABHA, Homi. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

BOURDIEU, Pierre. A Opinião Pública não existe. In: BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983, p. 173-182.

BRYMAN, Allan. *Quantity and Quality in Social Research*. London: Routledge, 1996.

CABRAL, Ana Lúcia T. *A força das palavras: dizer e argumentar*. São Paulo: Contexto, 2011.

CALLOU, D., et al (2003) "Sobre a posição do adjetivo no sintagma nominal: séculos XIX e XX", In: BRANDÃO, S. F. e M. A. MOTA (orgs.) *Análise Contrastiva de Variedades do Português: Projecto de Pesquisa Luso-Brasileiro em Curso*, Rio de Janeiro, In-Fólio, pag. 11-35.

CÂMARA JR. J. Mattoso. *Dicionário de filologia e gramática referente à língua portuguesa*. Rio de Janeiro: J. Ozon Editor, 1968.

CARNEIRO, Agostinho et al. O adjetivo e a progressão textual. *Letras & Letras*. Uberlândia, v. 8, n.1, pp. 31-34, 1993.

CARVALHO, J.A.; CARVALHO, A. A (Coord.). *Outras Retóricas*. Lisboa: Edições Colibri, 2006.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Terra e Paz, 1999.

CAVALIERE, Ricardo. *Palavras denotativas e termos afins: uma visão argumentativa*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2009.

CHARAUDEAU, Patrick. *Langage et Discours. Éléments de sémiolinguistique (Théorie et pratique)*. Paris: Hachette, 1983.

_____. Les conditions de compréhension du sens de discours. In: *Anais do I Encontro Franco-Brasileiro de Análise do Discurso*, Rio de Janeiro, 22-24 nov, UFRJ, 1995.

_____. Análise do discurso: controvérsias e perspectivas. In: MARI, Hugo; PIRES, Sueli; CRUZ, Amadeu Roselli; MACHADO, Ida Lúcia (orgs.). *Fundamentos e dimensões da análise do discurso*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, FALE/UFMG, 1999.

_____. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida Lúcia; MELLO, Renato de. *Gêneros: reflexões em Análise do Discurso*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2004.

_____. *Uma análise semiolinguística do texto e do discurso*. In: PAULIOKUS, Maria Aparecida Lino; SIGRID, Gavazzi (orgs.). Tradução Fabiana Komesi e Dilson Ferreira. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

_____. *Les stéréotypes, c'est bien. Les imaginaires, c'est mieux*. In: BOYER, Henri (Dir.). *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène*. L'Harmattan: Paris, 2007.

_____. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: LARA, Gláucia M. P.; MACHADO, Ida L.; EMEDIATO, Wander (Orgs.). *Análise do discurso hoje*. Vol. I. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008a.

_____. L'argumentation dans une problématique d'influence", *Argumentation et Analyse du Discours* [En ligne], 1/2008, mis en ligne le 2 de octobre 2008b. Disponível em: <http://aad.revues.org/193>. Acesso em 8 dez 2015.

_____. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional. In: PIETROLUONGO, Márcia. (Org.) *O trabalho da tradução*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2009, p. 309-326.

_____. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2012a.

_____. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2012b.

_____. Charisme quand tu nous tiens. *Les paradoxes du charisme en politique* (notes de campagne), 2012c. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Charisme-quand-tu-nous-tiens-Les.html>. Acesso em 22 de abr. 2016.

_____. *Discurso político*. São Paulo: Contexto, 2013a.

_____. *Discurso propagandístico entre seducción y manipulación*. In: Conferencia magistral de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Autónoma de México, 2013b, Ciudad de México. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZKCwGdDE0yY>. Acesso em 1º abr, 2014.

_____. *La conquête du pouvoir: opinion, persuasion, valeurs. Le discours d'une nouvelle donne politique*. Paris: L'Harmattan, 2013c.

_____. *Lula tinha carisma. Dilma não tem*. Entrevista concedida à Revista Encontro, 24 jun. 2014. Disponível em: http://www.revistaencontro.com.br/app/noticia/revista/2014/06/24/noticia_revista,149126/lula-tinha-carisma-dilma-nao-tem.shtml. Acesso: 11 jan 2016.

_____. Le charisme comme condition du leadership politique. *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], n° 7, 2015. Disponível em: <http://rfsic.revues.org/1597>. Acesso em 23 abr. 2016.

_____. *A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas*. São Paulo: Contexto, 2016.

_____. MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2014.

CHAUÍ, Marilena. *O que é ideologia*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1980.

CHOMSKY, Noam. *Aspects of the Theory of Syntax*. Cambridge, Massachussets: MIT Press, 1965.

COCCO, Giuseppe. Claros y sombras de 13 años de gobiernos del PT en Brasil. Entrevista concedida ao jornal *Diagonal*, 11/05/2016. Disponível em: <https://www.diagonalperiodico.net/global/30344-sombras-13-anos-gobiernos-del-pt-brasil.html>. Acesso em: 19 mai 2016.

COMPAGNON, Antoine. *O trabalho da citação*. Trad. Cleonice P. B. Mourão. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1996.

COSTA LIMA, Luiz. *História, Ficção, Literatura*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

CUNHA, Helena Parente. Os gêneros literários. In: PORTELLA, Eduardo et alii. *Teoria Literária*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1979.

DIJK, Teun A. van. *Discurso e Poder*. São Paulo: Contexto, 2012.

DONDIS, A. D. *Sintaxe da linguagem visual*. Trad. Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

DUCROT, Oswald. *El decir y el dicho*. Buenos Aires: Edicial, 2001.

EAGLETON, Terry. *Ideologia*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista: Editora Boitempo, 1997.

EGGS, Ekkerhard. Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna. In: AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2013.

FABBRI, Paolo. El problema actual es la formación de una identidad colectiva. *Portal Comunicación*. Entrevista cedida a InCom. Disponível em: http://www.portalcomunicacion.com/monograficos_det.asp?id=315.

FIORIN, José Luiz. *Linguagem e ideologia*. São Paulo: Ática, 2007.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Vozes, 1977.

_____. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitário, 2008.

_____. *A ordem do discurso. Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970*. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

FRAGOSO, Suely et al. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

GOFFMAN, Erving. A elaboração da face – uma análise dos elementos rituais da interação social. In.: FIGUEIRA, S. (Org.). *Psicanálise e Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alvez, 1980, pp. 76-114.

_____. Footing. Trad. Beatriz Fontana. In: RIBEIRO, B.T.; GARCEZ, P.M. (Orgs). *Sociolinguística Interacional*. 2a. edição. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

_____. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2011.
GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores*. São Paulo: Annablume, 2000.

_____. *As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo*. São Paulo: Annablume, 2003.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

_____. Quem precisa da identidade?. In: Tomaz Tadeu da Silva, Stuart Hall, Kathryn Woodward (Orgs.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2012.

HAUSER, Arnold. *História social da arte e da literatura*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

JACQUES, Maria da Graça C. Identidade e trabalho: uma articulação indispensável. In A. Tamaio, J. E. Borges-Andrade & W. Codo (Eds.). *Trabalho, organizações e cultura* (pp. 41-47). São Paulo, SP: Cooperativa de Autores Associados, 1996.

JAKOBSON, Roman. *Linguística e Comunicação*. São Paulo: Cultrix, 2010.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. In: _____ (Org.). *As representações sociais*. Rio de Janeiro, Ed. UERJ, 2001.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. *La enunciación de la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Edicial, 1986.

KRESS, G. Visual and verbal modes of representation in electronically mediated communication: The potentials of new forms of text. In: SNYDER, I. (ed.). *Page to screen: Taking literacy into the electronic era*. London, New York: Routledge, 1998, p. 53-79.

_____. *Literacy in the New Media Age*. London, New York: Routledge, 2003.

_____. Gains and Losses. In: *Computers and Composition*. Volume 22/No.1/2005. pp.5-23, 2005.

_____; VAN LEEUWEN, T. *Reading Images: the Grammar of Visual Design*. London: Routledge, 1996.

_____; _____. Front Pages The (Critical) Analysis of Newspaper Layout. In: BELL, A. and GARRET, P. (Eds.) *Approaches to Media Discourse*, pp. 186-219. London: Blackwell.

KRIEG-PLANQUE, Alice. “Fórmulas” e “lugares discursivos”: propostas para a análise do discurso político. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). *Fórmulas discursivas*. São Paulo: Contexto, 2011.

KRISCHKE, Paulo J. O sindicalismo e a trajetória do PT. In: *Cadernos de Pesquisa Interdisciplinares em Ciências Humanas*. Florianópolis, v. 7, nº 85, 2006. pp. 1-15. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/view/2185/4469>. Acesso em 28 abr. 2016.

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

LANDOW, G. *Hypertext: the convergence of contemporary critical theory and technology*. Baltimore, Jonh Hopkins Univ. Press, 1992.

LEMKE, Jay. *Travels in Hypermodality*. *Visual Communication*, London, v. 1(3), 2002, p. 299-325.

LIMA, Venício A. Mídia, rebeldia urbana e crise de representação. In: MARICATO, Ermínia et al. *Cidades rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil*. São Paulo: Boitempo: Carta Maior, 2013.

LIMA, Elizabeth C. A.; OLIVEIRA, Jessica T. P. Relações de gênero e misoginia da construção da imagem pública de Dilma Rousseff. In: *Revista de Estudos e Investigações Antropológicas*, ano 2, volume 2(2): 2015. pp. 30-51. Disponível em: <http://www.revista.ufpe.br/reia/index.php/reia/article/view/69>. Acesso em: 04/07/2016.

LINK, Daniel. *Como se lê e outras invenções críticas*. Chapecó: Argos, 2002.

LUCCHESI, Dante. *Língua e sociedade partidas: a polarização sociolinguística do Brasil*. São Paulo: Contexto, 2015.

MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 2007.

MAFFESOLI, Michel. *O sistema educacional não funciona mais*. Fronteiras do pensamento. Entrevista cedida a Zero Hora. Disponível em http://fronteiras.com/canalfronteiras/noticias/?16%2C206&fb_action_ids=870787519614993&fb_action_types=og.recommends. Acesso em 23 abr. 2014.

MAINGUENEAU, Dominique. L'idéologie : une notion bien embarrassante. In: *CONTEXTES* [En ligne], nº 2, 2007. Disponível em <http://contextes.revues.org/189>. Acesso em: 23 abr 2016.

_____. *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

_____. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2013a.

_____. *Análise de textos de Comunicação*. São Paulo: Cortez Editora, 2013b.

_____. *Frases sem texto*. São Paulo: Parábola Editorial, 2014.

_____. *Discurso e análise do discurso*. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

_____. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: _____; XAVIER, A. C. S. (Orgs.). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção do sentido*. São Paulo: Cortez, 2010, p. 15-80.

MARTIN, L.H. et al. *Technologies of the Self: A Seminar with Michel Foucault*. London: Tavistock, 1988. pp. 16-49.

MARTINS, Ana Maria Pina. *Movimento Dada: o banal e o indizível*. *Análise Psicológica* (1999), 4 (XVII): 723-726. Disponível em <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/aps/v17n4/v17n4a08.pdf>. Acesso em 17 de nov. 2013.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *A ideologia alemã*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

_____. *Para a crítica da economia política*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

MELO, Cristina Teixeira Vieira de. A Análise do Discurso em contraponto à noção de acessibilidade ilimitada da Internet. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos (orgs.). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. São Paulo: Cortez, 2010.

MELO, J. M. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MENEGUELLI, G. *Um estudo sobre elaboração e avaliação de material didático hipermodal para a educação a distância*. 2012. Dissertação (Mestrado) -

Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012.

_____. Eleição 2014 na rede social: cultura remix e os imaginários ideológicos das capas da revista *Veja*. In: *Fórum Linguístico*. Florianópolis, v. 12, nº 2, 2015. pp. 689-698. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/view/1984-8412.2015v12n2p689/30018>.

_____. Narrativas transmídias e uma cosm(o)ética ativista e jornalística na “Copa do Brasil”. *Rumores*, 2015. São Paulo, v. 9, n. 18, p. 310-324.

MEYER, Michel. *A retórica*. São Paulo: Ática, 2007.

MILLER, Carolyn R. *Gênero textual, agência e tecnologia*. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

MIRALLES, Ana María. *El miedo al dissenso*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2011.

MONDADA, Lorenza; DUBOIS, Danièle. Construção dos objetos de discurso e categorização: uma abordagem dos processos de referenciação. In: CAVALCANTE, Mônica M. et al. (Orgs.). *Referenciação*. São Paulo: Contexto, 2014.

MONNERAT, Rosane S. M. *A adjetivação no texto publicitário e a construção de identidades*. In: XVII Encontro Nacional da ANPOLL, 2002, Gramado. GT de Linguística do texto e Análise da Conversação, 2002.

_____. A dimensão simbólica na construção da palavra publicitária. In: *I Simpósio Internacional de Letras Neolatinas*, 2005, Rio de Janeiro. I Simpósio Internacional de Letras Neolatinas - Entre moinhos e livros: audácias e impasses da modernidade: Programa & Resumos, 2005. p. 102. Acesso em 25 fev. 2016.

