



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
UNIDADE ACADÊMICA DE GARANHUNS
CURSO DE LETRAS

MOACIR JAPEARSON ALBUQUERQUE MENDONÇA

**GENERALIZAÇÃO E PARTICULARIZAÇÃO COMO EFEITOS DE SENTIDO:
UMA ANÁLISE DE DUAS CAPAS DO JORNAL O GLOBO SOBRE O PROCESSO
DE *IMPEACHMENT* DE DILMA ROUSSEFF**

Garanhuns, PE

2019

MOACIR JAPEARSON ALBUQUERQUE MENDONÇA

**GENERALIZAÇÃO E PARTICULARIZAÇÃO COMO EFEITOS DE SENTIDO:
UMA ANÁLISE DE DUAS CAPAS DO JORNAL O GLOBO SOBRE O PROCESSO
DE *IMPEACHMENT* DE DILMA ROUSSEFF**

Monografia apresentada à disciplina
Trabalho de Conclusão do Curso de
licenciatura em Letras da Universidade
Federal Rural de Pernambuco, na área de
Linguística, sob a orientação da Prof.^a Dr.^a
Juliene da Silva Barros Gomes.

Garanhuns, PE

2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema Integrado de Bibliotecas da UFRPE
Biblioteca Ariano Suassuna, Garanhuns-PE, Brasil

M539g Mendonça, Moacir Japearson Albuquerque
 Generalização e particularização como efeitos de sentido:
 uma análise de duas capas do Jornal O Globo sobre o
 processo de impeachment de Dilma Rousseff / Moacir
 Japearson Albuquerque Mendonça. – 2019.
 97 f. : il.

 Orientadora: Juliene da Silva Barros Gomes.
 Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras)–
 Universidade Federal Rural de Pernambuco, Departamento
 de Letras, Garanhuns, BR-PE, 2019.
 Inclui referências.

 1. Linguística 2. Análise do discurso 3. Imprensa e
 política – Brasil 4. Rousseff, Dilma, 1947- - Impedimentos
 I. Gomes, Juliene da Silva Barros, orient. II. Título

CDD 410

MOACIR JAPEARSON ALBUQUERQUE MENDONÇA

**GENERALIZAÇÃO E PARTICULARIZAÇÃO COMO EFEITOS DE SENTIDO:
UMA ANÁLISE DE DUAS CAPAS DO JORNAL O GLOBO SOBRE O PROCESSO
DE *IMPEACHMENT* DE DILMA ROUSSEFF**

Aprovado em _____ de _____ de 2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Juliene da Silva Barros Gomes . UFRPE-UAG.
(Orientadora) Nota _____

Prof.^a Dr.^a Morgana Soares da Silva. UFRPE-UAG.
(1º Examinador) Nota _____

M. ^a Giovanna de Araújo Leite. FACIGA-AESGA
(2º Examinador) Nota _____

À minha mãe Telma Maria, e ao meu pai,
Walter Japearson, meus mestres.

Aos meus irmãos, Walter Filho, André
Japearson e Carmelinda Mendonça.

Aos meus sobrinhos.

À minha avó, Elizabeth, que me deixou dia
desses e que se formou professora pela
escola da vida.

AGRADECIMENTOS

A vida é uma caminhada. Um ir e vir danado, às vezes, carregados de um sol inclemente, que queima pele e osso, que esquentava nossa cabeça e faz a gente pensar em desistir, em apenas sentar e esperar até o próximo gole de água fresca. Por isso precisamos de moradas, de guarda-sóis, de proteção. Meus guarda-sóis têm nomes e preciso agradecê-los aqui:

À minha orientadora, Professora Juliene Barros, que foi um guarda-sol imenso, que me protegeu com sua paciência e sabedoria, e com isso me incentivou a não parar. Este guarda-sol foi também guarda-chuva, e estive em todos os momentos. O guarda-tudo, que se abriu quando eu mais precisei, foi também palavra de estímulo. Foi quem me fez sambar o samba das horas, e me fez bem equilibrar no meu *muro das pequenas lamentações*. Foi quem me mostrou a Análise do Discurso e quem confiou que eu poderia fazer alguma coisa além do nada. Esta pequena e humilde produção é culpa dela, e por isso todo meu agradecimento, e todos os obrigados que a língua portuguesa consiga produzir.

À Leonilla, que deixou de ser minha prima e agora resolveu ser minha irmã, uma tarefa muito difícil, mas que ela vem desenvolvendo bem. Foi ela quem leu no plano do mundo que aquela nota do Enem deveria ser para as Letras.

À minha banca, formada pela professora Morgana Silva e professora Giovanna Leite, pelo aceite do convite e pelas considerações preciosas.

A Antonio, Elias e à Cerveja, estes três amigos onipresentes.

Ao violão de Antonio também, e ao teatro de Elias.

À Thaysa pelas gaitadas e correções, e por me ouvir falar desta pesquisa por anos, sem reclamar.

Às minhas sobrinhas, que não fizeram o silêncio que tanto necessito para escrever, mas que também souberam entender as minhas ausências em frente ao computador. Espero que tenha valido a pena.

Aos meus pacientes, que aguentaram meus atrasos, uns poucos, por causa do cansaço das horas de estudo.

Aos professores da UAG, nestes anos todos, que me ensinaram como devo ser professor. Difícil enumerá-los aqui, foram tantos... Esta construção tem tijolos de vocês também.

Ao colega Laécio, que conseguiu com edições exatamente o que eu queria com as fotografias, parte importante deste trabalho.

À Ilca, pelas correções textuais primorosas.

À Marília, pelas orientações das normas a serem seguidas.

A Fabrice, pela correção do meu francês.

Aos funcionários da UAG que trabalham os bastidores do show, impecavelmente.

Aos colegas e a quem me recebeu com sorriso no rosto nas horas de entrada, nas horas de saída e durante as aulas: sorrir é melhor que chorar.

Aos meus professores, de desde os tempos dos seis anos, quando ousei pisar em uma sala de aula, um palco sagrado. Prometo que saberei pisar nele um dia.

A Pêcheux, esse velho conhecido.

À minha Mãe, professora, a quem também dedico este trabalho, por me mostrar que ensinar move o mundo.

Meu obrigado.

O bom da vida é quando a gente substitui os pés e o andar pelas asas e o voar.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar, à luz da Análise do Discurso (AD), os efeitos de sentido de generalização e particularização, em duas capas do Jornal *O Globo* que coincidem com duas manifestações em março de 2016, ocorridas durante o processo de *impeachment* da então Presidenta Dilma Rousseff. Amparados pelos conceitos de ideologia, discurso, sujeito (PÊCHEUX, 1969) e materialidade discursiva (PÊCHEUX. M; FUCHS. C, 1975), focaremos o gênero *capa de jornal* (AGUIAR, 2010), definido em uma perspectiva multimodal (MAINGUENEAU, 2015; LEEUWEN, 2011) onde texto verbal, compreendido pelas manchetes e textos de chamadas de capa, e não verbal, compreendido pelas fotografias, fazem parte de um todo do texto-discurso (BARROS, 2003) em nossa análise. Entendemos que analisando esses Efeitos de Sentido (POSSENTI, 2009) e outros que possam estar constituídos nos enunciados, poderemos identificar ou sugerir a matriz ideológica do veículo. Concluimos, pelos Efeitos de Sentido desvelados nos dados, que, apesar de o jornal *O Globo* buscar aparente neutralidade e imparcialidade, tentando mostrar as duas manifestações de uma forma isenta, o discurso do jornal pode ser afirmado como *pró-impeachment*, a partir da explicitação das escolhas linguísticas e da configuração dos demais elementos constituintes das amostras do gênero em análise. Isso permite tecer considerações sobre o papel da mídia impressa e rediscutir os conceitos de neutralidade e imparcialidade da mídia em geral, suscitando reflexões sobre o papel desta nos processos políticos.

Palavras-chave: Análise do Discurso. Impeachment. Efeito de Sentido. Mídia. Capa de jornal.

ABSTRACT

This research aims to analyze, in the light of Discourse Analysis (AD), the effects of generalization and particularization, in two covers of the *O Globo* Journal that coincide with two manifestations in March 2016, occurred during the impeachment process of then President Dilma Rousseff. Based on the concepts of ideology, discourse, subject (PÊCHEUX, 1969) and discursive materiality (PÊCHEUX. M; FUCHS. C, 1975), we will focus on the journal cover genre (AGUIAR, 2010), from a multimodal perspective (MAINGUENEAU, 2015; LEEUWEN, 2011) where verbal text, comprised of the headlines and texts of cover calls, and non-verbal calls, comprised of the photographs and cartoon, are part of a text-discourse whole (BARROS, 2003) in our analysis. We understand that analyzing these Effects of Sense (POSSENTI, 2009) and others that may be constituted in the statements, we can identify or suggest the ideological matrix of the vehicle. We conclude by the effects of sense revealed in the data that, although the newspaper *O Globo* seeks apparent neutrality and impartiality, trying to show the two manifestations in an exempt form, the discourse of the newspaper can be affirmed as pro-impeachment, from the explicitation the linguistic choices and the configuration of the other constituent elements of the samples of the genus under analysis. This allows us to think about the role of print media and to rediscuss the concepts of neutrality and impartiality of the media in general, provoking reflections on its role in political processes.

Keywords: Discourse Analysis. Impeachment. Effect of Sense. Media. Cover of newspaper.

RÉSUMÉ

Cette recherche a pour objectif d'analyser les effets de sens de la généralisation et de la particularisation mis en lumière par l'analyse du discours, parue dans deux couvertures du journal *O Globo* qui coïncident avec deux manifestations de mars 2016, survenues pendant la procédure de l'Impeachment de la Présidente du Brésil de l'époque, Dilma Rousseff. Au travers des concepts d'Idéologie, du Discours, du Sujet (PÊCHEUX, 1969) et du matérialisme discursif (PÊCHEUX. M; FUCHS. C, 1975), nous nous focalisons sur le genre "première de couverture" (AGUIAR, 2010) dans une perspective multimodale (MAINGUENEAU, 2015; LEEUWEN, 2011) où le texte verbal, soutenu par les titres et les textes de la couverture, et le non-verbal appuyé par les photographies et charge, constituent la totalité du Texte-Discours (BARROS, 2003) dans notre analyse. Par la compréhension de l'analyse de ces Effets de Sens (POSSENTI, 2009) et d'autres qui peuvent faire partie de ces corpus, nous pouvons prouver la matrice idéologique du média. Nous concluons par les effets de sens explicites même si le journal *O Globo* illustre une apparente neutralité et impartialité tentant montrer les deux manifestations d'une forme objective. Le discours du média est notamment pro-impeachment, ce qui est démontré des choix explicites linguistiques ainsi que la configuration des autres éléments constitués par des marques du genre en analyse. Ceci permet d'induire ces considérations du rôle de la presse écrite et de redéfinir les concepts de neutralité et d'impartialité des médias en général, suscitant des réflexions sur l'influence de ces derniers dans les processus politiques.