_____. O discurso publicitário e o jogo de máscaras das modalidades discursivas. *Veredas: revista de estudos linguísticos*, 2009. Juiz de Fora, v. 3, n. 2 - p. 97 a 108. Disponível em <http://www.ufjf.br/revistaveredas/files/2009/12/apresentacao16.pdf>. Acesso em 9 fev. 2015.

MOSCOVICI, Serge. Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história. In: JODELET, Denise (Org.). *As representações sociais*. Rio de Janeiro, Ed. UERJ, 2001.

_____. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2012.

NASSIF, Luis. Lava Jato: tudo começou em junho de 2013 com a primavera brasileira. In: *A resistência ao golpe de 2016*. PRONER, Carol; CITTADINO, Gisele; TENENBAUM, Marcio; FILHO, Wilson R. (Orgs.). Bauru: Canal 6, 2016. pp. 247-252.

NEVES, Maria Helena de Moura. *Gramática de usos de português*. São Paulo, Editora Unesp, 2011.

NICOLA, José; INFANTE, Ulisses. *Gramática contemporânea da língua portuguesa*. São Paulo: Editora Scipione, 1990.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. *As ruas e a democracia: ensaios sobre o Brasil contemporâneo*. Brasília: Contraponto, 2013.

OLIVEIRA, S. *Texto visual e leitura crítica: o dito, o omitido, o sugerido*. Linguagem e Ensino, Pelotas, vol. 9, No.1, jan/jun. 2006, p.15-39.

PAULIUKONIS, Maria. A. L.; MONNERAT, Rosane S. M. *Operações discursivas na enunciação*. In: LARA, Gláucia M. P.; MACHADO, Ida L.; EMEDIATO, Wander (Orgs.). *Análise do discurso hoje*. Vol. I. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. – (Lucerna; 2).

PATIÑO, Roxana. Identidad, territorios, diversidad. Para pensar la integración cultural en el Mercosul. In: ANTELO, Raul et al. (Orgs.). *Declínio da arte, ascensão da cultura*. Florianópolis: Editora Obra Jurídica, 1998.

PEIRCE, Charles S. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

PEREIRA, Taís Assunção Curi. Os estereótipos nos meios de comunicação. In: SILVA, Rafael Souza (Org.). *Discursos simbólicos da mídia*. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

PERINI, Mário A. *Sofrendo a gramática*. São Paulo: Ed. Ática, 1997.

_____. *Gramática do português brasileiro*. São Paulo: Parábola, 2010.

PLATÃO. *O sofista*. Trad. Carlos Alberto Nunes. s/e, 2003. Disponível em <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/sofista.html>. Acesso em 13 mar. 2014.

PRATA, Mário. *Pragmatismo Político*. Entrevista concedida ao Diário de Natal, 7 set. 2010. Disponível em: <http://www.pragmatismopolitico.com.br/2010/09/entrevista-de-mario-prata-escritor-ao.html>. Acesso em: 08 abr. 2014.

QUIRK, Randolph et al. *A Comprehensive Grammar of the English Language*. Nova York: Longman, 1985.

RANCIÈRE, Jacques. *O destino das imagens*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

RIBEIRO, Darcy. Roda Viva: entrevista. 4 ago 2008. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qMkpbf5wKXw&list=PLn-0laHXkRcfrE3FygPNSnrTE5UOAgIsP>. Acesso em mar 2014.

SANTAELLA, Lúcia. *Produção de linguagem e ideologia*. São Paulo: Cortez Editora, 1980.

_____. Por uma epistemologia das imagens tecnológicas: seus modos de apresentar, indicar e representar a realidade. In: ARAÚJO, Denize C. (org.). *Imagem (ir)realidade: comunicação e cibermídia*. Porto Alegre: Sulina, 2006. pp. 173-201.

_____. *O que é Semiótica*. São Paulo: Braziliense, 2007.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de Linguística Geral*. São Paulo: Cultrix, 2006.

SAVIOLI, Francisco P. *Gramática em 44 lições*. São Paulo: Editora Ática, 1991.

SCHUTZ, Alfred. *Sobre fenomenologia e relações sociais*. Petrópolis: Vozes, 2012.

SERRA, Carolina R. *A ordem dos adjetivos no percurso histórico: variação e prosódia*. 2005. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

SINGER, André. *Os sentidos do lulismo: reforma gradual e pacto conservador*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

SILVA, Suelen S. *A ordem dos Adjetivos no discurso midiático: séculos XIX e XX*. 2006. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

SILVA, Ademar; DALLA PRIA, Albano. A ordem variável do adjetivo em anúncios jornalísticos do século XIX: uma questão semântico-discursiva. *Alfa*. São Paulo, v. 45, pp. 71-83, 2001.

SLOTERDIJK, Peter. *No mesmo barco: ensaios sobre a hiperpolítica*. São Paulo: Estação Liberdade, 1999.

STEINER, George. *Extraterritorial: ensayos sobre la literatura y la revolución del lenguaje*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2009.

TÁVORA, A.D.F. *Construção de um conceito de suporte: a material, a forma e a função interativa na atualização de gêneros textuais*. Tese (Doutorado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Federal do Ceará 2008.

VALENTE, André. A argumentatividade na linguagem midiática: aspectos linguísticos da intencionalidade discursiva no uso de adjetivos e metáforas. In: VALENTE, André (org.). *Unidade e variação na língua portuguesa: suas representações*. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

VILCHES, Lorenzo. *La lectura de la imagen: prensa, cine, televisión*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1984.

XAVIER, Antônio Carlos. O hipertexto na sociedade da informação: a constituição do modo de enunciação digital. 2002. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade de Campinas, 2002.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Tomaz Tadeu da Silva, Stuart Hall, Kathryn Woodward (orgs.). Petrópolis: Vozes, 2012.

WEBER, Max. *Conceitos básicos de sociologia*. São Paulo: Centauro, 2002.

ZUMTHOR, Paul. *Performance, recepção, leitura*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

Revista Forum. *O casamento de Aécio Neves e a lua de mel com o BTG Pactual em Nova Iorque*. Disponível em <http://revistaforum.com.br/blogdorovai/2013/10/11/o-casamento-de-aecio-neves-e-a-lua-de-mel-com-o-btg-pactual-em-nova-iorque/>. Acesso em 4 nov. 2013.

R7. *“Antipatia” de Serra e Dilma deve marcar eleição*. Disponível em <http://noticias.r7.com/brasil/noticias/-antipatia-de-serra-e-dilma-devem-marcar-eleicao-20110121.html>. Acesso em 4 nov. 2013.

Effort to Impeach Brazilian President Dilma Rousseff Clears Congressional Panel. *The New York Times*. 11/04/2016. Disponível em <http://www.nytimes.com/2016/04/12/world/americas/brazil-panel-vote-dilma-rousseff-impeachment.html>. Acesso em 13 abr. 2016. 🖱

RESUMO

MENEGUELLI, G. Ecos do Ethos: um golpe na imagem pública de Dilma Rousseff em *Veja online*. Tese. Niterói: Universidade Federal Fluminense, Faculdade de Letras; 2017.

Com o aporte teórico da Teoria Semiollingüística de Análise do Discurso, analisamos a adjetivação como estratégia discursiva para a criação de imagens para a presidenta do Brasil, Dilma Rousseff, pela revista *Veja (online)*. Nossa análise se desenvolve em dois marcos situacionais: o período que antecede a eleição presidencial de 2014 e o período posterior a esse evento político. O estudo dos adjetivos no *corpus* desta pesquisa mostra como as escolhas lexicais podem ser usadas ideologicamente, quando extraídas do sentido de língua e submetidas ao sentido de discurso, pelos veículos de comunicação na criação de imagens estereotipadas. Ao construir uma imagem sobre o sujeito objeto de seu discurso, *Veja* cria para si, também, uma imagem de enunciador, a qual buscamos revelar durante esta investigação.

Palavras-chave: semiollingüística, *ethos*, adjetivação, estereótipo. 🖱️

ABSTRACT

MENEGUELLI, G. Ecos of the *Ethos*: a coup to the public image of Dilma Rousseff in *Veja* online. Thesis. Niterói: Universidade Federal Fluminense, Faculdade de Letras; 2017.

With the theoretical basis of the theory semiolinguistics of discourse analysis, we analyze the adjective as a discursive strategy for creating images to the president of Brazil, Dilma Rousseff, by magazine *Veja* (online). Our analysis is developed on two situational landmarks: the period before the presidential election of 2014 and the period subsequent to this political event. The study of adjectives in the *corpus* of this research shows how lexical choices can be used ideologically, when extracted from the sense of language and subject to the direction of discourse by the media in the creating stereotypical images. When building an image of the subject object of its discourse, *Veja* creates for itself also a image of enunciador, which we seek to reveal during this investigation.

Keywords: semiolinguistics, *ethos*, adjective, stereotype. 🖱️

ANEXO

DIREÇÃO 1 – pré-eleição de 2014

a) Dilma Rousseff não democrática/ não confiável

Texto 1 – Dez partidos se juntam contra decreto ditatorial de Dilma Rousseff. Vamos ver quantos são os deputados que não estão de joelhos

03/06/2014 às 16:04

Dez partidos se juntam contra decreto ditatorial de Dilma Rousseff. Vamos ver quantos são os deputados que não estão de joelhos

A nação ainda respira. A reação iniciada neste blog e no programa “Os Pingos nos Is”, da Jovem Pan, está começando a render frutos. Nove partidos decidiram se unir para tentar impedir que o famigerado Decreto 8.243, assinado na surdina por Dilma Rousseff, prospere. É aquele, leitores, que obriga os órgãos da administração pública federal a contar com “conselheiros” oriundos dos ditos movimentos sociais — vale dizer, os braços e as franjas do petismo. O texto é de tal sorte absurdo que explicita que esses movimentos podem ser “institucionais” e “não institucionais”. Ou seja: vale tudo. É o caminho da república bolivariana. É a presidente Dilma tentando imitar Hugo Chávez, o Beijola de Caracas.

Sim, leitores, dez partidos, depois do alerta que fizemos aqui, houveram por bem se juntar para tentar votar, em regime de urgência um decreto legislativo que torne sem efeito o arroubo totalitário de Dilma. São eles: DEM, PPS, SDD, PV, PSDB, PSD, PSB, PROS e PRB. No papel ao menos, somam-se aí 238 dos 513 deputados. Para que esse decreto legislativo seja aprovado, são necessários 257 votos na Câmara — metade mais um.

A decisão de levar imediatamente ou não a proposta à votação depende do presidente da Câmara, Henrique Eduardo Alves (PMDB-RN), que é, sim, da base governista, mas tem dado, com alguma frequência, sinais de independência. Vamos ver.

Já tratei ontem do assunto aqui. A Constituição, com efeito, prevê mecanismos de democracia direta, como o referendo, o plebiscito e a emenda de iniciativa popular. Essa história de “conselhos populares”, no entanto, na forma como veio, é feitiçaria para atrelar a administração pública federal, para sempre, ao PT. Trata-se de uma agressão ao princípio da democracia representativa e uma forma de jogar o Congresso para escanteio.

Falando à VEJA.com, o líder Rubens Bueno (PPS-PR) foi ao ponto: "A presidente tenta subtrair os Poderes do Parlamento brasileiro. É o mesmo modelo ideológico que se propôs para a Venezuela e para Cuba e que agora estão tentando trazer aos poucos ao Brasil. Temos que resistir a isso porque o Parlamento é o foro da sociedade brasileira. Esses conselhos subtraem a democracia porque são um aparelho do PT. Não podemos fazer que eles passem por cima da lei e caminhar pela estrada mais triste, que é o caminho antidemocrático que o PT está propondo. Isso vai acabar no STF".

"Dilma quer criar uma estrutura paralela de poder e dividir o cidadão em 1ª e 2ª classe", resume Mendonça Filho (PE), líder do DEM. Parece que o Parlamento brasileiro decidiu reagir às tentações totalitárias do PT. Eis a boa notícia.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: decreto legislativo, democracia

- | | |
|----------------------------------|---|
| (1) decreto <i>ditatorial</i> | (8) conselhos <i>populares</i> |
| (2) <i>famigerado</i> decreto | (9) modelo <i>ideológico</i> |
| (3) movimentos <i>sociais</i> | (10) aparelho <i>do PT</i> |
| (4) franjas <i>do petismo</i> | (11) caminho <i>antidemocrático</i> |
| (5) república <i>bolivariana</i> | (12) estrutura <i>paralela de poder</i> |
| (6) <i>Beijola de Caracas</i> | (13) tentações <i>totalitárias</i> |
| (7) arroubo <i>totalitário</i> | |

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS

AVALIATIVOS

NÃO AXIOLÓGICOS

AXIOLÓGICOS

	decreto ditatorial
	famigerado decreto
	movimentos sociais
	franjas do petismo
	república bolivariana
	Beijola de Caracas
	arroubo totalitário
	conselhos populares
	modelo ideológico
	aparelho do PT
	caminho antidemocrático
	estrutura paralela de poder
	tentações totalitárias

Texto 2 – Dilma Rousseff, a que vai se esconder do Itaquerão, repete discurso terrorista de campanha da TV e fala bobagem sobre o presente e sobre o passado

25/05/2014 às 6:37

Dilma Rousseff, a que vai se esconder do Itaquerão, repete discurso terrorista de campanha da TV e fala bobagem sobre o presente e sobre o passado



Dilma e o dedo na cabeça: do outro lado, mundo quase desabitado

A presidente Dilma Rousseff participou, neste sábado, de um evento da UJS, a União da Juventude Socialista, do PCdoB. Com aquela pouca destreza para as sutilezas do idioma com que Deus nos dotou a todos (nascemos idiotas, como sabem) — e que, no caso de Dilma, nem o tempo nem a escola conseguiram corrigir —, a presidente anunciou que não vai permitir a volta de **“espectros fantasmagóricos”**. Ao optar por construção tão especiosa, ela só demonstra que não sabe o que quer dizer a palavra, “espectro”, que vem a ser justamente sinônimo de... “fantasma”! Logo, Dilma promete que vai impedir a volta de “fantasmas fantasmagóricos”. Contra o pleonasma e a bobagem, ela não fez promessa nenhuma. Pretende deixar tudo como está.

Coitada da Dilma! E coitados de nós, também, caso ela obtenha sucesso na sua empreitada! Entendo esta senhora. Ela é uma ex-comunista (é ex?) e falava num encontro do PCdoB. É natural que seu cérebro estivesse numa espécie de convulsão, não é?, ainda que, ao pensar no assunto, eu imagine, assim, a mente presidencial como um lugar bem pouco habitado. Como esquecer as nove palavras iniciais do “Manifesto Comunista”, de Marx? A elas: **“Um espectro ronda a Europa – o espectro do comunismo”**. Só que o barbudo furunculoso não usava a imagem para assustar o “povo”.

Dilma meteu o pé na jaca, informa a **Folha**. Segundo a petista, seus adversários, se eleitos, vão promover “desemprego, recessão e arrocho salarial”. E avançou: “Eu não fui eleita para colocar o país de novo de joelhos, para acabar com a política industrial, privatizar empresas. Não fui eleita para varrer a corrupção para debaixo do tapete, como era a prática anterior”.

É tanta bobagem que mal se sabe por onde começar. “Política industrial”??? Segundo um estudo da Fiesp, entre 2004 e 2012, na gestão petista, a participação industrial na atividade econômica totalizou uma perda de 30,8%. A fatia de contribuição do setor manufatureiro para o PIB caiu de 19,2% em 2004 para 13,3% no ano passado. A taxa já é a menor desde 1955, quando a participação chegou a 13,1%. Se cair mais um pouco, o país chegará ao número de 1947 — 11,3% —, tempo em que o Brasil era uma economia rural, primário-exportadora.

Eis aí o resultado da genial “política industrial” do petismo. E por que a indústria precisa ser forte? Ora, perguntem aos países ricos ou à gigante China. Indústria em declínio significa exportação de emprego — e dos melhores empregos. Isso para começo de conversa. De qual “país de joelhos” fala Dilma? Aquele da hiperinflação, ao qual o PT se agarrava com patas e dentes — daí que tenha tentado sabotar o Plano Real de todas as formas possíveis? Quanto à privatização, dizer o quê? Dilma só não privatizou mais porque foi incompetente. Sua menção à corrupção só pode ser humor involuntário.

O discurso do medo, como resta óbvio, é o discurso de quem está com... medo. Estivesse ela flanando nas alturas, como há pouco mais de um ano, a conversa, obviamente, seria outra. A presidente que tenta botar terror nas eleições é aquela que decidiu silenciar na abertura da Copa do Mundo porque sabe bem o que o Itaquerão tinha reservado para ela.

Falar para os engajados da Juventude Socialista é fácil. Vá lá, Dilma, no Itaquerão, enfrentar o povo, cara a cara. Vamos ver se ele também aplaude.

Por Reinaldo Azevedo

- (14) discurso *terrorista*
- (15) espectros *fantasmagóricos*
- (16) fantasma *fantasmagórico*
- (17) mente *presidencial*

- (18) barbudo *furunculoso*
- (19) humor *involuntário*
- (20) discurso *do medo*

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS

AVALIATIVOS

NÃO AXIOLÓGICOS

AXIOLÓGICOS

discurso terrorista
espectros fantasmagóricos
fantasma fantasmagórico
mente presidencial
barbudo furunculoso
fumor involuntário
discurso do medo

Texto 3 – A fala indecorosa de Dilma sobre a Venezuela, a Ucrânia, a democracia etc.

25/02/2014 às 6:54

A fala indecorosa de Dilma sobre a Venezuela, a Ucrânia, a democracia etc.

A presidente Dilma Rousseff resolveu fazer nesta segunda, em Bruxelas, algumas reflexões sobre a Venezuela e a Ucrânia. Antes tivesse ficado calada. Há momentos em que o silêncio é uma verdadeira poesia. Dilma falou bobagem; sugeriu que, em certas circunstâncias, a ditadura pode ser até tolerável; tentou omitir o óbvio apoio que seu governo dá à Venezuela e evidenciou por que a liderança regional do Brasil é pífia. Sei que é patético e que parece piada, mas Dilma está um tanto a reboque de Nicolás Maduro, o psicopata venezuelano — quando, é evidente, deveria se posicionar como líder da maior economia da América Latina. Uma lástima.

Convidada pelos jornalistas a falar sobre a situação da Venezuela e se o Brasil se dispunha a fazer alguma forma de mediação, a presidente saiu-se com a cascata de que o país latino-americano vive uma situação completamente “díspar” da Ucrânia, onde o Parlamento depôs o presidente Viktor Yanukovich, na sequência de protestos que mataram pelo menos 82 pessoas.

O fantasma da Ucrânia está assombrando alguns tiranetes latino-americanos, daí esse esforço de Dilma para ser a Fada Sininho de Maduro. Deixem-me ver se consigo ser didático. De fato, a situação é diferente: Yanukovich foi eleito num pleito considerado, então, democrático e limpo — à diferença o maluco venezuelano.

A parte, digamos, “europeia” da Ucrânia se revoltou com a tutela econômica e, em certa medida, política que a Rússia exerce no país e foi às ruas, recorrendo — e é bom que isto fique muito claro — a métodos bastante violentos de contestação. Numa reação brutal e estúpida, a polícia foi produzindo cadáveres. E a crise chegou aonde chegou. Mas que se note: a Ucrânia, perto da Venezuela, era um exemplo de democracia.

Então, senhora presidente, não há dúvida de que são situações muito distintas: a Venezuela é uma ditadura.

Indagada sobre o cerceamento à imprensa no país vizinho, Dilma se limitou a exaltar os compromissos do Brasil com a liberdade de expressão, o que absolutamente não estava em questão. O tema era a Venezuela.

Numa declaração que vem a ser o exato oposto da verdade, afirmou: **“Eles [a Venezuela] têm uma história. Não cabe ao Brasil discutir o que a Venezuela tem a fazer, até porque seria contra a nossa política externa. Não nos manifestamos sobre a situação interna de nenhum país. Não nos cabe isso.”**

Mentira! Quando a pequena Honduras depôs o pilantra Manuel Zelaya, seguindo à risca a sua Constituição, Lula, em companhia de Chávez, chegou a incentivar a guerra civil. Quando, também segundo os rigores da lei, o Paraguai depôs Fernando Lugo, o governo Dilma retaliou suspendendo o país do Mercosul — aproveitando a janela, de forma indecorosa, para abrigar a Venezuela no bloco. Então é falsa a afirmação de que o Brasil não se mete na realidade interna dos outros países. Interfere, sim, quando se trata de proteger seus aliados ideológicos.

Agora mesmo, diante da crise venezuelana, com milícias assassinando pessoas nas ruas, o que disse o governo brasileiro? Afirmou que a sua posição é aquela expressa pelo Mercosul. E o que afirmou o comunicado do bloco, cuja presidência rotativa está com a Venezuela? Chamou os protestos da oposição de **“ações criminosas de grupos violentos que querem espalhar a intolerância e o ódio”**. Logo, o Brasil está chamando a oposição venezuelana de criminosa. Não se está diante de uma escancarada interferência nos problemas internos de um outro país?

Ainda mais indecoroso

Dilma disse algo ainda mais indecoroso:

“Para o Brasil, é muito importante que se olhe sempre a Venezuela do ponto de vista dos efetivos ganhos que eles tiveram nesse processo em termos de educação e saúde para o seu povo”.

Como é que é?

Ainda que a Venezuela fosse realmente um exemplo a ser seguido nessas duas áreas — é mais uma das mistificações das esquerdas latino-americanas —, o que Dilma está nos dizendo é que, para o Brasil, a questão democrática perde importância diante dos tais ganhos sociais. Ora, quem acredita nisso — e acho que a gente não tem por que duvidar da crença de Dilma nessa barbaridade; afinal, ela tem uma história... — está fazendo uma confissão: a presidente da República Federativa do Brasil está afirmando que ganhos em saúde e educação podem compensar a falta de democracia.

Não por acaso, o Brasil se tornou um importador de escravos cubanos, não é mesmo?

Numa fala em que nada está certo, a referência que fez ao Brasil não tinha como sair redonda. Para demonstrar o compromisso do Brasil com a democracia, lembrou que, **“nas manifestações de junho, não houve nenhuma repressão...”**. É, de fato, o governo federal ficou apenas assistindo, com um ministro ou outro, como José Eduardo Cardozo e Gilberto Carvalho, insuflando... Quem teve e tem de arcar com o peso da repressão ao vandalismo são os governos estaduais.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Governo Dilma, Ucrânia, Venezuela

(21) fala *indecorosa*

(22) *verdadeira* poesia

(23) psicopata *venezuelano*

(24) tiranetes *latino-americanos*

(25) Fada Sininho de *Maduro*

(26) Maluco *venezuelano*

(27) reação *brutal e estúpida*

(28) guerra *civil*

(29) forma *indecorosa*

(30) aliados *ideológicos*

(31) crise *venezuelana*

(32) *escancarada* interferência

(33) mistificações *das esquerdas latino-americanas*

(34) escravos *cubanos*

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS		AVALIATIVOS	
		NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
			fala indecorosa verdadeira poesia psicopata venezuelano tiranetes latino-americanos Fada Sininho de Maduro maluco venezuelano reação brutal e estúpida guerra civil forma indecorosa aliados ideológicos crise venezuelana escancarada interferência mistificações das esquerdas latino-americanas escravos cubanos

Texto 4 – A sabatina com Dilma: três momentos patéticos

28/07/2014 às 20:58

A sabatina com Dilma: três momentos patéticos

Ah, Dilma Rousseff, Dilma Rousseff... Vou comentar aqui ao menos três momentos da sabatina a que se submeteu a presidente, nesta segunda, promovida pela Jovem Pan, pela Folha e pelo SBT. Os meus destaques são um pouquinho diferentes dos que estão por aí. Vamos lá.

A presidente foi indagada sobre a tal cartinha enviada pelo Santander a um grupo de clientes afirmando que a sua ascensão ou estabilização nas pesquisas eleitorais provocariam uma deterioração dos índices econômicos. Dilma chamou a atenção para a suposta gravidade do fato — e não há nenhuma — e disse que o governo não pode aceitar esse tipo de interferência. Ficou no ar a sugestão de que uma instituição estrangeira tentou se meter nos assuntos nacionais. Alguém chegou a indagar, ridiculamente, se a presidente pretendia processar o banco. Ela não descartou de maneira peremptória a hipótese absurda. Até parece que isso seria possível!

Em primeiro lugar, não houve interferência de ninguém em coisa nenhuma. O Santander estava falando com os seus clientes. Mais: não há distinção entre empresa nacional e estrangeira, banco ou não. Processo? Os bancos funcionam mediante uma carta de concessão, que pode ser cassada. Por que Dilma não diz que lei o Santander desrespeitou?

Segundo momento

O segundo momento, que beirou o patético, avançando para o involuntariamente cínico, diz respeito ao dinheiro que ela confessou guardar no colchão: R\$ 152 mil.

Em 2010, eram R\$ 113 mil. Os jornalistas tentaram saber por quê. Ela evocou os tempos de clandestinidade, quando ter bens, digamos, carregáveis, poderia ser até uma questão de sobrevivência. Ninguém, obviamente, entendeu nada. Disse ainda que dá dinheiro à sua filha. Huummm... E se aplicasse a grana no... Santander?

Um dos jornalistas lembrou que, investido, esse dinheiro renderia R\$ 10 mil num ano. Dilma, então, mandou ver: "O que é (sic) R\$ 10 mil?". Percebeu a mancada e tentou se corrigir: "R\$ 10 mil são muito; eu não jogo fora nenhum dinheiro". Como se nota, joga!