Mots-clés: Analyse du discours. Mise en accusation. Effet du sens. Médias. Couverture du journal.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Capa do Jornal <i>O Globo</i> de 14 de março de 2016	43
Figura 2: Capa do Jornal <i>O Globo</i> de 19 de março de 2016	44
Figura 3: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 14 de março de 2016	50
Figura 4: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 14 de março de 2016	55
Figura 5: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 14 de março de 2016	57
Figura 6: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 14 de março de 2016	60
Figura 7: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 14 de março de 2016	63
Figura 8: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 14 de março de 2016	65
Figura 9: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 19 de março de 2016	67
Figura 10: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 19 de março de 2016 ...	70
Figura 11: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 19 de março de 2016...	73
Figura 12: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 19 de março de 2016...	81
Figura 13: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 19 de março de 2016...	84
Figura 14: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 19 de março de 2016...	86
Figura 15: Parte constituinte da capa do Jornal <i>O Globo</i> de 19 de março de 2016...	89

LISTA DE SIGLAS

AD	Análise do Discurso
A + número	Análise seguida de número da ocorrência
ANJ	Associação Nacional dos Jornais
Fig + número	Figura do jornal seguido de número da ocorrência
PT	Partido dos Trabalhadores
PcdoB	Partido Comunista do Brasil
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
OAB	Ordem dos Advogados do Brasil

SUMÁRIO

1 CENÁRIOS E CONSTITUINTES DA PESQUISA	15
2 PELOS CAMINHOS TEÓRICOS DA AD “FRANCESA”	20
2.1 DISCURSO, SUJEITO, IDEOLOGIA E MATERIALIDADE.....	20
2.2 SOBRE A NOÇÃO DE EFEITO DE SENTIDO	26
3 MÍDIA, POLÍTICA E MULTIMODALIDADE	30
3.1 MÍDIA E POLÍTICA	30
3.2 O GÊNERO CAPA DE JORNAL NA PERSPECTIVA DA MULTIMODALIDADE	34
3.3 O PAPEL DA FOTOGRAFIA JORNALÍSTICA	38
4 NOSSO <i>CORPUS</i> E SEU CONTEXTO HISTÓRICO – CONFIGURANDO UM DISPOSITIVO DE ANÁLISE	40
5 NAS TRAMAS DO TEXTO-DISCURSO	46
5.1 CAPA 1	49
5.1.1 Do Verbal: Manchetes e Textos de Chamada de Capa	49
5.1.2 Do Não Verbal: Fotografias	61
5.2. CAPA 2	66
5.2.1 Do Verbal: Manchetes e Textos de Chamada de Capa	66
5.2.2 Do Não Verbal: Fotografia e Charge.....	84
6 O TODO DO TEXTO-DISCURSO	90
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94

1 CENÁRIO E CONSTITUINTES DA PESQUISA

A guerra de informações nem sempre é silenciosa nos campos de batalha da imprensa, e ela gera ruídos de diversas amplitudes em diferentes movimentos e processos históricos, a partir do uso de recursos linguísticos e multimodais. Este barulho, estruturado essencialmente na linguagem, permite, por vezes, entrever ou mesmo imprimir ideologia aos diferentes veículos midiáticos. Nesta engrenagem, é possível visualizar a materialização desta ideologia em um discurso, na busca por deslocar processos históricos em épocas importantes, tudo isso para assegurar uma posição na intrincada rede de poder dos grandes veículos de comunicação. Tomando por base esta constatação, esta pesquisa, alicerçada nos pilares teóricos da Análise do Discurso (AD), pretende analisar as manchetes, textos de chamadas, charges e fotografias de duas capas do jornal *O Globo* que coincidem com duas grandes manifestações, pretensamente *anti-impeachment* e *pro-impeachment*, respectivamente.

Na Linguagem, com seu sofisticado e complexo mecanismo, a Ideologia se materializa no Discurso, e este, frequentemente, não se apresenta de uma forma clara, estando inserido em planos profundos, muitas vezes opacos, pois a linguagem não é transparente, como nos assegura a AD. Adicionado a isto, podemos ter sujeitos que por vezes agem assujeitados ao discurso, embora realizem manobras linguístico-discursivas nos textos, bem como uma tradição brasileira de uma suposta e requerida “imparcialidade” do jornalista, e que podem refletir, portanto, em uma pretensa e requerida imparcialidade do jornal. Como operários da palavra, porém, os jornalistas podem fazer uso delas através de escolhas linguísticas como forma de imprimir um sentido e, por conseguinte, um Efeito de Sentido com alvo pré-determinado, fazendo disto uma arma importante, senão fundamental no processo de (des)informação.

A construção de “Efeitos de Sentido” (POSSENTI, 2009) é muitas vezes uma consequência de um posicionamento ideológico e é de extrema importância a sua análise como objetivo primeiro, para que entendamos o fim e o alhures do

posicionamento do veículo como portador desta marcação ideológica. Isto direciona nossa reflexão também para a tentativa de compreensão dos fundamentos da mídia impressa e da relação mídia-política, uma intrincada teia que se mostra interligada desde o princípio da criação dos grandes conglomerados de mídia brasileira, e que parece ter seu papel em movimentos políticos importantes.

Os números de venda dos jornais impressos têm caído no Brasil. Verificando no site da *Associação Nacional dos Jornais*, este número diminui de 333.860 exemplares vendidos no ano de 2014 para 193.079 exemplares em 2015, nas vendas impressas do jornal *O Globo*, o segundo mais vendido em termos de jornal impresso no nosso país. Não há dúvidas de que a venda vem caindo ao longo dos anos, mas, mesmo com esta queda, o jornal impresso tem sua importância histórica e cultural. E o que um jornal como *O Globo* leva em suas manchetes, textos de chamada e fotografias têm um impacto sobre as percepções e questões nacionais. Muito disto se pode perceber em uma rápida olhada na configuração de suas capas, que funcionam como vitrines com alto poder de condensação de sentidos e direcionamentos de leitura do que virá nas páginas seguintes.

Para Ferreira Junior (2003), a capa é a primeira expressão imagética do jornal e segundo Aguiar (2010), ela tem função de atrair os leitores de forma persuasiva em relação à compra de exemplares. É a vitrine expositiva e tem a intenção primeira de mostrar os assuntos mais importantes, tanto quanto as chamadas para as reportagens que vêm dentro do jornal; ou seja, funciona como um verdadeiro veículo de propaganda (HEBERLE, 2004). Portanto, a capa, com seus constituintes próprios (manchete, textos da chamada, fotografias, editoriais, propagandas, charges), é considerada um gênero discursivo autônomo, com propósitos comunicativos próprios (AGUIAR, 2010). Por esse motivo, justifica-se aqui a escolha do gênero *capa de jornal*, definido como multimodal, posto que analisaremos os textos verbais e não verbais como partes de um todo (LEEuwEN 2011; MAINGUENEAU, 2015), e como meio e fim de entendimento sobre de que maneira, por meio da análise da composição destes elementos, é possível identificar a matriz ideológica do veículo.

Pensando nisto, esta pesquisa tem como objetivo geral compreender a construção textual e discursiva de duas capas do jornal *O Globo*, identificando como as manchetes, fotografias, charges e textos da chamada de capas colocados ao leitor constituem-se como um fenômeno não aleatório, uma vez que se configuram efeitos de sentido por meio dos quais se podem não apenas identificar a matriz ideológica do veículo, como também questionar a neutralidade e a imparcialidade da mídia nos processos políticos.

Como objetivos específicos, buscamos: 1) analisar como a organização dos constituintes linguísticos das manchetes do jornal e dos textos da chamada de capa¹ (compreendendo uma análise do texto verbal) e das fotografias e charges destas mesmas capas (compreendendo o texto não verbal) são importantes na construção de diferentes efeitos de sentido no gênero capa de jornal; e 2) explicitar os efeitos de sentido de generalização e de particularização na configuração linguístico visual de duas manifestações populares sobre o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff.

Para isso, lançaremos mão da base teórica da Análise do Discurso, como antecipado, tomando por pilar as reflexões de Pecheux (1969, 1990, 1997, 2014), e outros autores da mesma escola, como Orlandi (1995, 1996, 1999, 2004, 2012, 2016), e Possenti (1997, 2009), para mobilizar os conceitos de ideologia, discurso, sujeito, materialismo histórico e Efeito de Sentido para esta pesquisa. No que diz respeito ao campo discursivo específico estudado, o da mídia, nos basearemos em Maingueneau (2013) e Abramo (2003, 2016), bem como fundamentaremos o gênero específico *capa de jornal*, sob o que se assenta nossa reflexão, em Aguiar (2010). Englobando também os conceitos que regem este gênero e seus constituintes (manchetes, textos de chamadas, charges e fotografia), na perspectiva da multimodalidade, conforme Maingueneau (2013, 2015) e Leeuwen (2011).

Observaremos, portanto, como os artifícios linguísticos são usados na construção dos Efeitos de Sentido, tentando mobilizar o aparato teórico da AD para

¹ Consideraremos aqui “textos de chamada de capa” como sendo os textos que constam de pequenos blocos, ou em caixas em separado do texto principal, que é a manchete do jornal, podendo ter ou não relação com esta.

entender os fenômenos linguísticos que se materializam no verbal e no não verbal como fenômenos estáveis e passíveis de análise. Acreditamos que, quando a manchete do jornal é pensada, os processos de escolhas lexicais e semânticos que levam a uma ou a outra palavra, ou a um ou outro processo semântico não é um caminho imune: a língua é o mecanismo de escolha, poderoso em suas constituições internas e que serve de meio para a construção de sentido.

Com isso, nosso *corpus* será formado por duas capas do Jornal *O Globo*, o portador da opinião do maior conglomerado midiático do Brasil, da América Latina e um dos maiores do mundo (ABRAMO, 2009). Trataremos, como fragmentos específicos de análise, enunciados das duas manchetes, enunciados de textos de chamadas de capa, as fotografias que as acompanham, bem como uma charge, considerando a multimodalidade dos textos do *corpus* a ser analisado, o que acreditamos ser um recorte possível e que nos dê um entendimento de como o efeito de sentido é construído a partir da linguagem.

Deste modo, nosso trabalho constará de um caminhar pelas bases teóricas constitutivas da AD e seus conceitos mais importantes e necessários a este estudo, contidos na seção 2, *Pelos caminhos teóricos da AD “francesa”*, na qual iremos expor os autores e as teorias que serão necessárias ao trabalho. Na seção 3, *Mídia, Política e Multimodalidade*, perfaremos um percurso histórico sucinto da mídia no Brasil e o papel desta nos processos políticos, bem como o papel do jornalista, apresentando ainda os conceitos de multimodalidade, e apresentando os constituintes do gênero *capa de jornal*. Na seção 4, justificaremos nosso *corpus* e explicitaremos o contexto histórico no qual está inserido (suas condições de produção), bem como a configuração do que será a nossa análise. Na seção 5, apresentaremos nossa análise, intitulada *Nas tramas do Texto-Discurso*, subdividindo em subtópicos para as análises do texto verbal e não verbal, fazendo, também, um apanhado geral, *O Todo do Texto-Discurso*, que funcionará como nossas considerações finais (seção 6).

Os resultados encontrados permitem afirmar que apesar de o jornal *O Globo* mostrar uma aparente neutralidade e imparcialidade, tentando apontar as duas

manifestações de uma forma isenta, o discurso do jornal poderia ser lido como *pró-impeachment*, a partir da explicitação das escolhas linguísticas e da configuração dos demais elementos constituintes das amostras do gênero em análise. Isto permite, dentro de uma perspectiva global dos estudos linguísticos, uma reflexão sobre o papel da mídia nos processos políticos significativos, bem como seu papel de imparcialidade e neutralidade em processos históricos importantes.

Com isto, desejamos contribuir com as reflexões no campo linguístico, com o aprofundamento dos questionamentos que a AD pode levantar, bem como aumentar o campo de ação do Linguista e do Professor de Letras, em uma percepção mais global dos processos que requerem, indiscutivelmente, o conhecimento da língua e dos seus usos mais sistemáticos e profundos, inter-relacionando-os com outras áreas do saber humano.

2 PELOS CAMINHOS TEÓRICOS DA AD “FRANCESA”

Nesta seção, caminharemos pelo terreno teórico da AD, apresentando seus constituintes fundamentais, como os que fazem parte do tripé “discurso, sujeito e ideologia”, adicionados à materialidade (subseção 2.1). O Efeito de Sentido constará em uma subseção própria, dada sua importância e porque foi a categoria analítica que escolhemos neste estudo, adentrando um pouco mais no seu substrato (subseção 2.2). Em todo este percurso, levantaremos os autores relevantes, muitos deles advindos da escola francesa, por isso o epíteto da seção.

2.1 DISCURSO, SUJEITO, IDEOLOGIA E MATERIALIDADE

A Linguística antes de Michel Pêcheux era fortemente estruturalista (FERREIRA, 2005), tendo, em sua maioria, o entendimento da linguagem pela linguagem, e não era comum que outras áreas do saber humano pudessem interferir em seu terreno. Pêcheux, que era filósofo, além de absorver conhecimentos da Linguística, também fez uso da teoria da psicanálise de Lacan (1978) e dos conceitos marxistas de Louis Althusser (1992), incorporando elementos vindos destas outras áreas em uma epistemologia importante. Então, a partir disto, tivemos uma nova visão sobre elementos linguísticos, com inserção de um terreno menos rígido, com novos paradigmas e uma nova episteme.

Esta nova base teórica que nascia era sustentada sobre o tripé dos conceitos teóricos de Ideologia, discurso e sujeito, conceitos estes de certa forma ainda caros e novos à Linguística anterior a Pêcheux. Acrescentados a este tripé, os conceitos marxistas (via Althusser) das estruturas, do materialismo histórico e suas condições de produção, bem como o conceito de Lacan (1978) do grande “Outro”, como sua independência da Linguagem em relação ao sujeito. Desta quase miríade nasceu a Análise do Discurso.