A memória histórica agora entra quase como piada, mas é óbvia. Dilma, sob o codinome Estella, foi a mentora de um roubo milionário. Em julho de 1969, três carros com 11 guerrilheiros da VAR-Palmares estacionam em frente à casa no bairro carioca de Santa Teresa, onde morava um irmão de Ana Capriglioni, notória amante do ex-governador de São Paulo Adhemar de Barros. Lá, executando uma operação minuciosamente planejada por "Estella", que não tomou parte na ação, a VAR-Palmares roubou um cofre de chumbo pesando 300 kg, recheado com uma bolada de US\$ 2,16 milhões.

Pouco tempo depois, a VAR-Palmares se desintegra, por desentendimentos entre "Estella" e Carlos Lamarca. A maior parte do grupo seguiu a agora presidente — na época, Cláudio, seu primeiro marido, partira para Cuba a bordo de um avião sequestrado, e Dilma já se enamorava de Carlos, o gaúcho da VAR-Palmares — com quem veio a se casar e com quem teve Paula, a única filha, hoje procuradora do Trabalho em Porto Alegre — de quem se separou já depois da redemocratização.

Parte do dinheiro — US\$ 1 milhão — teria sido doada aos rebeldes argelinos. O resto teria sido usado para financiar a guerrilha. Seja como for, uma das guardiãs da grana era... Dilma! Virá daí a sua fixação por dinheiro em moeda sonante?

Mensalão

O terceiro momento grotesco da presidente diz respeito aos mensalões petista e mineiro. Ela acusou tratamento desigual dispensado aos respectivos: "dois pesos e umas 19 medidas". Bem, trata-se apenas de uma mentira. O mensalão mineiro ainda não chegou ao estágio do julgamento porque foi admitido pela Justiça bem depois do petista. Não há condescendência nenhuma da Justiça, do Ministério Público ou da imprensa! Muito pelo contrário. Insiste-se em dar tratamento igual ao que é desigual. No caso de Minas, sim, tratou-se, tudo indica, de caixa dois, mas não da compra de parlamentares, que é o aspecto mais grave da malandragem petista.

De resto, não ficou claro a quem Dilma estava se referindo. Sim, ela é candidata à reeleição. E isso evidencia que é presidente e que na Presidência está. Aliás, só fez sabatina em condições especiais — no Palácio da Alvorada e sem público — por isso. Não cabe à chefe do Executivo fazer considerações que sugeriram que a Justiça age de modo partidário e discricionário, o que também é falso.

A sabatina demonstrou que, no seu quarto ano de governo, Dilma continua sem ter o que dizer. E olhem que ela contou com interlocutores bastante brandos.

Por Reinaldo Azevedo

(35) momentos *da sabatina*
 (36) *suposta* gravidade do fato
 (37) hipótese *absurda*
 (38) roubo *milionário*
 (39) cofre *de chumbo*
 (40) rebeldes *argelinos*

(41) moeda *sonante*
 (42) momento *grotesco*
 (43) mensalões *petista* e *mineiro*
 (44) tratamento *desigual*
 (45) caixa *dois*
 (46) malandragem *petista*

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS

AVALIATIVOS

NÃO AXIOLÓGICOS

AXIOLÓGICOS

momento de sabatina
 suposta gravidade do fato
 hipótese absurda
 roubo milionário
 cofre de chumbo
 rebeldes argelinos
 moeda sonante
 momento grotesco
 mensalões petista e mineiro
 tratamento desigual
 caixa dois
 malandragem petista

b) Dilma é iletrada porque é incapaz de pensar

Texto 5 – As pesquisas reforçam a advertência: Dilma Rousseff é o Celso Pitta do Lula

09/05/2014 às 17:25 \ Direto ao Ponto

As pesquisas reforçam a advertência: Dilma Rousseff é o Celso Pitta do Lula

Atualizado às 17h25



Ambos deslumbrados com os altos índices de aprovação registrados nas pesquisas de popularidade, o prefeito Paulo Maluf em 1995 e o presidente Lula em 2007 resolveram mostrar-se capazes de instalar qualquer nulidade no cargo que ocupavam. Para que cumprissem sem resmungos a missão de guardar o lugar do chefe, como registrou um post publicado em julho de 2010, os escolhidos deveriam ser desprovidos de autonomia de voo e luz própria. Quanto mais medíocre, melhor.

Maluf pinçou no secretariado municipal um negro economista. Lula pinçou no primeiro escalão federal uma mulher economista. Ao apresentar o sucessor, o prefeito repetiu que foi Maluf quem fez São Paulo. Mas quem arranjou o dinheiro foi um gênio da raça chamado Celso Pitta, secretário de Finanças. Ao apresentar a sucessora, o presidente reiterou que foi Lula quem pariu o Brasil Maravilha. Mas quem amamentou o colosso foi uma supergerente chamada Dilma Rousseff, chefe da Casa Civil e Mãe do PAC.

Obediente ao criador e guiado pelo marqueteiro Duda Mendonça, Pitta atravessou a campanha driblando debates e entrevistas, declamando platitudes e louvando o chefe de meia em meia hora. Como herdara uma cidade mais que perfeita, restou-lhe embelezá-la com espantos de matar alemão de inveja. Nenhum fez mais sucesso nos programas na TV do que o Fura-Fila, um veículo leve sobre trilhos instalados em viadutos. Grávido de orgulho com o desempenho do poste que fabricara, o padrinho ordenou aos eleitores que nunca mais votassem em Paulo Maluf se o afilhado fracassasse.

Obediente ao criador e tutelada pelo marqueteiro João Santana, Dilma percorreu o circuito eleitoral driblando debates e entrevistas, gaguejando frases descartáveis e bajulando o chefe a cada 15 minutos. Como herdara um país pronto, restou-lhe acrescentar refinamentos que fariam do País do Carnaval uma Noruega com praia, samba e futebol. A campanha eleitoral nem começara quando os primeiros apitos do trem-bala anunciaram a chegada do Fura-Fila de Dilma. Grávido de confiança no poste que esculpira, o padrinho deixou claro que disputava o terceiro mandato disfarçado de Dilma, já conhecida nas lonjuras da nação como a "mulher do Lula".

São Paulo demorou três anos para descobrir que era governada pelo pior prefeito de todos os tempos. Descoberta a tapeação, os iludidos escorraçaram Pitta do emprego e Maluf nunca mais foi eleito para qualquer cargo executivo. Milhões de brasileiros já constataram que a nação é presidida por uma fraude. Os eleitores que ainda não enxergaram a vigarice são suficientemente numerosos para que a pior governante desde o Descobrimento continue a sonhar com um segundo mandato. Mas também sobram motivos para que a oposição acredite – e a última pesquisa Datafolha publicada nesta sexta-feira deixa ainda mais evidente – que uma era pode estar chegando ao fim.

“Volta, Lula!” não é uma palavra de ordem. É um grito de medo. Não é a senha para a ofensiva. É um pedido de socorro inútil. Se a afilhada naufragar, o padrinho não escapará do abraço de afogado. Dilma Rousseff é o Celso Pitta de Lula.

Tags: abraço de afogado, Celso Pitta, Dilma Rousseff, Duda Mendonça, Fura-Fila, João Santana, mulher do Lula, Paulo Maluf, trem-bala

(47) Celso Pitta *do Lula*
 (48) pesquisas *de popularidade*
 (49) lugar *do chefe*
 (50) desprovidos *de autonomia de voo e luz própria*
 (51) negro economista
 (52) mulher economista
 (53) gênio *da raça*
 (54) Brasil *Maravilha*
 (55) Mãe *do PAC*

(56) Grávido *de orgulho*
 (57) desempenho *de poste*
 (58) frases *descartáveis*
 (59) país *pronto*
 (60) grávido *de confiança*
 (61) *terceiro* mandato
 (62) “mulher *do Lula*”
 (63) *pior* prefeito
 (64) *pior* governante

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS

AVALIATIVOS

NÃO AXIOLÓGICOS

AXIOLÓGICOS

Celso Pitta *do Lula*
 pesquisas *de popularidade*
 lugar *do chefe*
 desprovidos *de autonomia de voo e luz própria*
 negro economista
 mulher economista
 gênio *da raça*
 Brasil *Maravilha*
 Mãe *do PAC*
 grávido *de orgulho*
 desempenho *de posse*
 frases *descartáveis*
 país *pronto*
 grávido *de confiança*
 terceiro mandato
 “mulher *do Lula*”
pior prefeito
pior governante

Texto 6 – Celso Arnaldo volta em grande forma: ‘Dilma Rodrigues, a pior frasista da República’

24/01/2014 às 13:44 \ Direto ao Ponto

Celso Arnaldo volta em grande forma: ‘Dilma Rodrigues, a pior frasista da República’



(Foto: Ueslei Marcelino/Reuters)

CELSO ARNALDO ARAÚJO

Como diria o Zózimo, não convidem Dilma Rousseff e Nelson Rodrigues para a mesma frase. Quando os dois se encontram num único período, máximas sobre futebol lapidadas sílaba a sílaba pelo frasista impecável saem mancando, distendidas, fraturadas — tornam-se dúvida não só para domingo como para sempre.

Ok, isso não ocorre só com Nelson. Ao tabelar com qualquer craque da palavra, Dilma é impiedosa: já agrediu até Camões, da seleção portuguesa, e seu Velho do Restelo. Outros autores nacionais, como se verá adiante, levaram dela botinadas de cartão vermelho. Mas Nelson Rodrigues, em tempo de Copa, tem sido sua vítima preferencial. Porque ninguém escreveu melhor sobre a pátria em chuteiras (“de chuteiras”, segundo Dilma) do que Nelson. E ninguém o tinha tratado tão mal.

Depois de bater bola no cérebro baldio da presidente, qualquer frase de Nelson Rodrigues, originalmente épica no sentido e helênica na forma perfeita, fica inutilizada para o futebol. Seu único consolo é ter um passado glorioso: foi, um dia, uma frase de Nelson Rodrigues. É o caso da antológica expressão “complexo de vira-latas”, com que o genial cronista esportivo contestava o pessimismo generalizado em torno das chances da seleção brasileira na Copa da Suécia.

Esse complexo nunca mais foi o mesmo depois de tentar passar por Dilma, no ano passado, em discursos proferidos em diversos eventos

relacionados à Copa. Manipulado pelo dilmês, esse legítimo puro-sangue rodrigueano ganiu como um vira-lata sarnento. Pior: foi usurpado pela presidente não para defender a seleção canarinho, como no contexto original, mas para retrucar abalizadas críticas a seu governo por parte da turma do “imagine na Copa” (*veja o texto do Augusto Nunes na seção Vale Reprise*).

As chuteiras imortais de Nelson Rodrigues foram novamente convocadas por Dilma, na inauguração do estádio Arena das Dunas, em Natal, para, outra vez, dar uma canelada no negativismo dos críticos. Mas era uma armadilha. Na coletiva de imprensa, indagada por um repórter se a exclusão da Arena da Baixada, com obras atrasadíssimas, não seria um vexame para o Brasil, Dilma engatou um “meu querido” imaginário e soltou:

— Ô gente, pelo amor de Deus! Não vamos fazer... Essa (sic) é o tipo da pergunta que mostra aquilo (sic) que o Nelson Rodrigues dizia: “Não é possível apostar no pior”.

Hummmm...Nelson dizia isso? Quando, onde, por quê? Mesmo quem não é expert em Nelson estranhará que o cronista que escreveu “no Maracanã, vaia-se até minuto de silêncio”, ou “na vida o importante é fracassar”, tenha cunhado uma frase tão murcha. Primeiro, porque sempre é possível apostar no pior — ou no Jockey Club não haveria azarões. Segundo...porque não parece Nelson. A frase não é redonda, não é lapidar, não é autodepreciativa, como “o brasileiro é um feriado”, não é... Nelson Rodrigues.

Bem, Nelson não deveria estar nos seus melhores dias. Só pode ser isso. Alguma hipótese de ele nunca ter dito isso? Claro que não. Afinal, a frase foi reproduzida pela presidente da República — e os jornalões do dia seguinte a reproduziram sem o menor questionamento. Algum risco de Angela Merkel colocar coisas na boca de Brecht para defender seu governo? Obama inventar um pensamento de Norman Mailer para referendar sua proposta polêmica de seguro-saúde? Claro que não.

Mas, espere: quem disse que ele disse isso foi ninguém menos que Dilma Rousseff — de quem nunca se ouviu uma frase sequer razoável em três anos de governo, incluindo as de outros, invariavelmente deformadas pela sintaxe do dilmês. Que não acerta nomes de cidades e de pessoas — outro dia, referiu-se três vezes a seu novo ministro da Saúde, o consultor Arthur Chioro, como “Choiro”, um sinal de como seu Ministério é a escolhido a dedo entre pessoas de sua total confiança.

Ok, mas, no caso de Nelson, dê-se a ela o benefício da dúvida. Ela realmente acha que ele dizia isso? Ou tirou esse pensamento tosco do mesmo lugar de onde saem seus próprios pensamentos? Um e-mail ao amigo Ruy Castro, magistral biógrafo de Nelson e organizador de sua obra completa para a Cia. das Letras, agora transferida para a Agir/Ediouro, buscou a resposta junto ao oráculo: há alguma frase dele remotamente similar a “não é possível apostar no pior?”.

A resposta de Ruy foi incontinenti e definitiva:

"Para fazer o livro *Flor de obsessão — As 1000 melhores frases de Nelson Rodrigues*, naturalmente consultei milhares de textos de Nelson. Afinal, de quantas se tiram as 1000 melhores? E nunca vi nem sombra dessa frase".

Óbvio ululante. Mas Dilma Rodrigues, cronista bisonha, estreou com enorme repercussão. "Não é possível apostar no pior" já passou à história como uma frase de Nelson Rodrigues citada pela presidente do Brasil. Digite-a agora, entre aspas, no Google. Hoje de manhã já havia 4750 resultados... todos atribuídos à parceria Dilma Rousseff-Nelson Rodrigues. O dilmês, o idioleto-fenômeno falado pela presidente, deforma não só o que é como o que nunca foi. O que é pior?

Há alguns meses, Dilma enviou um bilhete ao acadêmico Ivan Junqueira, divulgado pelo Palácio para demonstrar o pendor da presidente pela alta cultura, depois de supostamente ter lido seu livro "Poesia Reunida". Esse bilhete, aliás, é uma das três únicas manifestações escritas do dilmês conhecidas:

"Meu caro Ivan, a vida, como você escreveu, é pior que a morte; acreditar nisso nos dá força para compartilhar cultura e construir um país melhor..."

Espere: a vida é pior que a morte? Claro que não. Era apenas Dilma atribuindo ao refinado Ivan Junqueira uma frase de bilhete de suicida iletrado. Em "A sagração dos ossos", um dos poemas de "Poesia Reunida", há os seguintes versos:

"Sagro estes ossos que, póstumos,
recusam-se à própria sorte,
como a dizer-me nos olhos:
a vida é maior que a morte".

Ah, bom: a vida é maior, não pior, que a morte — graças a Deus.

Na verdade, quem sempre aposta e investe no pior é Dilma Rodrigues.

Tags: Celso Arnaldo, Copa 2014, Dilma Rousseff, Nelson Rodrigues, Ruy Castro

(65) Dilma Rodrigues

(66) pior frasista

(67) frasista *impecável*

(68) craque *da palavra*

(69) vítima *preferencial*

(70) cérebro *baldio*

(71) vira-lata *sarmento*

(72) obras *atrasadíssimas*

(73) sintaxe *do dilmês*

(74) pensamento *tosco*

(75) cronista *bisonha*

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS		AVALIATIVOS	
		NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
			Dilma Rodrigues pior frasista frasista impecável craque da palavra vítima preferencial cérebro baldio vira-lata sarmento obras atrasadíssimas sintaxe do dilmês pensamento tosco cronista bisonha

Texto 7 – Dilma e seus patéticos momentos. Ou: Manaus é a capital da Amazônia na Terra retangular

26/02/2014 às 14:31

Dilma e seus patéticos momentos. Ou: Manaus é a capital da Amazônia na Terra retangular

Ai, ai... Dilma falou algumas coisas detestáveis sobre a Ucrânia e a Venezuela. **Escrevi a respeito.** No seu pior momento, sugeri que a ditadura venezuelana tem de ser vista à luz de supostos avanços na saúde e educação. É um pensamento que se situa abaixo da linha da crítica.

Editorial desta quarta do Estadão, muito sério — que chega a ser divertido —, destaca outro patético momento (em azul). Leiam. Volto em seguida.

*

Ela fala pelo Brasil

Até mesmo o lusófono presidente da Comissão Europeia, José Manuel Durão Barroso, deve ter tido sérias dificuldades para entender os dois discursos da presidente Dilma Rousseff proferidos em Bruxelas a propósito da cúpula União Europeia (UE)-Brasil. Não porque contivessem algum pensamento profundo ou recorressem a termos técnicos, mas, sim, porque estavam repletos de frases inacabadas, períodos incompreensíveis e ideias sem sentido.

Ao falar de improviso para plateias qualificadas, compostas por dirigentes e empresários europeus e brasileiros, Dilma mostrou mais uma vez todo o seu despreparo. Fosse ela uma funcionária de escalão inferior, teria levado um pito de sua chefia por expor o País ao ridículo, mas o estrago seria pequeno; como ela é a presidente, no entanto, o constrangimento é institucional, pois Dilma é a representante de todos os brasileiros – e não apenas daqueles que a bajulam e temem adverti-la sobre sua limitadíssima oratória.

Logo na abertura do discurso na sede do Conselho da União Europeia, Dilma disse que o Brasil tem interesse na pronta recuperação da economia europeia, “haja vista a diversidade e a densidade dos laços comerciais e de investimentos que existem entre os dois países” – reduzindo a UE à categoria de “país”.

Em seguida, para defender a Zona Franca de Manaus, contestada pela UE, Dilma caprichou: “A Zona Franca de Manaus, ela está numa região, ela é o centro dela (da Floresta Amazônica) porque é a capital da Amazônia (...). Portanto, ela tem um objetivo, ela evita o desmatamento, que é altamente lucrativo – derrubar árvores plantadas pela natureza é altamente lucrativo (...)”. Assim, graças a Dilma, os europeus ficaram sabendo que Manaus é a capital da Amazônia, que a Zona Franca está lá para impedir o desmatamento e que as árvores são “plantadas pela natureza”.

Dilma continuou a falar da Amazônia e a cometer desatinos gramaticais e atentados à lógica. “Eu quero destacar que, além de ser a maior floresta tropical do mundo, a Floresta Amazônica, mas, além disso, ali tem o maior volume de água doce do planeta, e também é uma região extremamente atrativa do ponto de vista mineral. Por isso, preservá-la implica, necessariamente, isso que o governo brasileiro gasta ali. O governo brasileiro gasta um recurso bastante significativo ali, seja porque olhamos a importância do que tiramos na Rio+20 de que era possível crescer, incluir, conservar e proteger.” É possível imaginar, diante de tal amontoado de palavras desconexas, a aflição dos profissionais responsáveis pela tradução simultânea.

Ao falar da importância da relação do Brasil com a UE, Dilma disse que “nós vemos como estratégica essa relação, até por isso fizemos a parceria estratégica”. Em entrevista coletiva no mesmo evento, a presidente declarou que queria abordar os impasses para um acordo do Mercosul com a UE “de uma forma mais filosófica” – e, numa frase que faria Kant chorar, disse: “Eu tenho certeza que nós começamos desde 2000 a buscar essa possibilidade de apresentarmos as propostas e fazermos um acordo comercial”.

Depois, em discurso a empresários, Dilma divagou, como se grande pensadora fosse, misturando Monet e Montesquieu – isto é, alhos e bugalhos. “Os homens não são virtuosos, ou seja, nós não podemos exigir da humanidade a virtude, porque ela não é virtuosa, mas alguns homens e algumas mulheres são, e por isso que as instituições têm que ser virtuosas. Se os homens e as mulheres são falhos, as instituições, nós temos que construí-las da melhor maneira possível, transformando... aliás isso é de um outro europeu, Montesquieu. É de um outro europeu muito importante, junto com Monet.”

Há muito mais – tanto, que este espaço não comporta. Movidada pela arrogância dos que acreditam ter mais a ensinar do que a aprender, Dilma foi a Bruxelas disposta a dar as lições de moral típicas de seu padrinho, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Acreditando ser uma estadista congênita, a presidente julgou desnecessário preparar-se melhor para representar de fato os interesses do Brasil e falou como se estivesse diante de estudantes primários – um vexame para o País.

Voltei

Pois é... Deixem o João Santana longe para ver... Dilma volta à sua natureza, assim como o rio sempre tenta retomar o seu curso. Eu nunca me esqueço do impacto que provocou em mim uma *entrevista* (ou algo assim) que Dilma concedeu ao apresentador Datena em abril de 2010. Ela ainda não havia feito “media training”.

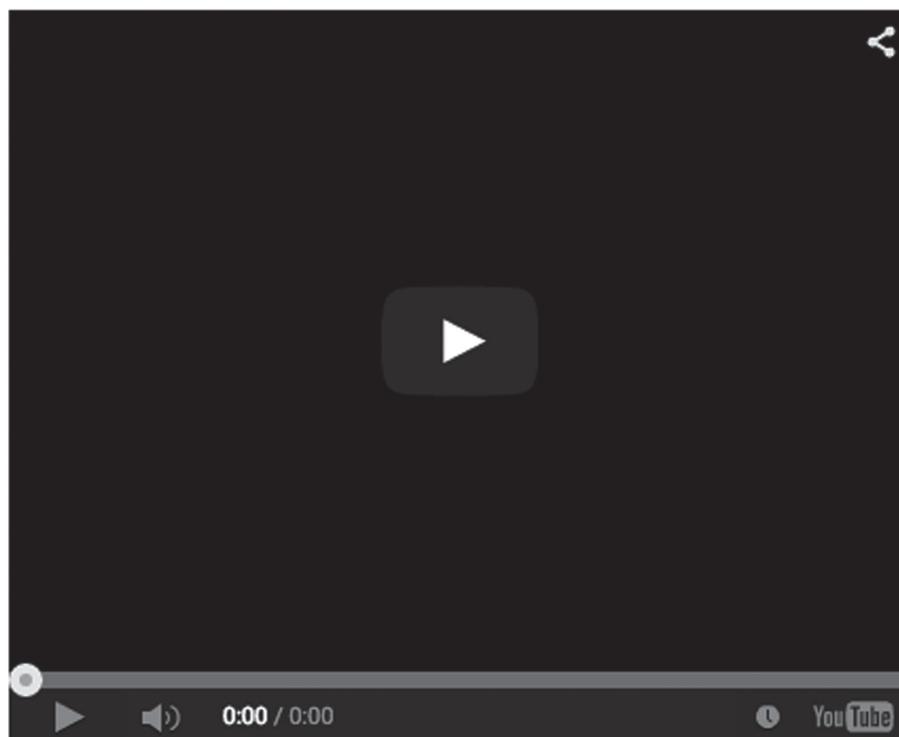
Datena quis saber se ela acreditava em Deus — o petismo já estava preocupado em fabricar a imagem de uma candidata pia. Ela então despachou:

“Olha, eu acredito numa força superior que a gente pode chamar de Deus. Eu acredito e... E acredito, mais do que nessa força, se ocê (???) me permitir, acredito na força dessa deusa mulher que é Nossa Senhora.”

Heeiinnn?

Esse negócio de “força superior que a gente pode chamar Deus” pode ser qualquer coisa, né? Em certas circunstâncias, um vírus pode ser uma força superior — e, até onde se sabe, Deus não é. Maionese estragada também se torna força superior. A pessoa deixa de ser dona de seu destino. E cólica renal então? Até hoje, felizmente, só tive uma. Força *superioríssima*, se me permitem a graça! Luís Bonaparte, segundo Marx, acreditava que “a força superior” dos soldados era salsicha com alho. Nada disso é Deus, acho... Mas o mais estupefaciente mesmo é Dilma chamar Nossa Senhora de “deusa”, fundando, assim, o catolicismo politeísta. Indagada sobre qual Nossa Senhora era de sua devoção, escolheu todas: de Aparecida, de Fátima, das Dores, a da Boa Morte... Arrematando com uma “Nossa Senhora de Forma Geral” — que é a padroeira dos políticos que não acreditam em Deus, mas fingem que sim para ganhar votos.

A Dilma de Bruxelas, com seus estranhos conceitos sobre geografia física e econômica e até sobre a botânica, fez lembrar aquela de abril de 2010. Embora nada vá superar — porque não haverá tão facilmente outro como ele na história deste país — as especulações de seu mestre, Luiz Inácio Apeleuta da Silva, ao fazer considerações físicas, metafísicas e extrafísicas sobre as vantagens de a Terra ser quadrada ou retangular. Não custa relembrar:



Se quiserem na minha interpretação, vai abaixo. Volto para arrematar.



(76) *coisas detestáveis*
 (77) *ditadura venezuelana*
 (78) *supostos avanços*
 (79) *patético momento*

(80) *candidata pia*
 (81) *catolicismo politeísta*
 (82) *Dilma de Bruxelas*
 (83) *estranhos conceitos*

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS

AVALIATIVOS

NÃO AXIOLÓGICOS

AXIOLÓGICOS

coisas detestáveis
 ditadura venezuelana
 supostos avanços
 patético momento
 candidata pia
 catolicismo politeísta
 Dilma de Bruxelas
 estranhos conceitos

Texto 8 – Machado de Assis é a nova aquisição do selo literário Dilma Rousseff: “Muitas vezes você é criticado por ter o cachorro e, outras vezes, por não ter o mesmo cachorro”

14/04/2014 às 14:48 \ Direto ao Ponto

Machado de Assis é a nova aquisição do selo literário Dilma Rousseff: “Muitas vezes você é criticado por ter o cachorro e, outras vezes, por não ter o mesmo cachorro”



CELSO ARNALDO ARAÚJO

Machado de Assis, maior nome da literatura brasileira, é a nova aquisição do selo Dilma Rousseff – especializado em adaptar para o dilmês obras-primas das letras nacionais, com um grau de acurácia inferior ao do patético Google Tradutor.