Sobre a nomenclatura e definição quando adotamos o termo Análise do Discurso “francesa”, o fazemos sem maiores problemas. Logo, quando assumimos o

termo, estamos nos firmando em uma base teórica que compreende e responde ao problema proposto nesta pesquisa. E se, como falado acima, os fundamentos da AD francesa respondem à nossa hipótese sobre nosso objeto de estudo, entendemos que ela se torna acertada. Maingueneau (1997, p.15) explicita que “todo questionamento teria fundamento caso mostrasse que o objeto instituído pela AD não é pertinente ou que seus conceitos e seus métodos não permitem apreender convenientemente este objeto”. Passaremos ao largo desta problemática, embora adotemos o termo “francesa”. O mesmo Maingueneau acrescenta que

a análise de discurso não pretende se instituir como especialista da interpretação, dominando “o” sentido dos textos; apenas pretende construir procedimentos que exponham o olhar-leitor a níveis opacos à ação estratégica de um sujeito (...). O desafio crucial é o de construir interpretações, sem jamais neutralizá-las, seja através de uma minúcia qualquer de um discurso sobre o discurso, seja no espaço lógico estabilizado como pretensão universal (PÊCHEUX *apud* MAINGUENEAU, 1997, p.11).

Este entendimento de Pêcheux é salutar e nos serve como delimitação, de certa forma, do campo de ação, não só da própria AD, como também do analista que usa a sua episteme. Da mesma forma, quando ele toca na interpretação em si, embora não faça referência direta ao papel subjetivo do analista, o autor constrói nosso campo de ação. Isso lança luz ao nosso estudo porque, definindo nosso campo de ação e os processos interpretativos construídos ao longo da análise, ele nos ampara com uma metodologia que é própria da AD, e de seu objeto de estudo, que muitas vezes, como falado, revela-se em opacidades de um texto e suas relações com o mundo.

É importante lembrar que a AD trabalha entre estes campos em confluência (Psicanálise, Linguística e Marxismo) mas não em total dependência. Há liberdade para a produção do saber e construção de novos paradigmas. E isso é necessário, visto que novas tecnologias surgem e novas visões sobre o objeto de estudo também. Sobre isto, defende Orlandi (1999, p.20):

Se a Análise do Discurso é herdeira de três regiões do conhecimento – Psicanálise, Linguística, Marxismo – não o é de modo servil e trabalha uma noção – a de Discurso – que não se reduz ao objeto da Linguística, nem se deixa absorver pela Teoria Marxista e tampouco corresponde ao que teoriza a Psicanálise. Interroga a Linguística pela historicidade que ela deixa de

lado, questiona o Materialismo perguntando pelo simbólico e se demarca da Psicanálise pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a Ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele.

O conceito de ideologia é muito caro à AD francesa. Nesta pesquisa, por ideologia entenderemos como uma instância superior, anterior ao discurso, que se insere na história. Concordamos com Pêcheux (2014, p.137) quando ele descreve e conceitualiza que

a ideologia em geral não tem história, na medida em que ela se caracteriza por uma estrutura e um funcionamento tais que fazem dela uma realidade não histórica, isto é, *omni-historica*, no sentido em que essa estrutura e este funcionamento se apresentam na mesma forma imutável em toda história.

Nesta definição, o autor relaciona ideologia com um todo histórico, onde a própria ideologia toca a história globalmente, de uma forma estável. O nosso trabalho não poderá se ausentar destas questões, visto que as condições de produção da nossa pesquisa se inserem em um dado momento histórico significativo, um *impeachment* presidencial, que contribui com toda sua complexidade política na materialização do discurso.² Portanto, nossa discussão se estenderá a um provável campo ideológico marcado pelo jornal. Sobre ideologia, Pêcheux (2014, p.149) conclui dizendo que

o funcionamento da ideologia em geral como interpelação dos indivíduos em sujeitos (e, especificamente, em sujeitos de seu discurso) se realiza através do complexo das formações ideológicas (e, especificamente, através do interdiscurso intrincado nesse complexo) e fornece “a cada sujeito” a sua “realidade”, enquanto sistema de evidências e de significações percebidas-aceitas-experimentadas.

O mesmo Pêcheux (2011) fez questão de frisar que a AD não deve ser entendida como marcadamente marxista, visto que isso poderia diminuir seu campo de ação. O autor marca também uma questão intrínseca à AD, nos processos políticos extensos, quando trata, em sua conferência *Ideologia-Aprisionamento ou*

2 Na discussão sobre o processo de impeachment em foco há uma polêmica sobre como este processo teria configurado, de fato, um Golpe de Estado. Não é nosso objetivo discutir a realidade jurídico-política do impeachment, portanto não trataremos do que se acredita ser seu contraponto teórico – o Golpe, pois nosso objetivo é o estudo da materialização de processos discursivos marcados na linguagem das mídias. Mas fica o registro de que o processo em si é polêmico.

*campo paradoxal?*³, dos discursos e ideologias em um mundo marcadamente dicotomizado pela guerra fria, em uma divisão entre capitalismo e socialismo. Ainda que se trate de um campo discursivo específico, a citação seguinte traz importante reflexão para os propósitos de nosso estudo:

As ordens do discurso (dispositivos) políticas estavam marcadas pelos campos feudo-absolutistas por meio de fronteiras da linguagem visíveis no campo da diferença material entre as línguas e da separação do código, que os sujeitos distribuíram a partir da ordenação de lugares pré-estabelecidos. Os campos discursivos do capitalismo desenvolvido, por outro lado, principalmente aqueles que se desdobram no âmbito de seu núcleo, “deslocaram” o discurso político: trabalha-se aqui sem fronteiras pré-estabelecidas, uma vez que esse trabalho diz respeito às fronteiras da própria língua, do significado dos enunciados, e da posição do sujeito, que se deixam inscrever aqui: esses “campos onde o mesmo está inscrito no outro” removem interruptamente os pontos discursivos de submissão/assujeitamentos ideológicos e os locais, a partir dos quais é possível enunciar oposição, sem que a lógica dessa remoção jamais pudesse ser descrita em um sistema fechado (PÉCHEUX, 2015. p.119).

Com isto, o autor, falando de um campo discursivo específico, que era a guerra fria, advindo de um pós-guerra que dividiu o mundo em dois grandes blocos, abre a possibilidade de entendermos que, na nossa pesquisa, o campo discursivo é também delimitado, e está sujeito a todo tipo de interpelação de discurso político.

Entenderemos aqui que o texto quase nunca é cristalino, há modulações e opacidades que passam pela sua compreensão. Sendo o Efeito de Sentido a categoria escolhida para este estudo, é importante frisar que também consideraremos o sujeito, a ideologia e o materialismo histórico no qual isto acontecerá. É condição *sine qua non* deste estudo amalgamar estes conceitos e categorias como modo de entender os fenômenos linguísticos materializados no nosso *corpus* e que, porventura, possam explicar os questionamentos advindos desta pesquisa: este é, portanto, o objetivo desta subseção.

O materialismo é uma categoria importante na Análise do Discurso, pois traz com ela o conceito de matéria. Na AD, o materialismo histórico é de suma importância. Para Orlandi (2016, p.71), “matéria é a substância susceptível de receber forma”, portanto, não é somente algo posto no mundo das coisas

3 Ocorrida em fevereiro de 1982, dentro do encontro *Problemas das pesquisas em Ideologia*.

modeláveis e palpáveis. Para a mesma autora, a matéria só existe pelo materialismo, não podendo substituir vida biológica e alma: “Na ética materialista- assim como na capitalista – saúde, bem-estar, riqueza, prazer, devem ser interesses fundamentais na vida” (ORLANDI, 2016, p.71). Neste trabalho admitiremos o materialismo histórico como de fundamental importância para o entendimento do processo político em curso de que se trata as capas de jornal da nossa pesquisa. Por definição, Orlandi (2016, p. 71) também conceitualiza que

o materialismo histórico é o termo criado por Engels para designar a doutrina de Karl Marx, segundo a qual os fatores econômicos estão na base e são a causa determinante dos fenômenos históricos e sociais.

Como já supracitado, o materialismo histórico será importante nesta pesquisa porque nos dará condições de perceber as dadas condições de produção de um Discurso, refletido nos efeitos de sentido.

Michel Pêcheux⁴ trouxe, no final dos anos sessenta só século vinte, o sujeito para o centro das discussões. Este Sujeito (ressaltado aqui com letra maiúscula) não seria qualquer sujeito, mas um específico para a AD, de alguma forma atravessado pela linguagem. Para o autor, o sujeito é resultado da relação indissociável existente entre História e Ideologia. Esta mesma linguagem pode ter ora caráter criacional e produtivo, ora caráter manipulador da construção de pensamento e referenciais:

Se acrescentarmos, de um lado, que esse sujeito, com um S maiúsculo- sujeito absoluto e universal-, é precisamente o que J. Lacan designa como o Outro (*Autre*, com A maiúsculo), e, de outro lado, que, sempre de acordo com a formulação de Lacan, “o inconsciente é o discurso do Outro”, podemos discernir de que modo *o recalque inconsciente e o assujeitamento ideológico* estão materialmente ligados, sem estar confundidos, no interior do que se poderia designar *como o processo do Significante na interpelação e na identificação*, processo pelo qual se realiza o que chamamos as condições ideológicas da reprodução/transformação das relações de produção (PÊCHEUX, 2014, p.124-125).

Nosso estudo é necessariamente pecheutiano, porque o sujeito se sobressai ao homem, e é por ele, pela identificação do sujeito específico para a Análise do Discurso, que entenderemos que este é antes de tudo um sujeito da Linguagem, do inconsciente, interpelado pela ideologia. Portanto, AD francesa se compreende como

⁴ Em *Analyse Automatique du Discours* (PÊCHEUX, 1969).

uma disciplina de confluência, uma vez que se inscreve em um lugar em que se juntam três regiões de conhecimentos: materialismo histórico, como uma teoria das formações sociais, incluindo-se a ideologia; a linguística, como teoria dos mecanismos sintáticos e dos processos de enunciação; e por fim, a teoria do discurso, como determinação histórica dos processos semânticos.

Ainda sobre a relação entre sujeito, materialismo histórico, ideologia e Efeito de Sentido, Florêncio *et al* (2009, p.68) discute que

quando falamos de sujeito em relação com a história, estamos falando de sujeito ideológico, produtor de efeitos de sentido, pela relação com o simbólico. A ideologia constitui, então, o sujeito e os sentidos, em sua função de estabelecimento da relação necessária entre o linguístico e o social.

Então o sujeito⁵, a partir de suas formações discursivas materializadas na linguagem, produzirá os Efeitos de Sentidos que deverão ser captados e analisados por esta pesquisa. Este sujeito se “assujeita” à ideologia do jornal e, do seu lugar, faz manobras a partir de artifícios linguísticos, em um território (talvez) livre de um assujeitamento total.(?)

Pêcheux (1990) entendia o conceito de discurso como a história na língua e não deixa de ser, o discurso, uma materialidade entre história e língua, sendo também um conflito simbólico com a ideologia. Impossível pensar em discurso sem de alguma forma entender que é preciso haver o fato, enviesado no tempo, e o contexto:

Através das estruturas que lhe são próprias, toda língua está necessariamente em relação com o “não estar”, “o não estar mais”, o “ainda não está” e o “nunca estará”, da percepção imediata; nela se inscreve assim a *eficácia omni-histórica* da Ideologia como tendência incontornável a representar as origens e os fins últimos, o alhures, o além e o invisível (PÉCHEUX, 1990, p.08).

Novamente o autor liga as três categorias. Mas na citação acima ele traz uma percepção muito cara à AD: a Língua. Com o seu mecanismo complexo, pode se relacionar com uma memória que nem sempre está clara e nem sempre é percebida

5 É necessário dizer que, entre Pêcheux e Orlandi, de um lado, e Maingueneau e Possenti, de outro, há diferenças teóricas no que diz respeito ao tratamento da subjetividade. Os primeiros são mais estruturalistas, por assim dizer, e os últimos indicam um certo “agir” do sujeito. Mas entendemos que não é basilar, nesta pesquisa, um aprofundamento neste conceito e deixaremos isso para outras categorias, como o efeito de sentido.

pelo sujeito que dela faz uso. Neste processo, os apagamentos, os deslizos, o que ainda está por vir, frisa Pêcheux, pode ser significativo no processo discursivo.

Ainda sobre discurso e sua ligação com a sua produção, Possenti (2009, p.13) defende que

a resposta primeira de Pêcheux é que o discurso é tanto mais universalmente legível quanto mais estiver ligado a uma instituição (e tanto mais quanto mais antiga for a instituição à qual o discurso se liga). Ou seja, a leitura não é a leitura de um texto enquanto texto, mas enquanto discurso, isto é, na medida em que é remetido as suas condições, principalmente institucionais, de produção.