Seu autor favorito vinha sendo Nelson Rodrigues, o frasista perfeito – por via do dilmês, transformado num escriba de péssimos bofes e estrofes, capaz de cometer pecados estilísticos mortais, como “não se pode apostar no pior” ou “pessimistas fazem parte da paisagem assim como os morros, as praças e os arruamentos”. Coisas que Nelson nunca disse ou escreveu e não diria ou escreveria nem sob um ataque de apoplexia, enforcado por seus suspensórios e afogado num barril de baba elástica e bovina.

Agora é a vez de Machado, novo contratado da editora DR. A pátria em chuteiras deu lugar à pátria em cachorros. Mestre na observação psicológica, só Deus sabe quanto se esforçou o mago do Cosme Velho para esculpir o personagem do barbeiro Porfírio, um dos opositores do protagonista Simão Bacamarte no conto “O Alienista”. O médico Simão, que estudara na Europa, volta ao Brasil e se instala na pequena Itaguaí, estado do Rio, onde abre um hospício, a Casa Verde, “a bastilha da razão humana”, com um conceito muito amplo, quase universal, de loucura.

Bastava uma esquisitice, uma mania e até uma mera vaidade humana e o cidadão era internado na Casa Verde – isso incluía 80% da população.

O pacato barbeiro Porfírio então lidera uma rebelião contra o hospício e seus métodos. Pouco adiante, porém, Bacamarte, o alienista, muda radicalmente seu conceito – passa a considerar loucura qualquer demonstração de bom senso. E eis Porfírio de novo à beira do hospício, a cunhar o lendário aforismo que atravessaria 132 anos – a partir da publicação do conto — para chegar intacto aos dias de hoje como um primor da ironia dialética:

“Preso por ter cão, preso por não ter cão!”.

Bem, intacto até cruzar com Dilma Rousseff, que – no discurso de Porto Alegre em que defendia sua Copa – enquadrou o dito machadiano em sua sintaxe enlouquecida, com a camisa de força de um idioma insano:

“E é interessante que muitas vezes no Brasil, você é, como diz o povo brasileiro, muitas vezes você é criticado por ter o cachorro e, outras vezes, por não ter o mesmo cachorro”.

De cara, ela confundiu Machado com o povo brasileiro, atenuou a prisão original em mera crítica e transformou o cão em cachorro – é o mesmo animal, mas as cinco letras a mais fazem toda a diferença em termos de estilo e prosódia. Seria a materialização da figura oculta do cachorro que Dilma vira atrás de cada criança, na mesma Porto Alegre? Sim, “o mesmo cachorro” – para não deixar dúvida.

Logo adiante, a crítica rende prisão, mas temporária:

“Então, nessa história de preso por ter cachorro, criticado por ter cachorro e criticado por não ter o cachorro, o que eu estou explicando para vocês é o seguinte...”

Não, Dilma Bacamarte nunca terá uma explicação lúcida. No seu hospício idiomático, todas as palavras viram coisa de louco.

Nas eleições de outubro, a confirmarem-se as previsões, Machado de Assis será novamente vilipendiado:

– Ao vencedor, as batatas.

Tags: barbeiro Porfírio, cachorro, Celso Arnaldo, Dilma Rousseff, dilmês, Machado de Assis, Nelson Rodrigues, O Alienista

(84) selo *literário Dilma Rousseff*

(85) *patético* Google Tradutor

(86) *escriba de bofes e estrofes*

(87) *pecados estilísticos mortais*

(88) *ataque de apoplexia*

(89) *barril de baba elástica e bovina*

(90) editora *DR*

(91) sintaxe *enlouquecida*

(92) idioma *insano*

(93) Dilma *Bacamarte*

(94) hospício *idiomático*

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS		AVALIATIVOS	
		NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
			selo literário Dilma Rousseff patético Google Tradutor escriba de bofes e estrofes ataque de apoplexia barril de baba elástica e bovina editora DR sintaxe enlouquecida idioma insano Dilma Bacamarte hospício idiomático

DIREÇÃO 2 – pós-eleição de 2014

a) O governo de Dilma Rousseff/ PT não é confiável

Artigo 1 – Dilma Boladaça 3 – Ela diz ter sido surpreendida pelo envolvimento do PT no petróleo. É mesmo? Agora, a do papagaio!

25/08/2015 às 7:49

DILMA BOLADAÇA 3 – Ela diz ter sido surpreendida pelo envolvimento do PT no petróleo. É mesmo? Agora, a do papagaio!





Boneco de Lula caracterizado como presidiário virou símbolo destes tempos

É claro que o tema corrupção teria de entrar na entrevista concedida pela presidente Dilma Rousseff aos três jornais. Aí, de fato, a presidente vai um pouco além do razoável e aposta excessivamente na credulidade dos brasileiros. Não é prudente para quem tem apenas 7% de popularidade. Vejam o que disse sobre a corrupção envolvendo seu partido, o PT:

“Não imaginava [pessoas ligadas ao PT envolvidas com irregularidades na Petrobrás]. Fui surpreendida. Lamento profundamente. Sou a favor de uma coisa que Márcio Thomaz Bastos [advogado e ex-ministro morto no ano passado] dizia. Não espere que sejam as pessoas a fonte da virtude. Tem de ser as instituições. Elas é que precisam ter mecanismos de controle. Quem pode colocar luz sobre um processo de corrupção é a maturidade institucional do País. Acho que somos uma democracia forte. Porque as instituições não são vulneráveis aos desígnios pessoais de quem quer que seja. Ninguém pode chegar à Presidência e olhar para processos de corrupção como uma coisa pessoal. Só pode olhar e ver que o País deu um passo e foi para frente. Agora, sou a favor, em qualquer circunstância, do direito de defesa. É isso que torna a democracia forte.”

Ainda que os petistas só tenham descoberto as virtudes do direito de defesa depois da chegada ao poder, vá lá: quem, além deles, era contra?

O que não dá para engolir é a surpresa, não é mesmo? Especialmente porque a cúpula do seu partido já tinha ido parar na cadeia por causa do mensalão. Atenção! A Operação Lava-Jato havia começado em março. Sabem quando a então candidata à reeleição Dilma Rousseff admitiu pela primeira vez a possibilidade de roubo na Petrobras? Só no dia 18 de outubro, faltando apenas oito dias para o segundo turno das eleições e 13 depois do primeiro. As pesquisas apontavam uma possível dianteira de Aécio Neves.

E não que ela tenha sido clara, peremptória. Disse então:

“Eu farei todo o meu possível para ressarcir o país. Se houve desvio de dinheiro público, nós queremos ele de volta. Se houve, não: houve, viu?”

Notaram o “se”? Paulo Roberto Costa decidira fazer delação premiada em agosto, comprometendo-se a devolver R\$ 70 milhões. Alberto Youssef, em setembro. Em

outubro, a candidata do PT ainda tinha dúvidas sobre o envolvimento do seu partido na sem-vergonhice.

A presidente Dilma deveria ter um pouco mais de respeito pela inteligência alheia. Até então, o PT tratava as denúncias de roubalheira na Petrobras como um grande complô para privatizar a empresa.

Encerro com uma observação absurda feita por Dilma, depois de jurar a sua proximidade eterna com Lula:

“Minhas relações com Lula são as mais próximas. Quem tentar me afastar dele não conseguirá. Mas botar bomba no Instituto Lula, fazer aquele boneco (Lula vestido de presidiário) é um desserviço para o País.”

A afirmação é típica de uma mente perturbada. Jogar a bomba no instituto é mesmo inaceitável e certamente é coisa de gente que queria que os petistas contassem com esse ativo, digamos, moral. É coisa de quem queria o PT como vítima.

Quanto ao boneco, qual é o problema? É parte da liberdade de expressão. A menos que Dilma reclame dos muitos de Eduardo Cunha malhados nas passeatas do PT, o juízo, além de confundir livre expressão com violência, ainda comete o pecado da censura seletiva.

Dilma deveria ter se poupado e ter nos poupado. Já que não o fez, merece ser desconstruída.

Texto publicado originalmente às 3h42

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Dilma Boladaça, Governo Dilma, Impeachment de Dilma

(95) Dilma *Boladaça*

(96) credulidade *dos brasileiros*

(97) roubalheira *na Petrobrás*

(98) *grande complô*

(99) mente *perturbada*

(100) liberdade *de expressão*

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS

AVALIATIVOS

NÃO AXIOLÓGICOS

AXIOLÓGICOS

Dilma Boladaça
 credulidade dos brasileiros
 roubalheira da Petrobrás
 grande complô
 mente perturbada
 liberdade de expressão

Artigo 2 – Dilma e Lula tiram o sarro do país com foto no “Dia do Amigo”; afinal, aquela é a imagem de um estelionato



Blog
Reinaldo Azevedo

Análises políticas em um dos blogs mais acessados do Brasil

Assine o Feed RSS | Saiba o que é

BUSCAR NO BLOG



21/07/2015 às 2:48

Dilma e Lula tiram o sarro do país com foto no “Dia do Amigo”; afinal, aquela é a imagem de um estelionato

A presidente Dilma Rousseff e Luiz Inácio Lula da Silva, seu antecessor, postaram em suas páginas no Facebook uma foto do dia 26 de outubro, em que ambos aparecem abraçados, comemorando a reeleição. Homenageavam, assim, um tal “Dia do Amigo” — aquele que, segundo música de Milton Nascimento, deve ser guardado “debaixo de sete chaves”. Nem diga! No caso da dupla, se der para jogar a chave fora, melhor. Eu não posso reclamar da parceria. Basta ter um pouquinho de talento e um tanto de esforço, e os textos já nascem prontos. Eles os escrevem por nós com suas barbaridades.



Dilma Rousseff

6 h · 🌐

No #DiaDoAmigo, a homenagem é ao querido companheiro Lula ❤️



Começamos do óbvio: a foto marca o dia da consolidação de um estelionato eleitoral sem par na história do país — e talvez das democracias ocidentais. Dilma venceu naquele 26 de outubro, por estreita margem, assumiu no dia 1º de janeiro, e, desde a posse, faz coisas que disse que não faria e diz coisas que certamente

não fará. Tudo o que ela imputou às intenções de seu adversário, Aécio Neves, e que reputou como os males do mundo compõe hoje a sua agenda. É por isso que, sete meses depois da sua posse, amarga índices inéditos de impopularidade.

Uma foto nunca retrata apenas o momento em que o flagrante é congelado. Ela pode servir para iluminar e redefinir tanto o passado como o futuro. Vamos lá: se a economia estivesse crescendo a taxas aceitáveis, se a gestão fosse um exemplo de moralidade, se o país estivesse no rumo, então aquele abraço significaria mais do que a amizade pessoal. A legenda poderia ser: "É isso aí, companheiro! Estamos mudando o Brasil. A nossa luta é vitoriosa". Mas olhem aí o que temos — e por responsabilidade exclusiva dos governos Lula e Dilma. Aí, meus caros, não tem jeito. Só cabe uma legenda para aquele instante: "Conseguimos. Enganamos os trouxas".

E não vai exagero nenhum nessa leitura. Tanto Dilma sabia parte do que tinha de ser feito — e tinha e tem — e tanto havia a clareza que não seria bom para os brasileiros, porque remédio não costuma ser gostoso, que ela expôs, sim, a agenda: afirmou que Aécio elevaria as tarifas, que os juros subiriam, que o desemprego cresceria, que haveria corte de benefícios sociais, que o país estaria em recessão. É o que ela previa se seu adversário vencesse. Dilma, a amiga, venceu, com o apoio de Lula, o amigo e elevou tarifas, aumentou os juros, cortou benefícios sociais, levou o país à recessão aberta e fez crescer o desemprego. Vale dizer: eles enganaram os trouxas.

A foto não deixa de ter um caráter acintoso, dado o contexto. Obviamente, tratou-se de uma ação combinada entre as duas assessorias, tanto é assim que a mesma imagem apareceu, ao mesmo tempo, em suas páginas no Facebook. Publicada no primeiro dia útil depois do fim de semana em que a máquina oficial tentou decretar a morte política de Eduardo Cunha (PMDB-RJ), o presidente da Câmara, a legenda também poderia ser esta: "Vencemos! Conseguimos tirar aquela pedra do nosso caminho". Aliás, um dos memes que ganhou o país no "Dia do Amigo" foi justamente um foto em que Cunha e Dilma aparecem juntos... Uma ironia mais do que eloquente.

Pois é... Aquele que está sendo abraçado pela presidente poderia, ao menos, não ser ele também um investigado hoje, num procedimento que está na Procuradoria da República no Distrito Federal. Mais ainda: dois ministros de Dilma estão rigorosamente na mesma situação em que se encontra Eduardo Cunha: Ricardo Pessoa, em delação premiada, diz ter repassado R\$ 500 mil em dinheiro vivo a Aloizio Mercadante (Casa Civil) e afirma ter doado R\$ 7,5 milhões à campanha de Dilma, por intermédio de Edinho Silva (Comunicação Social), que lhe teria lembrado os vários contratos que a UTC mantinha com a Petrobras... Convenham: para bom entendedor, meia ameaça basta.

O Congresso entrou em recesso. Por alguns dias, não saberemos se o governo realmente conseguiu retomar a iniciativa. Eu, sinceramente, me pergunto: iniciativa do quê e para quê? Por enquanto, vejo apenas a celebração daqueles que julgam ter derrotado seus inimigos, sem saber com que propósito venceram, como naquele 26 de outubro de 2014.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Dilma, Governo Dilma, Lula, Petrolão

(101) sarro do país

(102) estelionato eleitoral

(103) estreita margem

(104) males do mundo

(105) índices inéditos de impopularidade

(106) caráter acintoso

(107) dinheiro vivo

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS		AVALIATIVOS	
		NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
			sarro do país estelionato eleitoral estreita margem males do mundo índices inéditos de impopularidade caráter acintoso dinheiro vivo

Artigo 3 – Dilma só tem uma saída honrada e honrosa: anunciar a privatização da Petrobrás depois da desratização. Mas não fará isso, é claro” Enterrará a estatal e o país

30/01/2015 às 7:39

Dilma só tem uma saída honrada e honrosa: anunciar a privatização da Petrobras depois da desratização. Mas não fará isso, é claro! Enterrará a estatal e o país

Dilma Rousseff poderia fazer um bem imenso ao Brasil e à Petrobras. Mas ela não vai. Já chego lá.

A estatal é um retrato do Brasil sob a era petista: gigante, depauperada, sucateada, com futuro incerto. Imaginem o que aconteceria se, nas campanhas eleitorais de 2006, 2010 e até 2014, um candidato do PSDB dissesse isto: "A Petrobras precisa redefinir o seu tamanho". João Santana, aquele marqueteiro que só fala a verdade, iria para a TV acusar os tucanos de tentar privatizar a empresa. Pois foi o que falou nesta quinta, em teleconferência com analistas, a presidente da estatal, Graça Foster. Foi além: a gigante cambaleante terá de reduzir seus investimentos em exploração e refino ao mínimo necessário. Trata-se de uma medida preventiva para assegurar o caixa da empresa.

Como é que essa decisão se casa com a obrigação que tem a Petrobras de ser parceira da exploração do pré-sal? Ora, não se casa. Lembram-se daquela cascata da dupla Lula-Dilma em 2010 segundo a qual o óleo lá das profundezas era um bilhete premiado? Isso ficou para trás. O mais impressionante é que, no discurso proferido antes da reunião ministerial de terça-feira, a soberana mandou brasa: "Temos de apostar num modelo de partilha para o pré-sal, temos de dar continuidade à vitoriosa política de conteúdo local". Nesta quinta, na prática, Graça estava dizendo que a fala da sua chefe é pura cascata.

Graça foi além. A Petrobras, que já estuda não pagar dividendos a seus acionistas, resolveu congelar as obras de Abreu e Lima, em Pernambuco, e da Comperj, no Rio — ambas com suspeitas de superfaturamento e no epicentro da roubalheira perpetrada pela quadrilha que comandou os destinos da empresa por mais de dez anos.

A Petrobras está no chão. Em dois dias, suas ações caíram praticamente 15%, consequência da patuscada protagonizada pela empresa, que divulgou um balanço de mentira. Na quarta-feira, a companhia destacou em seu balanço empreendimentos superavaliados em R\$ 88,6 bilhões. Diante do número, Dilma fez aquilo que mais sabe fazer: ficou furiosa. Ela não suporta a conspiração dos fatos.

Então ficamos assim: aquela que já foi a maior empresa brasileira tem ativos superestimados em R\$ 88,6 bilhões; já calcula em R\$ 4 bilhões só o montante da roubalheira; pensa em não pagar dividendos; divulga um balanço não auditado; congela obras em andamento; reduz à sua expressão mínima a exploração e o refino de petróleo, suas principais áreas de atuação, e sua presidente diz que a apuração das falcatruas pode durar muitos anos.

E Dilma? Ah, Dilma Rousseff poderia fazer com que a empresa, que hoje deve valer pouco mais de R\$ 100 bilhões na Bolsa, volte a valer quase R\$ 400 bilhões. Bastaria ir à televisão e anunciar: "Assim que sanarmos as contas, vamos privatizar a Petrobras". As ações subiriam de modo vertiginoso e contínuo. É certo que alguns vagabundos e larápios tentariam organizar alguns protestos... A população, cansada de ser roubada e de pagar a gasolina mais cara do mundo, certamente aplaudiria. Antes que as antas se levantem: todas as riquezas do subsolo brasileiro pertencem à União, pouco importa quem as explore.

Mas Dilma não vai fazer isso. O PT está decidido a enterrar o Brasil e a Petrobras, dois gigantes cambaleantes.

Texto publicado originalmente às 4h24

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Petrobras, Petrolão

(108) saída *honrada e honrosa*

(109) futuro *incerto*

(110) gigante *cambaleante*

(111) bilhete *premiado*

(112) *pura cascata*

(113) balanço *de mentira*

(114) empreendimentos

superavaliados

(115) montante *da roubalheira*

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS

AVALIATIVOS

NÃO AXIOLÓGICOS

AXIOLÓGICOS

saída honrada e honrosa
 futuro incerto
 gigante cambaleante
 bilhete premiado
 pura cascata
 balanço de mentira
 empreendimentos superavaliados
 montante de roubalheira

Artigo 4 – Onde está você, Dilma Rousseff?

21/01/2015 às 15:29

Onde está você, Dilma Rousseff?

Cadê a presidente da República? Sumiu! Escafedeu-se! Tomou chá de sumiço. Quando é que um país mais precisa de líderes? Quando passa por um aperto. Para os momentos de festa, qualquer Zé Mané serve, qualquer demagogo contenta, qualquer amador se sai com brilho. Com 21 dias de mandato, a presidente petista já pode disputar o recorde dos estelionatos eleitorais. E tudo se dá sem nenhuma explicação. Joaquim Levy que se vire.

E ele se vira, alçado à posição de protagonista acidental. Foi a estrela de um almoço em Davos, patrocinado pelo Banco Itaú, tendo investidores como convidados. O novo ministro da Fazenda brilhou a seu modo. Há um ano, quem estava lá era Guido Mantega. O atual disse o contrário do que afirmara o anterior. Admitiu que o país terá, neste ano, um "PIB flat". Em português, isso quer dizer que deve crescer algo em torno de... zero, compreenderam? Seu antecessor garantiu que tudo estava no lugar e que o Brasil se preparava para um novo ciclo de crescimento, conversa que Dilma levou à campanha eleitoral.

Ainda que não tenha atacado o ministro que o antecedeu — nem há espaço para isso —, Levy falou como se um governo de oposição ao anterior estivesse agora obrigado a corrigir as bobagens feitas até ali. Em certa medida, é mesmo verdade. Ocorre que a presidente que dava as diretrizes àquela equipe é a mesma que lidera a atual.

Levy justificou as medidas que está tomando: é para recuperar a credibilidade fiscal — logo, credibilidade não havia —, pressuposto para o futuro crescimento econômico. Certo! Partindo do princípio de que se trata de um discurso honesto, corrigem-se agora as besteiras feitas antes. Só que nada disso é indolor. Alguém sempre paga a conta.

E cadê Dilma Rousseff? Entendo! A esta altura, a marquetagem deve estar a dar instruções: "Presidente, nada de ligar o seu nome a medidas impopulares. O Levy que se vire!". E ele segue adiante, falando como se pertencesse, sei lá, a uma empresa que tivesse terceirizado a gestão do Brasil. De algum modo, isso é verdade.

Nunca, como agora, a política como discurso da falsidade, do engodo e da trapaça foi admitida com tanta clareza. Nunca, como agora, o estelionato eleitoral alcançou a condição de categoria do pensamento. Dilma está muda há 31 dias. Poderia ser, ao menos, de vergonha.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: economia, Joaquim Levy

(116) chá *de sumiço*

(117) presidente *petista*

(118) estelionatos *eleitorais*

(119) protagonista *acidental*

(120) "PIB *flat*"

(121) credibilidade *fiscal*

(122) medidas *impopulares*

(123) discurso *da falsidade, do engodo e da trapaça*

(124) estelionato *eleitoral*

(125) categoria *de pensamento*

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS		AVALIATIVOS	
		NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
			chá de sumiço presidenta petista estelionatos eleitorais protagonista acidental "PIB flat" credibilidade fiscal medidas impopulares discurso de falsidade, do engodo e da trapaca estelionato eleitoral categoria de pensamento

b) Dilma/ PT é incompetente para governar

Artigo 5 – Presidente Dilma vamos ser claros: se a senhora fica, é ruim; se sair depois de um longo desgaste, é ruim! Renuncie ou encaminhe para já a emenda parlamentarista. O Brasil merece a sua generosidade

08/07/2015 às 16:41

Presidente Dilma, vamos ser claros: se a senhora fica, é ruim; se sair depois de um longo desgaste, é ruim! Renuncie ou encaminhe para já a emenda parlamentarista. O Brasil merece a sua generosidade

Michel Temer, vice-presidente da República e coordenador político do governo na relação com o Congresso — e só nisso, note-se —, não deve deixar por agora essa função. Em algum momento, é certo que deixará. Mas por que o faria já? Seria largar o governo, vamos dizer, no mar da incerteza. Se, com ele na retaguarda, Dilma Rousseff já comanda a vanguarda da instabilidade, imaginem sem ele. A eventual saída da governanta tem de ser organizada. Não pode ser a explosão da manada da vaca louca. O transatlântico está emperrado. Não pode afundar. Então, parece-me, a natureza do jogo é Temer ficar mais algum tempo. A temperatura ainda não subiu o suficiente. Até porque, a depender do caminho que tome o eventual afastamento de Dilma, é ele o sucessor.

Por que digo isso? O governo está dando como certo que o TCU recomendará mesmo a rejeição das contas de 2014. Por si, esse voto não conduz a uma denúncia por crime de responsabilidade. Há, pela frente, caso o tribunal realmente faça a recomendação, a votação no Congresso. Se o relatório for endossado, aí, sim, é praticamente certo que as oposições denunciarão a presidente à Câmara

com base nos Artigos 10 e 11 da Lei 1.079. A tarefa continuará árdua. Nada menos de dois terços — 342 deputados — terão de acatar o pedido de investigação para afastar Dilma.

Notem: essa não é uma disputa que se trava num cenário congelado. Se isso ocorrer, os demais agentes estarão atuando. As expectativas vão se deteriorando ainda mais, a confiança do empresariado cai, os especuladores (porque é do jogo) atuarão... Quem surge como a figura capaz de representar a voz do equilíbrio? É certo que seu nome é Michel Temer. Se ele sai já, põe o carro adiante dos bois.

Ocorre que, numa outra frente, ele também pode ser inviabilizado. O caso que está no TSE não tem solução simples, não. Que resposta dará o tribunal se Ricardo Pessoa confirmar naquela instância o que está em sua delação premiada, a saber: teria repassado ilegalmente ao PT, sob pressão, R\$ 7,5 milhões? Seria dinheiro sujo das negociatas na Petrobras. Nota: a delação de Pessoa já foi homologada pelo STF. Aí, meus caros, a cassação da diplomação de Dilma atinge Temer. Se isso ocorrer antes do fim do segundo ano de mandato, é preciso marcar novas eleições para o período que restar até 2018.

O caminho da Justiça Eleitoral, no entanto, é longo. Alguém pode pedir vista — sem prazo para entregar o voto —, e cabem recursos. Enquanto isso, o país permaneceria numa espécie de "sursis", à espera do nada. E por que digo que é à espera do nada?

Porque Dilma já não governa, vamos reconhecer. Aliás, nos bastidores, os petistas são os primeiros a concordar comigo. A sua única atuação na Presidência tem sido empurrar a realidade com barriga e lutar para não perder o cargo. Faltam três anos e meio para terminar o mandato, e a presidente não tem mais o que oferecer. Os petistas ainda tentam fingir que é a oposição que turbinou a instabilidade. Mas todos sabem, inclusive os companheiros, que isso é mentira: hoje, o nome da crise política, que impede o devido equacionamento da economia, é Dilma.

A melhor coisa que a presidente poderia fazer ao país é mesmo renunciar ao mandato. Sei que há pouca literatura política a respeito, mas afirmo mesmo assim: há uma hora em que os países só podem contar com a renovação das esperanças. Vira o grau zero a partir do qual se dá o primeiro passo. E Dilma já não estimula mais ninguém. Poderia contar com a força mobilizadora do seu partido, mas o PT também se descolou da realidade de maneira irremediável — e assim será por uns bons anos, se é que consegue recuperar ao menos parte do seu prestígio.