Desta forma, fica claro que as relações de um texto com o mundo podem ser estudadas tendo em mente que a Ideologia, o materialismo histórico e o discurso se relacionam de uma maneira estável e passível de estudos. A relação destas estruturas pode ser constitutiva de um elemento muito importante, que é o Efeito de Sentido. Logo, nesta seção que tratamos aqui, foi nosso objetivo discutir os conceitos pertinentes à AD, mas iremos nos ater mais aprofundadamente na próxima seção à categoria do efeito de sentido, que é, em primeira e última análise, o que se pretende como consequência de uma dada manchete, um texto de chamada ou uma dada fotografia jornalística.

2.2 SOBRE A NOÇÃO DE EFEITO DE SENTIDO

A questão do sentido é um dos conceitos mais importantes da AD. Tratando-se de uma teoria de leitura, muitas tentativas de refinamento da noção de sentido tem havido. Nesta pesquisa, entendemos que sentido na AD não é imanente nem tampouco transcendente. Aliás, é uma das categorias mais produtivas. Ele é um produto resultado de uma construção, cujos efeitos são “Efeitos de Sentido”.

Escolhemos então o Efeito de Sentido para esta pesquisa. Entendemos que esta categoria da AD revelará muito do que pretendemos: é por ela que se direciona aquilo que previamente é construído pela ideologia. Sobre como a AD vê o sentido, Orlandi (2015, p.26) conceitua que:

A Análise do Discurso visa fazer compreender como os objetos simbólicos produzem sentido, analisando assim os próprios gestos de interpretação

que ela considera como atos no domínio simbólico, pois eles intervêm no real do sentido. A Análise do Discurso não estaciona na interpretação, trabalha seus limites, seus mecanismos, como parte dos processos de significação.

Então o sentido não é um dado, *a priori*, ele é construído no discurso, fugindo de certa forma de uma noção mais forte de subjetividade. Na discussão do caráter material do sentido, Pêcheux (2014, p.146) defende que

[...] o sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição etc., não existe “em si mesmo” (isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante), mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (isto é, reproduzidas).

Desta forma, o autor evidencia que “as palavras, expressões, proposições” transmutam seu sentido dependendo das formações ideológicas daqueles que as (re)produzem. Assim sendo, o uso ou a instrumentalização da Linguagem por aqueles que a empregam, como, por exemplo, a escolha de categorias específicas de palavras, dá a dimensão da importância do entendimento de como o sentido é construído.

E é sempre recorrente a intersecção do histórico e do social na compreensão do Sentido e de seus efeitos. E o subjetivismo dos indivíduos tem papel crucial nesta construção. À vista disto, Orlandi (1999) concorda com o que Pêcheux alude na citação anterior quando diz que

o sentido é assim uma relação determinada do sujeito – afetado pela língua - com a história. É o gesto de interpretação que realiza essa relação do sujeito com a língua, com a história, com os sentidos. Esta é a marca da subjetivação e, ao mesmo tempo, o traço da relação da língua com a exterioridade; não há discurso sem sujeito. E não há sujeito sem Ideologia. Ideologia e inconscientes estão materialmente ligados. Pela língua, pelo processo que acabamos de descrever (ORLANDI, 1999, p.45).

De certa forma e como já explicitado, o material de que trata o analista do discurso não é linear nem claro. É preciso nos distanciarmos de teorias da comunicação nas quais temos somente um emissor, um receptor e, entre estes dois, um canal. A compreensão é muito mais abrangente e permite que entendamos que o discurso não leva um sentido atrelado em seu corpo. O sentido é uma construção e

pode ser vários, dependendo principalmente de como ele foi produzido. É como conceitua Orlandi (1996, p.64):

Em suma, interpretar, para o analista de discurso, não é atribuir sentidos, mas expor-se à opacidade do texto (ainda Pêcheux), ou, como tenho proposto (Orlandi,1987), é compreender, ou seja, explicitar o modo como um objeto simbólico produz sentidos, o que resulta em saber que o sentido sempre pode ser outro.

Desta forma, quando concordamos com a mesma autora no momento em que nos diz que “não se trata, assim, da historicidade (refletida) no texto, mas a historicidade do texto, isto é, trata-se de compreender como a matéria textual produz sentidos” (ORLANDI,2004, p.55), constatamos que estes, os Sentidos, são o produto final da materialização que o texto produz. Possenti (1997, p.02) relaciona-se de certa forma com esta ideia, quando nos mostra que

a concepção de sentido como mensagem é tributária, entre outras, de uma ideia segundo a qual o sentido é uma espécie de objeto bem definido, contido no ou veiculado pelo significante, de forma bastante estável, embora não para todo o sempre.

Pensando também aqui o enunciado como uma dimensão não somente material, estruturada e corpórea, mas um fenômeno que se impregna de vários constituintes, internos aos textos, lexicais e mais estruturais, e de outros constituintes externos, ocorridos basicamente de partículas que dependem de um dado contexto histórico, Possenti (2009, p.13) nos traz um entendimento sobre o sentido e seu efeito de sentido, conceito basilar da nossa pesquisa:

O sentido é um efeito de sentido porque resulta de uma enunciação (e não, simplesmente, dos signos, das palavras, dos enunciados, ou seja, da língua). O sentido não é apenas a contraparte do significante; ele é um efeito do aparecimento do significante em condições dadas. Mas ele não é, para a AD, seria importante dizê-lo, puramente um efeito do significante, mas um efeito da enunciação do significante em situações históricas mais ou menos precisas.

Podemos dizer, desta maneira, que o Efeito de Sentido é uma categoria da Análise do Discurso e que é um objeto de estudo. Deveremos entender que a sua construção é intrínseca à enunciação, porque sem ela simplesmente o Efeito de Sentido não acontecerá. Mas ele não é tão somente subproduto deste enunciado. É o que nos esclarece Possenti (1997, p.04), quando defende que:

Pêcheux não exclui que o efeito de sentido entre os pontos A e B possa eventualmente ser uma informação. É o que se depreende de sua afirmação segundo a qual não se trata necessariamente disso. O que deve significar que ele propõe apenas – embora para o momento isso não fosse pouco – que não se trata sempre e unicamente de transmissão de informação.

Neste trabalho defendemos que quando identificamos o Efeito de Sentido, poderemos apreender a matéria ideológica de que é feito o texto. E como os textos de que tratamos estão dentro de uma concepção de mídia, a seção seguinte abordará sobre este conceito. Bem como definiremos o que é a imagem fotográfica no âmbito desta pesquisa, trazendo a capa de jornal como gênero discursivo e enfatizando o conceito de multimodalidade textual.

3 MÍDIA, POLÍTICA E MULTIMODALIDADE

Nesta seção, entraremos em dois terrenos que não são necessariamente linguísticos, o midiático e o jornalístico, mas fundamentaremos nas explicações que se seguem, posto que o campo discursivo de que tratamos é amplo e precisa ser aclarado no âmbito desta pesquisa (Seção 3.1). Em uma outra subseção, versaremos sobre o conceito de multimodalidade para compreender o gênero *capa de jornal* e (Seção 3.2) na última subseção, tocaremos no papel da fotografia jornalística.

3.1 MÍDIA E POLÍTICA

Mesmo que a episteme que cerque o termo mídia não seja especificamente da área da AD, torna-se necessário dialogarmos com um conceito de mídia neste trabalho pois, em larga medida, o objeto de nossa pesquisa é um tipo de mídia, por isso já se justifica também esta seção. Segundo o dicionário *Michaelis on line*, corresponde à

toda estrutura de difusão de informações, notícias, mensagens e entretenimento que estabelece um canal intermediário de comunicação não pessoal, de comunicação de massa, utilizando-se de vários meios, entre eles jornais, revistas, rádio, televisão [...] (MICHAELIS ON LINE. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/busca?id=okDkn>. Acesso em 10. jan. 2019).

O que nos diz o dicionário sobre o termo é mais um panorama que compreende uma visão generalista. Mas, em verdade, afunilando uma pesquisa vê-se que o termo, no âmbito das teorias das comunicações, não é uma unanimidade. Como nos diz Rubim (2000, p.22), mídia é

o conjunto de meios enquanto indústria da comunicação, com suas empresas e rotinas próprias dentro da sociedade capitalista detentora de linguagens, formatos, estratégias, processos, e agentes múltiplos que envolvem a comunicação de massa, projetam imagens e visibilidades e a constituem um poder no mundo contemporâneo.

O autor nos conceitualizaria mídia de uma forma clara. E, quase que didaticamente, pode-se dividir a mídia em três grandes áreas: impressa (Livros,

Jornais, Revistas), mídia eletrônica (Televisão, Cinema, Rádio) e mídia digital (computadores, Internet e Dispositivos Móveis). Nesta pesquisa, entenderemos o jornal como mídia impressa, embora os jornais tenham feito a sua migração para a mídia digital.

Por vezes, pode-se perceber uma relação íntima entre mídia e política, em um processo de busca de poder. Especificamente na construção da mídia brasileira, esta busca tem uma relação intrínseca. O jornalista Fernando Moraes, em seu livro *Chatô, o Rei do Brasil*, usa o exemplo de Assis Chateaubriand, que viria a se transformar no dono dos “Diários Associados”, um grande conglomerado formado por quase cem jornais, incluído neste trabalho para nos dar um panorama de como, na teia do poder, os jornais foram fundamentais para a perpetuação deste ou daquele grupo. Isto se torna claro em várias passagens do livro e nos serve para ilustrar que a gênese de muitos dos jornais que fazem a grande mídia brasileira veio a partir de um jogo intrincado com o poder, ora falando “mal” dele, ora “bem” sem ressalvas. Moraes (2011, p. 151) considera que

é impossível afirmar que razões levaram Chateaubriand, a partir de então, a colocar seus jornais, e sobretudo o influente *O Jornal*, escancaradamente a serviço de Vargas. Pode ter sido uma retribuição aos favores que lhe prestava o gaúcho - afinal, à época apenas mais um político de importância regional. Mas a raiz desse apoio poderia muito bem estar no apurado olfato político de Chateaubriand, capaz de farejar, a anos ou quilômetros de distância, a canoa certa em que embarcar. A verdade é que Getúlio Vargas passaria a ser o objeto frequente e preferencial de seus artigos de primeira página em *O Jornal* e no *Diário da Noite* paulista.

O jornal *O Globo* foi o primeiro veículo do conglomerado *Globo*, que detém também uma rede de televisão de canal aberto (que por muitos anos foi a única grande rede nacional), uma rede de televisão paga, uma gravadora de música, uma editora de revistas, um portal de internet, dentre outras empresas que formam o maior conglomerado midiático da América Latina. O jornal foi lançado em 1925, um ano após o seu dono, Irineu Marinho, ter saído do jornal *A Noite*. Segundo o próprio site *História Grupo Globo*⁶, grande parte dos jornalistas que participavam do antigo

⁶ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/mobile/historia-grupo-globo/irineu-marinho-deixa-o-jornal-a-noite.htm>. Acesso em: 13. jan. 2019)

emprego de Irineu Marinho o seguiram, com uma proposta de criar um jornal vespertino com nova roupagem:

Chega às bancas O Globo, fundado por Irineu Marinho, com duas edições diárias. Desde o lançamento, O Globo se caracteriza por ser um jornal essencialmente noticioso e voltado para a prestação de serviços. A primeira sede do novo vespertino é no prédio do Liceu de Artes e Ofícios, no Largo da Carioca, centro do Rio de Janeiro. Começa a funcionar apenas com uma máquina rotativa, que havia pertencido ao exército britânico, e com um time de jornalistas talentosos que deixam a redação de A Noite e acompanham Irineu Marinho no novo desafio. O jornal tem seu nome escolhido em um concurso popular. Irineu Marinho morre 25 dias após o primeiro número de O Globo chegar às bancas. O experiente jornalista Eurycles de Mattos assume a posição de diretor-redator-chefe e Roberto Marinho, filho de Irineu, ocupa o cargo de secretário. Cinco anos depois, em 1931, Roberto Marinho torna-se presidente de O Globo e transforma-o em um dos jornais mais conceituados do país. Em 1954, a redação se muda para a rua Irineu Marinho, próxima à Praça Onze, também no centro do Rio. O jornal torna-se matutino quase 50 anos depois do seu lançamento, na sua modernização. Roberto Marinho se mantém à frente de O Globo até o fim de sua vida.

Referindo-se a esta mesma correlação entre grandes conglomerados, ideologia e poder, na relação conformativa nacional brasileira, Lima (2010, p. 45), explicita que

na nossa versão de democracia liberal, a grande imprensa é uma instituição privada poderosa, concentrada nas mãos de uns poucos grupos empresariais familiares, beneficiária da propriedade cruzada e da ausência histórica de formas democráticas de regulação.

Perseu Abramo (2009), no seu ensaio *Padrões de manipulação na grande imprensa*, mostra-nos, por um viés próprio e por uma análise primorosa de quem passou boa parte da vida dentro das redações de jornais como *A folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*, como funcionam as intencionalidades no processo de construção de manchetes. A abordagem de Abramo (2009) não é a da Análise do Discurso, mas é pertinente colocarmos aqui sua visão da grande imprensa e do papel do jornalista como também agente deste processo. Nesta primeira edição, de 2009, a apresentação é assinada pelo jornalista José Arbex Junior, que logo no primeiro parágrafo nos indica que

a grande mídia brasileira é uma das mais competentes do planeta. A Rede Globo está entre as cinco maiores redes de canal aberto do mundo; seus programas, não importa o gênero – jornalismo, entretenimento, novelas-, exibem qualidade técnica espetacular, são artigo de exportação. A mídia impressa, tecnicamente, nada fica a dever a qualquer grande jornal, mesmo

que se incluam na lista os americanos *The New York Times*, *The Washington Post* e *Los Angeles Times* (ABRAMO, 2009, p.07).

Na apresentação da segunda edição do mesmo ensaio, que data de abril de 2016, portanto um mês depois das manifestações de que trata o nosso *corpus*, a jornalista Patrícia Cornils, depois de falar do contundente editorial da *Folha de São Paulo*, editorial este que pedia a renúncia da presidenta Dilma e seu vice Michel Temer (ABRAMO, 2016, p.06), nos traz que, embora a grande mídia de massa (inclua-se aí o jornal *O Globo*) tenha perdido o monopólio, uma mídia alternativa (*Movimento Passe Livre*, *Mídia Ninja*, por exemplo) tratou de ocupar um espaço necessário como “atores sociais” durante as manifestações *pro-impeachment* e *anti-impeachment* (ABRAMO, 2016, p. 08). Isso nos assinala que, apesar de surgirem outras vias no mesmo campo (o da mídia), o poder da “grande mídia” ainda prevalece:

O poder das empresas de mídia ainda é grande e seus veículos são fonte de informação fundamental para milhões de pessoas, ainda que a partidarização da imprensa seja cada vez mais clara (e sobre jornais e tevês atuando como partidos políticos, o texto de Perseu Abramo é visionário) (ABRAMO, 2016. p.09).

O questionamento da imparcialidade jornalística permeia o centro das discussões da área. E aqui, poderemos promover uma ponte com os conceitos de Ideologia absorvidos pela AD e as questões de imparcialidade jornalística, embora de campos teóricos aparentemente diversos. Culturalmente, no Brasil, espera-se que o jornalista seja “imparcial”, “isonômico” e sem “manipulações” (ABRAMO, 2016). Ora, seria mesmo possível fazer um jornalismo não manipulador? Com base nos conceitos de Ideologia à luz da AD, certamente que não. Estamos impregnados de construções ideológicas pregressas, que podem ser silenciadas por mecanismos próprios, mas que estarão sempre incutidos no arcabouço ideológico do sujeito de onde emana o discurso. Esse tipo de questionamento parece não constituir um problema, principalmente quando o caráter subjetivo é requerido.

Então, partindo deste princípio, entendemos que o Sujeito de onde emana o enunciado (e aqui este lugar, assim como entendemos na AD poder ser o jornalista/jornal) não carece ser um papel em branco, livre de toda carga intertextual/

interdiscursiva e histórica advinda de suas experiências pessoais, que fazem qualquer sujeito ser o que ele é, a partir das construções pessoais e de vida. A questão recai muito mais fortemente, pela ótica do jornalismo, sobre o conceito de objetividade e subjetividade, que na visão de Abramo (2009) são conceitos diferentes de neutralidade, imparcialidade, isenção e honestidade, por exemplo, que, situa o autor, ficam no campo da ação, do fazer, do agir e do ser. E completa:

Assim, é defensável que o jornalismo, ao contrário do que muitos preconizam, *deve ser não-neutro, não-imparcial e não-isento*, diante dos fatos da realidade. E em que momento o jornalismo deve tomar posição? Na orientação da ação. O órgão de comunicação não apenas pode, mas deve orientar seus leitores/espectadores, a sociedade, na formação de opinião, na tomada de posição e na ação concreta como seres humanos e cidadãos (ABRAMO, 2009, p.38).

Posto aqui o conceito de mídia e posta a problemática da necessária ou não imparcialidade do jornalista, entendemos que é essencial pisar no terreno para além das definições da Análise do Discurso, visto que nosso objeto de estudo compreende duas naturezas diversas: as das Letras e a do Jornalismo. Trazer estas definições faz-se necessário para a pesquisa e para delimitar e complementar, de certa forma, as categorias pertinentes à AD aqui elencadas. Importante também falarmos do conceito de multimodalidade, para configurarmos a capa de jornal como um gênero, como trataremos na nossa próxima seção.

3.2 O GÊNERO CAPA DE JORNAL NA PERSPECTIVA DA MULTIMODALIDADE

O século XXI trouxe novas tecnologias e a internet teve papel fundamental neste processo. Martinec e Salway (2005, p. 337) afirmam que “texto e imagens estão cada vez mais juntos criando textos multimodais”⁷, muito devido à rápida evolução das tecnologias de comunicação. O antigo binarismo oral/escrito deu lugar a outras formas de comunicação e a AD, de certa forma, teve que se adaptar. Posto que se mudam as modalidades tradicionais do Discurso, as categorias utilizadas pela AD precisaram também olhar para estes “novos discursos”.

⁷ No original: *text and images are increasingly coming together creating multimodal texts.*

No âmbito desta pesquisa, a multimodalidade se refere ao “uso integrado de diferentes recursos comunicativos, tais como linguagem (texto verbal⁸), imagem, sons e música em textos multimodais e eventos comunicativos”⁹ (LEEUEWEN, 2011, p. 668).

Para Maingueneau (2015, p.159), “a primeira evidência que se impõe é que uma parte sempre crescente da comunicação é ‘multimodal’, isto é, mobiliza simultaneamente diversos canais”. Posto isto, consideraremos o jornal impresso um exemplo de texto multimodal, o que justifica, neste subcapítulo, a nossa explanação sobre esta categoria. O mesmo autor nos fala que

mesmo a imprensa escrita tradicional é obrigada a privilegiar a encenação, o visual, produzindo diagramações baseadas no fenômeno da hiperestrutura, isto é, fazendo explodir um texto em diversos textos menores, de modo a formar uma espécie de mosaico de módulos heterogêneos, dispostos sobre uma página dupla. Vê-se, assim, constituir-se um novel intermediário entre o conjunto do jornal, elemento superior, e o artigo, elemento inferior (MAINGUENEAU, 2015, p.160).

A capa do jornal é, por definição, um texto multimodal, pois neles se inscrevem diversos tipos de linguagem. Embora provavelmente haja uma predominância da linguagem verbal, há nele uma diversidade de conjuntos, que precisam se orquestrar harmonicamente para passar a proposta a que se destina. Como esta “mistura” precisa necessariamente passar a informação, é preciso haver uma certa lógica na disposição dos constituintes da capa. Pensando nesta disposição dos textos multimodais em uma capa de jornal, Maingueneau (2015, p.160), também nos diz que

a importância da dimensão icônica se traduz, assim, em dois níveis: de um lado, os enunciados verbais se incrustam nas imagens ou as imagens acompanham os textos; de outro, o próprio conjunto que as imagens e os enunciados verbais formam constitui também uma forma trabalhada em si mesma.

Estes elementos (texto verbal, fotografias, propagandas, charges, entre outros) estão interligados, em uma teia que pode ou não ter uma relação lógica,

⁸ Grifo nosso.

⁹ No original: *integrated use of different communicative resources, such as language, image, sound and music in multimodal texts and communicative events*.

mas, como veremos no próximo subtítulo, tem uma função de “propaganda” dos conteúdos que vêm nas páginas subsequentes. Mas, para além disso, formam um todo que comunica uma ideia, e desta forma servem para imprimir a ideologia do veículo.

Nicolau Sevckenko (2006, p.09), define a primeira capa do jornal como

uma história truncada, uma atividade fragmentária e de mundo caótico: eis o que parece uma equação sinistra. Mas é desse amálgama incongruente que se nutre a primeira página de um jornal, nós a vemos todos os dias e nem por isso ela nos espanta. Ao contrário, nos atrai, seduz, encanta. Ou nos revolta, inquieta, transtorna. De qualquer forma, constitui uma experiência emocionante e imprescindível ao nosso cotidiano.

A capa de jornal, portanto, é um sumário do “devir” da edição que a acompanha. Tem características próprias e é o “abre alas” do jornal. É um gênero discursivo, com organização e propósitos próprios, com produtores e receptores definidos. Esta organização própria, em geral, segue uma lógica de constituição:

Entre os elementos que caracterizam uma capa de jornal estão os seguintes: nome do jornal, número da edição, data, fotografia, legenda, manchete e chamada. O conjunto constituído pelas manchetes, chamadas e imagem das capas de jornal deve formar um leque bem definido e distribuído de perspectivas e expectativas. As manchetes e as imagens impressionam, pois em poucos segundos, informações e sensações invadem o leitor (AGUIAR, 2010. p.12).

Assim sendo, consideraremos, nesta pesquisa, a capa de jornal como um gênero específico, com características próprias. Embora definir gênero discursivo não seja o objetivo deste trabalho, e sabendo que existem várias teorias sobre o tema que estão em constante modificação, bem como “tendo em vista que o gênero é essencialmente flexível e variável, tal como o seu componente crucial, a linguagem” (MARCUSCHI, 2005, p.18), concordamos com Aguiar (2012, p.136), quando nos diz que “fora o cabeçalho, todos os outros componentes encontrados na capa de jornal, já atingiram o status de gênero”. Mas não vamos nos aprofundar nesta reflexão aqui.

Definiremos o gênero capa de jornal em suas particularidades e como parte fundamental da constituição do jornal. Para Aguiar (2010, p.138):

A capa de jornal é um gênero complexo ou multimodal, portanto as fotos, legendas, manchetes, chamadas, bem como os aspectos gráficos, devem

ser vistos de modo integrado, ou seja, devem ser vistos interagindo entre si e produzindo efeitos uns sobre os outros.

Para a mesma autora, “a capa de jornal apresenta os seguintes componentes: cabeçalho, manchete, chamadas de capa, fotografia e legenda. Atualmente, esses componentes ocorrem todos os dias nas capas de jornal, portanto, podem ser considerados como fixos” (AGUIAR, 2012, p.135). Por outro lado, Bazerman (2005, p. 38), nos diz que “as manchetes apresentam acontecimentos e notícias mais importantes”.

Faria *apud* Aguiar (2010, p.45) traz uma definição técnica sobre as manchetes de jornal:

As manchetes são os títulos considerados pela redação do jornal como os de maior importância entre as notícias contidas na edição. Visualmente elas contribuem na estruturação das capas de jornal, tornando-as mais atraentes. São estampadas, geralmente, na parte de cima ou no centro da capa e destacadas por letras grandes. Também contribuem para que o leitor crítico possa criar uma imagem da identidade do jornal ou de sua linha de informação.

Da mesma forma, Silva *apud* Aguiar (2010, p.31), sobre o processo de diagramação da capa de jornal, divide, didaticamente, por zonas espaciais a capa de um jornal:

Numa capa de um jornal facilmente poderemos identificar as seguintes zonas de visualização: A) zona primária; B) zona secundária; C) zonas mortas; D) centro óptico e E) centro geométrico. A zona primária (lado superior esquerdo da página), deve conter um elemento forte para atrair a atenção e o interesse do leitor. Esse elemento pode ser uma foto, um texto, um grande título. A diagramação deve ocupar as zonas mortas (lado superior direito e lado inferior esquerdo da página) e o centro óptico (centro real de qualquer peça impressa situado um pouco acima do centro geométrico no cruzamento das diagonais) com aspectos atrativos para que a leitura se torne ordenada, rápida e agradável, sem o deslocamento brutal da visão do leitor.