Dou a Dilma um linimento: ela não fez sozinha essa esparrela. A crise de um modelo caiu no seu colo e está a exigir uma capacidade que ela está obrigada a reconhecer que não tem. Assim, em nome do bem coletivo, deveria cair fora ou encaminhar ela mesma — porque outras forças não o farão — uma emenda parlamentarista para este mandato. Dilma ficaria como chefe de Estado, responsável última pelas Forças Armadas — a gente não está em guerra mesmo — e pela representação do Brasil no exterior. A gente só cortaria do repertório dela a mandioca, a bola de folha de bananeira e o lirismo da tocha olímpica. Ou melhor: a gente a proíbe de ler livros de antropologia antes de pegar no sono...

Como diria Chico Buarque: presidente, ouça um bom conselho, eu lhe dou de graça. Inútil esperar que a crise não passa. Se a senhora resiste à deposição e fica, ruim para o Brasil. Se, depois de um longo desgaste, cai, ruim para o Brasil. Quando a senhora foi eleita, ganhou também o direito de renunciar. Exerça-o. Ou entregue ao Parlamento a tarefa de governar.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Dilma, Governo Dilma

(126) *mar da incerteza*
 (127) *vanguarda da instabilidade*
 (128) *eventual saída*
 (129) *explosão da manada da vaca louca*
 (130) *eventual afastamento*

(131) *figura capaz*
 (132) *nome da crise política*
 (133) *lirismo da tocha olímpica*
 (134) *bolha de folha de bananeira*
 (135) *bom conselho*

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS

AVALIATIVOS

NÃO AXIOLÓGICOS

AXIOLÓGICOS

mar da incerteza
 vanguarda da instabilidade
 eventual saída
 explosão da manada da vaca louca
 eventual afastamento
 figura capaz
 nome da crise política
 lirismo da tocha olímpica
 bolha de folha de bananeira
 bom conselho

Artigo 6 – Dilma perde o controle do governo, a linha de raciocínio, o bonde...

02/09/2015 às 16:48

Dilma perde o controle do governo, a linha de raciocínio, o bonde...

Há uma figura muito influente na República que, ao falar o nome "Dilma", sempre emenda a palavra "coitadinha". Não que tenha pena genuína da presidente, o que, convenham, não é o caso. Ao pespegar o adjetivo no diminutivo, nem está sugerindo que a presidente seja sofredora, desditosa. Empréstimo-lhe, na verdade, um sentido novo, o que vivemos fazendo cotidianamente com as palavras. O "coitadinha" poderia significar inimputável, alheia à realidade, desprovida de maiores dotes intelectuais, incapaz de se haver com os próprios problemas.

A presidente concedeu uma entrevista nesta quarta para tentar pôr um freio na barafunda que ela própria criou. Com o objetivo de provocar alarde e de emparedar o Legislativo, mandou um Orçamento com um rombo de R\$ 30,5 bilhões. Achou que isso assustaria os mercados, geraria uma comoção, e os parlamentares correriam imediatamente para socorrê-la. As duas primeiras coisas aconteceram; a terceira não!

Todos perceberam o truque, e o senador Aécio Neves (PSDB-MG), presidente do PSDB, e Eduardo Cunha (PMDB-RJ), presidente da Câmara, disseram o óbvio, que observei aqui de saída: não cabe ao governo federal jogar a responsabilidade

de cobrir o rombo nas costas do Congresso. É um absurdo absoluto! Até porque não é ele que arbitra os gastos. Ou a madame pretende ser a dona das despesas, jogando para os outros a atribuição de conseguir receita?

Mais: há a possibilidade de a oposição recorrer ao Supremo. Se os ministros honrarem o que está escrito na Lei Complementar 101, a da Responsabilidade Fiscal, fim de papo: a peça é ilegal. No espírito da lei, não existe despesa sem que se aponte a fonte de receita. A ser assim, o Executivo prometeria o céu, e a tarefa de alcançá-lo ficaria com deputados e senadores.

Na entrevista, Dilma afirmou que não está tentando transferir responsabilidades e deu a entender que a peça será emendada — muito provavelmente, vão dar um jeito de esconder o déficit, eliminando assim a única quase-virtude daquela piada: a sinceridade ilegal. Sim, é sincero dizer que haverá déficit. Mas fraudar a lei. Então não há saída? Há! Fazer os cortes.

Disse a presidente:

"O governo vai de fato mandar [um adendo à proposta Orçamentária para 2016], e é responsabilidade dele [...] Nós não fugiremos às nossas responsabilidades de propor a solução ao problema. O que queremos, porque vivemos em um país democrático, é construir essa alternativa, mas não transferindo a responsabilidade de ninguém porque ela sempre será nossa".

Ah, bom! É o contrário do que fez o governo.

A governanta se referiu também à recriação da CPMF, em dilmês castiço, língua que lembra o português:

"Não gosto da CPMF. Acho que a CPMF tem suas complicações. Mas não estou afastando a necessidade de fontes de receita, não estou afastando nenhuma fonte de receita. Quero deixar isso claro para depois, se houver a hipótese de a gente enviar essa fonte, nós enviaremos".

A oração principal que se segue à oração subordinada adverbial condicional, para fazer sentido, era certamente outra, mas, àquela altura, ela já tinha perdido a linha de raciocínio. Assim como perdeu o controle do governo.

Estamos feitos!

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Governo Dilma, Orçamento

(136) pena *genuína*

(137) sentido *novo*

(138) desprovida *de maiores dotes intelectuais*

(139) absurdo *absoluto*

(140) dona *das despesas*

(141) sinceridade *ilegal*

(142) dilmês *castiço*

(143) linha *de raciocínio*

(144) controle *do governo*

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS		AVALIATIVOS	
		NÃO AXIOLÓGICOS	AXIOLÓGICOS
			pena genuína sentido novo desprovida de maiores dotes intelectuais absurdo absoluto dona das despesas sinceridade ilegal dilmês castiço linha de raciocínio controle do governo

Artigo 7 – Dilma perde o senso do ridículo e oferece de novo a coordenação política a Temer; ele recusa

03/09/2015 às 7:22

Dilma perde o senso do ridículo e oferece de novo a coordenação política a Temer; ele recusa

Ai, ai...

A presidente Dilma Rousseff almoçou ontem com Michel Temer, vice-presidente da República e líder máximo do PMDB. Ela o tinha nomeado coordenador político do governo quando se constatou a notável desarticulação da base aliada, abalada pela crise econômica e pela Lava-Jato. Houve sinais de melhora, mas o PT logo entrou em campo para inviabilizar o trabalho de Temer. Acharam que ele estava fazendo o seu próprio jogo, não o do Planalto. E ele fez o que devem fazer os sensatos nesses casos: pulou fora.

Dilma resolveu, com a habilidade conhecida, assumir ela mesma a coordenação — apesar de seu número de articuladores superar o de eunucos da corte de Dario. Dois momentos notáveis da política sob o comando da governanta:

- 1 – operação CPMF;
- 2 – envio do Orçamento ao Congresso com previsão de déficit.

No primeiro caso, ela conseguiu praticamente unir a sociedade brasileira contra a proposta — aliás, o PT anda bom nesse negócio de juntar o Brasil na oposição. No segundo caso, criou alarde no mercado e pôs o Brasil na mira das agências de classificação de risco. Em ambos, essa notável e hábil articuladora desautorizou o ministro da Fazenda, Joaquim Levy, que se queixou do que lhe pareceu fritura. A presidente, então, teve de ir a público dizer que ele está sólido no cargo. Os ouvintes entenderam que ele pode cair a qualquer momento.

Assim é a política com Dilma no comando.

No almoço desta quarta, a presidente ofereceu de volta o cargo a Temer. Ela o queria de novo articulador. Ele, gentilmente, declinou e lembrou à interlocutora que não recebeu nem mesmo um aviso prévio da "Operação CPMF". Assim é Dilma: tem como vice o maior líder do segundo partido da aliança, mas ela o ignora.

Dilma pediu ao peemedebista ajuda para tentar contornar o desastre do Orçamento. Marcou um encontro no domingo — ela está virando especialista em cassar o fim de semana de seus interlocutores. Talvez esteja apenas tentando se livrar da solidão.

É evidente que não faz o menor sentido devolver a coordenação a Temer duas semanas depois de ele deixar o cargo. A proposta sugere que Dilma também perdeu o senso do ridículo

Por Reinaldo Azevedo

Tags: Dilma, Michel Temer

(145) *senso do ridículo*
 (146) *notável desarticulação*
 (147) *crise econômica*
 (148) *próprio jogo*

(149) *habilidade conhecida*
 (150) *momentos notáveis*
 (151) *notável e hábil articuladora*
 (152) *desastre do Orçamento*

SINTAGMAS ADJETIVAIS SUBJETIVOS

AFETIVOS

AVALIATIVOS

NÃO AXIOLÓGICOS

AXIOLÓGICOS

senso do ridículo
 notável desarticulação
 crise econômica
 próprio jogo
 habilidade conhecida
 momentos notáveis
 notável e hábil articuladora
 desastre do Orçamento

Artigo 8 – Dilma desistiu da CPMF. Deveria ter desistido do governo!

30/08/2015 às 7:12

Dilma desistiu da CPMF. Deveria ter desistido do governo!

A presidente Dilma Rousseff desistiu da CPMF. Pois é. Deveria ter desistido do governo, deixando a administração para quem reúne hoje mais condições políticas e técnicas. O conjunto da obra impressiona. Em três dias, o Palácio do Planalto sacou da algibeira o famigerado imposto, pôs o cometeiro Arthur Chioro para defender a proposta, tentou arrastar prefeitos e governadores para o buraco, assistiu a um verdadeiro levante da sociedade contra a tunga e, ora vejam..., teve de recuar.

Quem terá dado à governanta a sugestão? Com a saída do vice, Michel Temer, da coordenação política, Aloizio Mercadante voltou a se agigantar no Palácio e dá de novo as cartas. Quais cartas e para quem? Ninguém comparece para jogar com a presidente.

Dilma ter-se metido nessa trapalhada da CPMF diz bem o que é o seu governo e a forma como ela toca o dia a dia do país. Só uma presidente absolutamente alheia a tudo o que está à sua volta condescenderia com a criação de um imposto a esta altura do campeonato.

Notem que o Planalto não se encarregou nem mesmo de tentar esconder a malandragem. Enquanto Chioro cornetava uma tal "Contribuição Interfederativa da Saúde", a área econômica deixava claro que o dinheiro buscava mesmo é cobrir o rombo de caixa. O país está fabricando déficit primário, e o governo cogita já assumi-lo para 2016, desistindo da meta de superávit primário de 0,7% do PIB.

Se a proposta era, por si, espantosa, não menos surpreendente foi a forma como se imaginou que pudesse ser implementada, sem negociar com ninguém. Quando percebeu o tamanho da barafunda, Dilma resolveu correr para pedir auxílio a Temer, o mesmo que teve de deixar a coordenação política porque havia sempre petistas no meio do caminho. O vice disse a Dilma que afastasse dele aquele cálice. Ele não iria entrar na, literalmente, roubada. Os que tomaram a decisão absurda que tentassem convencer a sociedade.

Não menos espantoso é lembrar que o Executivo não pode criar impostos, taxas e "contribuições" sem a aprovação do Congresso. E a recriação da CPMF, dado o atual quadro da economia, não passaria por deputados e senadores nem com reza braba. Alguém sugeriu, então, a Dilma que tentasse enredar os governadores... Mais uma vez! Estes fizeram chegar à presidente a informação de que nada poderiam fazer por ela.

Já escrevi aqui e reitero. A pior de todas as crises, que deriva das outras duas — a econômica é a política —, é a de confiança. Ninguém mais espera que Dilma vá fazer a coisa certa. A imagem que se tem hoje consolidada da presidente é a de uma pessoa presa no palácio, cercada de coordenadores políticos incompetentes, descolada da realidade do país, alheia à gravidade do momento.

Eis a razão por que digo que o Brasil tem respostas para todas as hipóteses de saída de Dilma. O país só não sabe o que fazer se ela ficar.

Por Reinaldo Azevedo

Tags: CPMF, Governo Dilma

(153) condições *políticas e técnicas*
 (154) *famigerado* imposto
 (155) *verdadeiro* levante
 (156) trapalhada *da CPMF*
 (157) rombo *de caixa*
 (158) tamanho *da barafunda*

(159) decisão *absurda*
 (160) coordenadores *políticos incompetentes*
 (161) descolada *da realidade*
 (162) gravidade *do momento*
 (163) saída *de Dilma*

DIREÇÃO 1

FUNÇÃO DO SAdj		POSIÇÃO DO SAdj	
Classificadora	7,10%	Anteposto	15,38%
Qualificadora	92,90%	Posposto	84,62%



ECOS DO *ETHOS*:
UM GOLPE NA IMAGEM PÚBLICA
DE DILMA ROUSSEFF
EM *VEJA ONLINE*