Logo temos uma boa dimensão de que é importante o entendimento da diagramação no processo de informação, e isso fica evidente quando olhamos para este processo na capa de um jornal.

Entendemos, pois, a capa do jornal (e seus constituintes) como um gênero discursivo específico, com funcionamento reconhecido, com suas particularidades

neste sentido, e constituintes que são de um texto multimodal de fundamental importância na composição do jornal como um todo.

3.3 O PAPEL DA FOTOGRAFIA JORNALÍSTICA

Trataremos aqui de fotos jornalísticas que são uma forma de apresentação da realidade e estão compreendidas no âmbito do fotojornalismo. Na composição das capas de jornais, a fotografia é fundamental, é um elemento presente e, digamos, obrigatório. Ela complementa a informação principal e é uma continuação dela. Nesta pesquisa, daremos igual importância ao texto da manchete e aos textos de chamada de capa (que compreendem o nosso texto verbal) e às fotografias e charges aqui mencionadas (compreendendo o texto não verbal), porque entendemos que tanto as fotografias e charges como as manchetes e os textos de chamada de capa, embora venham de matrizes distintas dentro do jornalismo, compreendem enunciados e são feitos de matérias passíveis de estudos, e trazem uma carga inequívoca de Ideologia, perfazendo o mesmo caminho quando olhamos para o Efeito de Sentido produzido por elas.

A foto jornalística é um gênero conhecido no Brasil e este foi um dos primeiros países a conhecer a fotografia, quando Louis Compte, um padre francês, em janeiro de 1840, trouxe um aparato que deixou o então príncipe regente e futuro D. Pedro II apaixonado pelo processo de daguerreotipia (BUITONI, 2011). De lá para cá, a fotografia tornou-se universal e onipresente nas mãos da maioria dos habitantes do mundo. A câmera do celular simplificou um processo que era extremamente complexo. Mas precisamos entender que a fotografia jornalística tem um tratamento profissional e, na maioria das vezes, se não é o assunto principal das manchetes, a complementa sobremaneira. Sobre isto, Buitoni (2011, p.02-03) afirma que:

Quando se pensa em fotojornalismo, as cenas recorrentes são as de impacto: guerras, atentados, desastres naturais, pobreza, violências de toda espécie—a denúncia e a vontade de mudar as coisas estão implícitas. A maioria dos prêmios de fotojornalismo é atribuída a essas situações críticas. Mas existem muitos tipos de fotojornalismo que, inclusive, demandam especialização: esporte, gastronomia, natureza, moda, arquitetura,

automóveis, artes, beleza, colunismo social, entretenimento, saúde, turismo... A diversificação das mídias, o aparecimento de milhares de jornais e revistas nos últimos anos, a explosão da Internet e das produções colaborativas demandam uma variedade impensável de registros fotográficos, que satisfazem múltiplas vocações.

Para a mesma autora, a fotografia é apenas uma das modalidades de imagem. “Não existe uma só modalidade de imagem: O conceito geral de imagem – que abrange a fotografia – permite considerar diversas possibilidades para o visual” (BUITONI, 2011, p.13). Pensando nisto, nesta categorização dentro de parâmetro maior que são as imagens, o que seria então fotografia? Neste sentido, reside no termo uma função inequívoca de memória, mas também de comunicação.

Dentro desta discussão, veremos que a fotografia tem diversas funções, mas que ela jamais teria o poder de mímese, com uma requerida reprodução perfeita do real. Encontramos, então, um ruído e poderemos supor que a fotografia, como texto não verbal, compreende muito daquilo de quem a tira e da intencionalidade, como ela é posta no jornal, se transferíssemos este pensamento para a foto jornalística, por exemplo. Machado (1984, p.76) estreita um pouco este pensamento e nos exemplifica sobre a função da fotografia, desmistificando-a como “espelho do real”:

O primeiro papel da fotografia é selecionar e destacar um campo significativo, limitá-lo pelas bordas do quadro, isolá-lo da zona circunvizinha que é a sua continuidade censurada. O quadro da câmera é uma espécie de tesoura que recorta aquilo que deve ser valorizado, que separa o que é importante para os interesses da enunciação do que é acessório, que estabelece logo de início uma primeira organização das coisas visíveis.

Percorremos até aqui um caminho teórico, englobando algumas das categorias da AD e entramos no terreno da mídia, perfazendo este caminho com considerações sobre mídia e poder, sobre a natureza multimodal textual desta pesquisa e contextualizando a capa de jornal como um gênero discursivo específico, fazendo breves considerações sobre a foto jornalística. Nas próximas seções, entraremos no âmbito da análise em si, configurando o nosso objeto de pesquisa.

4 NOSSO CORPUS E SEU CONTEXTO HISTÓRICO – CONFIGURANDO UM DISPOSITIVO DE ANÁLISE

Usando duas capas de um grande jornal brasileiro, *O Globo*, que faz parte do maior conglomerado de meios de comunicação no Brasil e um dos maiores do mundo (ABRAMO, 2009), vamos propor uma análise de manchetes, textos de chamada de capa, fotografias e charge que as acompanham. Imprescindível dizer que a conjuntura político-social na qual as notícias estão inseridas importa muito, visto que no momento em que este trabalho está sendo escrito, o país vive um dos seus mais significativos momentos políticos desde a criação da república. Condição, portanto, com o que AD preconiza no que se refere ao materialismo histórico.

Orlandi (2012, p.23), problematizando a constituição e o funcionamento de um dispositivo analítico em AD, nos diz que

o objetivo da análise do discurso é descrever o funcionamento do texto. Em outras palavras, sua finalidade é explicitar como um texto produz sentido. Em seu trabalho, o analista de discurso deve *mostrar* os mecanismos dos processos de significação que presidem a textualização da discursividade. Há necessidade, na análise de discurso, de uma passagem da noção de “função” para “funcionamento” (sendo que esta nos permite encontrar as regularidades) e da construção de um dispositivo analítico baseado na noção do efeito metafórico.

Deste modo, as duas capas objetos da nossa pesquisa foram editadas em datas distintas, obviamente, mas com um curto período de diferença temporal entre elas, pois o desenrolar político vinha a passos largos e rápidos no país, às vezes com novas informações significativas dando-se em um par de horas. Estas capas acompanharam duas manifestações populares, em tese, diagonalmente opostas: uma ocorrida no dia 14 de março de 2016, que mostraria o apoio dos manifestantes ao processo de *impeachment* (figura 1), e outra, no dia 19 de março do mesmo ano, esta última mostrando uma manifestação contrária ao processo de *impeachment* (figura 2). Tomaremos aqui como enunciados as manchetes que estão em evidência na primeira capa do jornal nos dias citados e os textos das chamadas de capa que as acompanham, e os tomaremos como enunciados completos, para assim analisarmos como *corpus* de uma mesma situação ocasional e política que é um

processo de *impeachment*, que não mudou sistematicamente neste intervalo de dias entre as duas edições. Tomaremos também como objeto de estudo as fotografias que acompanham as duas manchetes nestas capas e uma única charge que aparece na figura 2.

A escolha do nosso objeto de estudo foi iluminada pela importância do *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff. Um processo que, segundo se argumenta, teria começado após o candidato Aécio Neves ter perdido a eleição que deu o segundo mandato à ex-presidenta. Em uma conjuntura de crise econômica, o partido de Aécio Neves, o PSDB, promoveu sucessivos movimentos, começando pelo pedido de recontagem dos votos nos dias imediatos ao fim da eleição. Em linha, e ajudados por uma conjuntura política também ruim, dada a falta de apoio da presidenta diante do novo congresso nacional formado, o processo se desenrolou à luz de um trâmite burocrático dentro da lei que o rege.

O início do *impeachment* da Presidenta Dilma Rousseff deu-se imediatamente depois da sua reeleição. O país saía de uma época de bonança econômica e entrava em uma pequena recessão. Pensando nisto, analisaremos, então, as duas capas e seus elementos constitutivos e relacionaremos com o contexto histórico importante do *impeachment* presidencial, que foi efetivado em 31 de agosto de 2016, depois de um longo processo. Sobre o início do processo político nos fala Bastos (2017, p. 05) que:

Em um momento de ampliação de conflitos sociais e políticos, e em uma fase de desaceleração do ciclo econômico, o governo preferiu realizar políticas que, teoricamente, apaziguariam a insatisfação empresarial, ainda que prejudicassem seus próprios aliados na base. O resultado foi o oposto do esperado: além de aprofundar a recessão e o afastamento empresarial, a virada na política econômica alienou parte da população para quem era verossímil a acusação de “estelionato eleitoral” (ou mesmo “traição”) feita pelos grandes meios de comunicação e pela oposição partidária.

Pensando nas condições de produção dadas e sabendo da importância do papel da mídia neste processo político, selecionamos estas duas capas para nos servir de hipótese analítica sobre uma possível ideologia marcada no jornal *O Globo*. Então, por qual motivo optamos por estas capas? A configuração não foi tão fácil e baseou-se em uma metodologia necessária para um estudo desta natureza, que

seria encontrar um *corpus* significativo dentro de uma dada *corpora*, que, neste caso, compreenderia um material muito vasto para nossa pesquisa. Assim sendo, procuramos no arquivo do jornal *O Globo* capas anteriores a outubro de 2014, portanto precedentes ao desfecho do processo eleitoral, continuando a pesquisa pelos anos de 2015 e 2016, e, por averiguação, estas duas capas se mostraram ideais para o exercício analítico requerido.

Este critério, por ora subjetivo, da escolha do objeto de estudo pelo analista do discurso, perpassa por um olhar pessoal, mas que não deslegitima nem o processo nem a análise em si, uma vez que este olhar é orientado teoricamente e, sabemos desde Saussure (1975), que pontos de vista criam objetos. Esta apreciação, que também é um olhar de alteridade, é própria da natureza dos estudos da AD. Orlandi (2012, p.25) lança luz sobre isso quando diz:

Segue-se que a construção deste dispositivo muda (desloca) a posição do sujeito para outra posição enquanto lugar construído pelo analista. Este deslocamento-posição do sujeito/posição do analista-mostra o jogo da alteridade presente na prática da análise, isto é, a leitura outra que ele pode produzir com seu dispositivo. Esta leitura trabalha o efeito de objetividade (a construção discursiva do referente, o efeito de evidência), a espessura semântica do texto, sua materialidade, levando em conta a falta, o deslize, o equívoco, a ideologia.

Nas figuras que seguem (figura 1 e figura 2) temos as duas capas completas que configurarão na nossa pesquisa. Elas foram retiradas sem alterações, do Acervo do jornal *O Globo*. A primeira capa, representada na figura 1, foi editada em 14 de março de 2016. E a segunda, em 19 de março de 2016. Estas capas, para efeito de análise e para sermos mais didáticos, serão decupadas em partes menores, que constarão posteriormente nas análises. Teremos um total de quinze figuras, separadas de acordo com a sequência em que aparecem, e respeitando o que seria o texto verbal e o não verbal (para efeito de análise, pois a capa é analisada em sua multimodalidade). Tendo em vista que pensamos as capas como textos multimodais como um todo, as análises se encontrarão e não respeitarão este critério meramente didático da separação em partes, o qual o leitor poderá perceber.

Figura 1 – Capa do Jornal O Globo de 14 de março de 2016.



Fonte: Acervo Jornal O Globo. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso em: 18 nov. 2018.

Figura 2 – Capa do Jornal O Globo de 19 de março de 2016.



Fonte: Acervo Jornal O Globo. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso: em 18 nov. 2018.

Na primeira capa (figura 1), podemos ler em letras maiores que *O Brasil vai às ruas contra Dilma e Lula e a favor de Moro*. Na segunda capa (figura 2), lemos que *Aliados de Dilma e Lula fazem manifestação em todos os estados*. As duas principais fotografias das manifestações que ilustram as capas e acompanham as manchetes foram tomadas na Avenida Paulista, local simbólico no qual estão representadas sedes de grandes bancos, corporações de mídia e de empresariado, na maior cidade brasileira e capital do Estado com maior PIB e tem, portanto, um simbolismo importante.

Esta pesquisa não refaz todo o percurso histórico do processo político, mas necessitou de uma contextualização que está no materialismo histórico dos processos discursivos, visto que o *impeachment* presidencial de Dilma Rousseff é parte das condições de produção do Discurso.

5 NAS TRAMAS DO TEXTO-DISCURSO

Nesta pesquisa, adotaremos o termo texto-discurso na mesma perspectiva que Barros (2003, p.143) quando nos diz que “se o texto reclama o discurso e o discurso reclama o texto, uno essas duas carências para constituir como objeto o texto-discurso”. Desta forma e como já explicitado, procuraremos mostrar o funcionamento discursivo-ideológico disposto no nosso *corpus*. Já revisitamos os conceitos da AD que nortearão a nossa análise, que estará necessariamente vinculada aos objetivos já expostos aqui. Ora, se a opinião formal dos jornais está tradicionalmente contida em seus editoriais, nos quais também se pode mostrar uma formação discursiva¹⁰, ela estará nas manchetes, nos textos de chamada de capas, charges e nas fotografias mesmo quando eles constituem elementos que possam parecer neutros em relação a uma opinião do jornal? Que efeitos de sentido poderemos captar em consequência de escolhas linguísticas e como estão implicados para nos revelar o Discurso do jornal?

Para respondermos a estas perguntas, será também necessário recorrermos a certos modelos que crescem em um terreno semiótico. Se é de signos que falaremos aqui, não poderemos nos distanciar disto, embora nossa análise seja menos estruturalista, apesar de consideramos, por exemplo, escolhas léxicas e figuras de linguagem que residem na gramática normativa, e mais situada dentro de um eixo notadamente sociolinguístico, considerando as condições de produção e os processos discursivos inerentes à AD. Não iremos propor modelos meramente estruturais para esse tipo de análise, principalmente quando tratamos de um texto não verbal, e este entendimento não carecerá de verdade científica, pois a AD responde a este tipo de questionamento. Então, as categorias aqui elencadas, notadamente o Efeito de Sentido, serão passíveis de uma análise sistemática. Observamos também que, embora façamos uma análise multimodal, contemplando a natureza do gênero em questão, não nos serviremos de categorias dos estudos de

10 Por formação discursiva entenderemos nesta pesquisa “aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada – determina o que pode e o que deve ser dito” (ORLANDI, 1999, p.43).

multimodalidade. Analisaremos a capa de jornal em seu caráter multimodal, com a categoria de efeito de sentido e outras provenientes da AD.

Deveremos também considerar que esta pesquisa, perfazendo duas capas de um jornal, pode não compreender toda a visão “realizável” deste “universo”. Mas entendemos que este recorte poderá nos dar um panorama de como a linguagem, com seus processos semióticos e linguísticos, pode ser usada como meio e fim de propósitos que tem por trás uma Ideologia materializada em um discurso. Nossa pesquisa deverá mostrar não somente como este processo se estabelece, mas também como concretamente ele é posto em capas de jornal.

Eco (1991, p.252) nos aponta as restrições universais do que se pretende e do que, na prática, se consegue com esse tipo de construção, e falamos aqui da construção material sintagmática (que é o que evidentemente pesquisamos quando nos propomos a analisar uma manchete ou um texto de chamada de capa). Ainda segundo Eco (1991, p.252), se o discurso ideológico “não muda o mundo (não muda as bases materiais da vida)”, ele ajuda a entender como muitas relações se dão. Dito isto, responderemos certas inquietações do nosso leitor, na forma de questionamentos que surgirão: poderá uma manchete mudar um processo histórico corrente? Duas páginas de jornal implicarão numa mudança de pensamento daquele leitor que as lê?

Não é objetivo deste estudo entender se este processo linguístico da construção de um Efeito de Sentido em manchetes, texto de chamada, charge e fotografias de duas capas do jornal pode mudar uma situação histórica dada, neste caso o *impeachment* presidencial. Não será este o nosso objetivo e, ao não responder a estes questionamentos, não colocaremos nosso estudo numa fração menor de importância. O que queremos aqui é tentar mostrar como construções sintáticas, formalizadas em colocações, apagamentos, escolhas de léxicos específicos, e no uso de imagens como fotografias podem sim constituir uma forma materializada deste discurso. Ainda sobre isto, Eco (1991, p.252) nos adverte que:

O máximo que pode fazer é torná-las explícitas (as *bases materiais da vida*). O discurso ideológico, ao contrário, oculta essas diversas opções, e para consegui-lo empenha-se num jogo cerrado de COMUTAÇÕES de código e de hipercodificações indiscutíveis.

Aqui não podemos pensar em um leitor totalmente passivo; seria mais interessante observarmos a intenção da notícia, quando faz uso de escolhas linguísticas específicas, e que margem ela dá de interpretação ao leitor comum. Fica entendido então que:

Todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de sentido para derivar para um outro (a não ser que a proibição da interpretação própria ao logicamente estável se exerça sobre ele explicitamente). Todo enunciado, toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico-sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar a interpretação (PÊCHEUX, 1997, p.56).

Compreendemos, nesta pesquisa, a imagem como parte e constituinte da linguagem, e que merece ser analisada. O seu *status* de representatividade e influência no sentido e seu efeito, no nosso objeto de estudo, está no mesmo patamar do texto verbal. Já falamos que a fotografia é um elemento obrigatório na capa de um jornal, portanto, ela tem sua função inequívoca e não está ali sem um comprometimento na informação: ela é a própria informação, pois está materializada e é linguagem.

Portanto, a imagem tem a sua carga de informação, que pode ou não estar ligada ao texto verbal. Assim, ela pode ser “lida” de uma forma independente ou alocada no próprio sentido:

A não correlação com o verbal, porém, não descarta o fato de que a imagem pode ser lida. Propriedades como a representatividade, garantida pela referencialidade, sustentam, por um lado, a possibilidade da leitura da imagem e, por outro, reafirmam o seu status de linguagem (SOUZA, 2001, p.70).

E o trabalho de interpretação (análise) dessa imagem (aqui representada em fotografias) pressupõe uma correlação com a cultura, o social e as condições de produção a que estão atreladas; as mesmas considerações que são feitas com o texto verbal.

Sobre a materialidade das imagens e a justificativa da AD ao tratá-las como parte constituinte do discurso e aqui consideraremos as fotografias e charge, é importante dizer que não negamos que elas podem ser analisadas em separado do texto verbal. Mas são, antes de tudo, partes de um todo que significa, em um

entendimento dentro do âmbito da multimodalidade textual. Não há um peso maior entre o verbal e o não verbal, na acepção do discurso: a linguagem, por ser múltipla, traz características complexas na materialidade do texto. Neste entendimento, a AD

pode trabalhar não exclusivamente com o verbal (o linguístico), pois restitui ao fato da linguagem sua complexidade e sua multiplicidade, isto é, aceita a existência de diferentes linguagens, o que não ocorre com a Linguística, que, além de reduzir fato (de linguagem) à disciplina (que trata de linguagem) reduz também a significação ao linguístico. O importante para a AD não é só as formas abstratas, mas as formas materiais de linguagem (ORLANDI, 1993, p. 34).

Justificando a imagem na qualidade de discurso, temos o mesmo entendimento de Ferreira (2001, p.11), quando explicita que

percebo a imagem enquanto estrutura e acontecimento, enquanto discurso. E busco entender como a imagem funciona e produz sentido, e porque define determinados gestos de leitura. “O acontecimento inaugura uma nova forma de dizer, estabelecendo um marco inicial, de onde uma nova rede de dizeres possivelmente irá imergir”.

Isto posto, trataremos as duas análises sob a perspectiva da multimodalidade (MAINGUENEAU, 2015; LEEUWEN, 2011; MARTINEC, R.; SALWAY 2005), portanto enxergando o verbal e o não verbal como partes de um todo que será visto e analisado¹¹. Somente por uma divisão didática e para facilitar o entendimento do leitor, separaremos esta análise em *verbal* e *não verbal*. Analisaremos a capa 1 e capa 2 separadamente, em cada um dos seus elementos, e as análises serão separadas e numeradas (A1, A2, etc.) para facilitar a correlação entre elas, se necessário. Obviamente, a análise poderá entrar nestes dois terrenos, verbal e não verbal, pois em verdade, ela é parte constituinte de um todo do texto-discurso que trataremos em uma nova seção.

5.1 CAPA 1

5.1.1 Do Verbal: Manchetes e Textos de Chamada de Capa

¹¹ Os outros elementos que constituem a capa, tais como propagandas e outros textos de chamadas, não são analisados pois não corroboram como dados para confirmar a análise dos efeitos de sentido propostos.

Nesta seção, exporemos as análises dos textos verbais da capa 1 do jornal, editada no dia 14 de março de 2016. Olhando a figura 3, a manchete constituinte desta capa destaca: *Brasil vai às ruas contra Lula e Dilma e a favor de Moro*. Segundo Silva *apud* Aguiar (2010, p.31), tanto a manchete quanto os textos que seguem as capas de jornal, no geral, estão em uma área nobre, dita zona primária, que “deve conter um elemento forte para chamar a atenção do leitor”. Isto precisa ser considerado no processo de análise, uma vez que a escolha das áreas por parte de quem diagrama a capa é importante quando da intenção de cativar o olhar do leitor.

Figura 3- Parte constituinte da capa do Jornal *O Globo* de 14 de março de 2016.



Fonte: Acervo Jornal *O Globo*. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso em: 18 nov. 2018.

Na manchete, a palavra *Brasil* é estrategicamente escolhida, pois é o signo que representa um país em sua totalidade. Inicialmente, e de mais importante, notamos uma troca da parte pelo todo e, *a priori*, tratar-se-ia de um caso de metonímia. Mas alargaremos aqui nosso entendimento, pois esta figura de linguagem terá um significado maior do que estamos acostumados a estudá-la gramaticalmente. Neste enunciado, ela se apresentará sob um efeito metonímico¹² claro, onde o todo (ideia irreal) substituirá uma parte (o real). O Sentido que este efeito metonímico traz é o de que um país inteiro estaria nas ruas. Esta ideia, portanto, é muito pouco provável de ter acontecido ou que aconteça um dia, principalmente em um país com mais de duzentas e dez milhões de pessoas como o Brasil. Dito isto, o Efeito de Sentido aqui produzido é o da *generalização*.

Importante frisar que, embora os quantificadores como *todo*, *cada*, *qualquer*, *um*, *nenhum* não estejam expressos nos sintagmas que compõem os textos das manchetes e dos textos de chamadas de capa aqui analisados, como veremos a seguir, eles estão subentendidos e têm um papel discursivo fundamental (verificaremos isso em A1, A5, A7, A8 e A9). Quando se fala que *Brasil vai às ruas contra Dilma e Lula e a favor de Moro*, o quantificador *todo* está subentendido, e o sentido é o de que *Todo o Brasil* [...].

A1- (Todo o¹) *Brasil vai às ruas contra Lula e Dilma e a favor de Moro*

(¹) *Efeito de Sentido de Generalização*

O papel do quantificador “todo” na manchete desta capa é também de marca discursiva, além de semântica. Nesta posição, mesmo suprimido mas subentendido, “todo” é determinante (seguido pelo artigo “o” que também tem seu papel determinante), inclusive na construção discursiva, de sentido e, conseqüentemente, do efeito de sentido. Gomes (2004, p.135) faz uma consideração interessante sobre o uso do quantificador “todo”:

¹² Falamos aqui de efeito metonímico como algo que vai além do que conhecemos na figura de linguagem da gramática normativa, pois aqui este entendimento não é suficiente para abranger os efeitos que ela produz no discurso. Portanto, extrapolamos a noção meramente da nomenclatura para falarmos, no plano do discurso e sentido, em *efeito metonímico*.

Se *todo* puder quantificar sobre um sintagma singular contável, então o predicado da sentença proveu uma mudança de estado tal que afeta a entidade denotada por partes, atingindo gradativamente e exaustivamente a sua extensão até a completude.

Continuando a análise da manchete, e subdividindo-a em fragmentos menores, veremos que o primeiro deles, *Brasil vai às ruas*, é bastante importante se considerarmos que o “ir às ruas” é, em geral, uma expressão atribuída aos movimentos revolucionários populares que, na maior parte dos casos, começam com as manifestações de ruas. A rua tem seu papel emblemático nos contextos destes movimentos, historicamente, e, se se diz que *O Brasil vai às ruas*, se legitima o movimento, colocando-o em um patamar onde toda a população legitima também, unanimemente, suas pautas, além de generalizá-lo, pois dificilmente poderemos dizer que o país estaria por completo nas ruas (como já exposto).

Mas há outros elementos que precisam ser considerados, como os personagens envolvidos nesta manchete: Lula, Dilma e Moro. Verificando o fragmento maior, *Brasil vai às ruas contra Lula e Dilma*, e no momento subsequente o fragmento *a favor de Moro*, observa-se que o termo *Lula* é colocado, no enunciado, antes mesmo do termo “Dilma”. À época, o ex-presidente estava sem cargo público, porque então figuraria nesta manchete, e antes então da principal personagem envolvida, que seria a presidenta? Ao se colocar Lula como o primeiro a ser citado, cola-se o nome do ex-presidente à sua sucessora e se generaliza também neste aspecto. Concomitantemente, a preposição “contra” traz uma carga semântica inequívoca de negatividade. É como se todos estivessem ido às ruas não só contra a presidente Dilma Rousseff, mas também contra o ex-presidente Lula, figura importante no Partido dos Trabalhadores (o mesmo da presidenta), mas até então sem cargo público e, portanto, fora do processo a que se refere a manchete, que seria o *impeachment* presidencial.

A2- *Brasil vai às ruas **contra**¹ Lula e Dilma*

(¹) Efeito de Sentido Negativo

De outra forma, no segundo momento da manchete, quando cita o terceiro personagem, o então juiz federal de primeira instância, Sérgio Moro, principal responsável pela chamada “operação Lava Jato”, há uma mudança significativa de sentido e, conseqüentemente, do seu efeito: *a favor de Moro*, onde a expressão *a favor*, que antecede o nome do juiz, traz uma carga semântica de positividade. O Efeito de Sentido aqui produzido é outro, e coloca o então juiz numa situação privilegiada, na qual todo um país estaria a seu favor. Importante dizer que o efeito metonímico aqui causado é fundamental para a construção do Efeito de Sentido final, que é o da generalização: neste caso uma generalização mais negativa em relação a Lula e Dilma e mais positiva em relação ao Juiz Moro: Todo o Brasil rejeita Lula e Dilma e todo o Brasil apoia Moro.

A3- *Brasil vai às ruas ____ a favor¹ de Moro*

(¹) Efeito de Sentido Positivo

A figura 4 traz dois textos que acompanham a manchete, em boxes superior e inferior. O box superior, traz em caixa alta *MAIOR manifestação da história*. Esta informação é complementada por outra mais detalhada no texto do box inferior: *Protesto pacífico reuniu 3,4 milhões de pessoas em 320 cidades de todos os estados e no Distrito Federal*. A esta informação, de que se teve a maior manifestação já vista no país, não se anexa nenhuma base histórico-científica. Primeiro, porque números de pessoas nas manifestações no Brasil são conflitantes, com quantidades divergentes nas perspectivas das polícias militares (que, em geral, são as relatadas pela imprensa como forma de legitimar estes números) e dos organizadores. Segundo, porque não se esclarece qual método quantitativo é usado nesta medida, e a ideia que fica é a da aproximação dos números, sem que fique claro como se chegou a isto. De outra forma, o número de 3,7 milhões é, aproximadamente, 2% da população brasileira. Para o jornal *O Globo* estes 2% legitimam o país como o todo. Quando a informação é precedida por *Protesto pacífico*, é clara também a posição do veículo em dizer que toda a manifestação foi pacífica, o que também é um Efeito de Sentido (POSSENTI,1997, p.04)

generalizatório e positivo, principalmente se relacionarmos com os protestos de 2013, onde a imprensa deu destaque à quebra de agências bancárias e outras representações do capitalismo pelos grupos que ficaram conhecidos por *Black Bloc*.

A4- *Maior manifestação da história* ↔ *Protesto pacífico*
Efeito de Sentido Positivo

E no texto seguinte (ainda na figura 4), temos a seguinte informação: *Insatisfação da população aumenta a pressão sobre o governo, no início de uma semana decisiva – o processo sobre o impeachment deverá ser seguido na Câmara na quinta-feira. Aliados da presidente admitem que a situação se agrava*. Há aqui construções que falam muito contra o governo da presidenta Dilma Rousseff. O fragmento *insatisfação da população* é colocado também em um sentido de generalização clara, posto que, novamente, é difícil afirmar que toda a população brasileira estava insatisfeita com o governo. Nenhum dado mais substancial, como uma pesquisa de fonte segura, segue a informação. É importante dizer que em todo o processo do *impeachment* até os nossos dias, com o resultado das últimas eleições de 2018, dificilmente se pode falar em números absolutos, seja a favor ou contra um governo.

A5- *Insatisfação¹ da [de toda a ²] população aumenta a pressão sobre o governo*
(¹) Efeito de sentido negativo *(²) Efeito de Sentido de Generalização*

Figura 4- Parte constituinte da capa do Jornal O Globo de 14 de março de 2016.



Fonte: Acervo Jornal O Globo. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso em: 18 nov. 2018.

O mesmo texto contém que os *Aliados da presidente admitem que a situação de agrava* continua-se com um sentido negativo quando se menciona o governo Dilma. A palavra *Aliados* traz autoridade à sentença que afirma que a situação em relação à presidenta se agrava, visto que, se aliados dela admitem a situação em um crescendo de gravidade, então, não há o que se contestar, visto que a fonte de onde vem é incontestável.

A6- Aliados ¹ da presidente admitem que a situação se **agrava** ²

(¹) Efeito de Sentido de Particularização

(²) Efeito de sentido negativo

Na fig. 5, continuando na mesma capa, uma das chamadas em destaque traz *Nordeste também ecoa insatisfação*. Novamente o efeito de sentido é da generalização, como se todo o Nordeste estivesse insatisfeito. O texto continua afirmando que o Nordeste é base eleitoral do PT e que as manifestações foram mais intensas que as de março de 2015, bem como que o número de manifestantes aumentara “oito vezes” no Recife, capital de um estado influente politicamente. Mais uma vez as informações não vêm com bases que legitimem estes números, e carecem de propriedade. Também é como se, além dos aliados, toda a região (o berço deles), concordasse que a situação vai mal. No todo, portanto, configura-se um Efeito de Sentido generalizante, onde o linguístico é mais do que uma simples informação, da forma como pensa Possenti (1997, p.04).

A7- (todo o ¹) Nordeste também ecoa insatisfação

(¹) Efeito de Sentido de Generalização

O texto de chamada de capa que segue logo abaixo (ainda na figura 5) se refere à coluna do jornalista Ricardo Noblat. Nele lê-se *O Brasil renunciou a Dilma. Cabe ao congresso formalizar o ato*. Aqui a palavra *Brasil* é usada da mesma forma que na manchete, para explicitar a ideia de que todo o país renunciaria a Dilma, com efeito metonímico (A1). Logo o mesmo Efeito de Sentido, o da generalização.

A8- (todo o ¹) O Brasil renunciou a Dilma

(¹) Efeito de Sentido de Generalização

Figura 5- Parte constituinte da capa do Jornal O Globo de 14 de março de 2016.



Nordeste também ecoa insatisfação

Base política do ex-presidente Lula e da presidente Dilma, o Nordeste foi às ruas contra o governo em maior intensidade do que em março de 2015. No Recife, o número de manifestantes cresceu oito vezes. **PÁGINA 11**

RICARDO NOBLAT

O Brasil renunciou a Dilma. Cabe ao Congresso formalizar o ato. **PÁGINA 2**

Líderes da oposição são hostilizados

O alvo era o governo, mas políticos de oposição foram mal recebidos pelos manifestantes. Em SP, os tucanos Geraldo Alckmin e Aécio Neves foram hostilizados, assim como a senadora Marta Suplicy, ex-petista. **PÁGINA 6**

LUIZ ANTÔNIO NOVAES

Moro, hoje, é o representante de fato das ruas. **PÁGINA 6**

Ainda na mesma figura (fig.5), um outro texto de chamada de capa diz que *Líderes da oposição são hostilizados*, fazendo menção a Geraldo Alckmin, Aécio Neves (que concorreu no segundo turno com Dilma) e Marta Suplicy (aqui relacionada como sendo ex-PT, sem fazer menção ao partido da senadora na época, o PMDB). O texto quer fazer um contraponto, colocando que a manifestação não foi somente contra a situação, representada pela presidente Dilma Rousseff, mas também desfavorável aos líderes da oposição, o que contradiz a própria manchete, no que se refere a unanimidade a desfavor de Dilma e Lula (em A1). Este texto referente aos líderes, generaliza em um primeiro momento, pois podemos subentender a presença do quantificador “todos” aqui, mas depois especifica quais líderes são hostilizados: não seriam todos os líderes, mas somente os três citados. Portanto é um sentido generalizante de natureza diferente da que vemos, por exemplo, na análise da manchete principal (em A1, com um sentido muito mais abrangente), e *hostilizados* traz um efeito negativo. Há também contradição e uma incoerência com o texto no qual que diz que (todo) o protesto foi pacífico (em A4), pois houve hostilização de líderes contrários a Lula e Dilma, e por conseguinte ao governo, com vaia e palavras de ordem.

A9- (Todos os ¹⁾ Líderes da oposição são *hostilizados* ²
 (¹) Efeito de sentido de Generalização *Efeito de Sentido Negativo* ²

Em seguida, o texto de chamada de capa de outro colunista, Luiz Antonio Novaes, sinaliza que *Moro, hoje, é o representante de fato das ruas*. Mais uma vez a construção é de sentido generalizante, pois põe o então Juiz Sérgio Moro como o genuíno representante de todas as manifestações das ruas, legitimando algo que não pode ser provado.

A10- *Moro, hoje, é o representante de fato das ruas*¹
 (¹) Efeito de Sentido de Generalização

Na figura 6, temos textos de chamada de capa destacados de dois colonistas. No primeiro, temos a chamada para a coluna de Lauro Jardim: *Protestos dão respaldo para processo de impeachment*. Neste enunciado a construção nos leva a uma ideia de que, sem uma especificação de qual protesto se trata, a tendência é de que liguemos ao protesto de que fala à manchete da capa, pelo entendimento da multimodalidade do texto defendido neste trabalho (MAINGUENEAU, 2015; LEEUWEN, 2011; MARTINEC, R.; SALWAY 2005), bem como de que todo o protesto leva a respaldar o *impeachment*. A palavra no plural *Protestos* alude a um número indefinido, dando um sentido de infinitude, embora, como explicitado acima, no contexto da capa, é possível que liguemos esta palavra ao único protesto mencionado na manchete. Interessante como a escolha do plural da palavra, nesta construção, conflita com o que a manchete explicita: um protesto único, em número e importância. O Efeito de Sentido da pluralização aqui é, portanto, de intensificação.

A11- *Protestos dão respaldo para processo de impeachment*¹

(¹) *Efeito de Sentido de Pluralização* ➡ *Intensificação*

No segundo texto de chamada de capa para a coluna de José Casado (ainda na figura 6), lê-se: *Dilma assiste, impassível, a liquefação de seu governo*. Neste sintagma a palavra *liquefação* tem um sentido negativo, de fluidez irreparável, portanto desconstrução e esfacelamento do governo. Da mesma forma, a palavra *impassível*¹³ traz um efeito também negativo, pois sua carga semântica está mais para uma passividade e imobilidade diante da situação.

A12- *Dilma assiste, impassível¹, a liquefação² de seu governo.*

(¹) *Efeito de Sentido Negativo*

(²) *Efeito de Sentido Negativo*

13 Que não experimenta ou não denota exteriormente nenhuma emoção, sentimento ou perturbação; imperturbável.

Figura 6- Parte constituinte da capa do Jornal *O Globo* de 14 de março de 2016.



Fonte: Acervo Jornal *O Globo*. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso: em 18 nov. 2018.

Em algumas análises pode-se também perceber um efeito da pasteurização e homogeneização das pautas dos manifestantes que foram às ruas: nada além de serem contra Lula e Dilma parece ser reivindicado. Possíveis pautas contra a corrupção ou fim dos privilégios dos políticos, ou a favor de melhores políticas públicas não são citadas. Estes efeitos de sentidos também são construídos, como em *Brasil vai as ruas contra Lula e Dilma e a favor de Moro* (A1), onde também há um sentido de homogeneização (além da generalização), mas um pouco mais restrito, pois entende-se que todo o país, além de ir às ruas, está contra Lula e Dilma e a favor de Moro e esta seria a única pauta reivindicatória dos manifestantes. O fato também não pode ser averiguado e certamente não é uma ideia unânime, pelos motivos de que provavelmente a realidade de todo um país a favor de uma só pauta é irreal. Note-se que mais de um efeito de sentido pode ser configurado em um sintagma, dado que o sentido não é único e depende tanto das condições de produção, quanto do discurso e dos sujeitos (POSENTI, 1997, p.04). E um efeito não anula o outro, nesta percepção.

5.1.2 Do Não Verbal: Fotografias

A fotografia maior da capa 1 (figura 7) está no centro óptico e geométrico¹⁴, que segundo Silva *apud* Aguiar (2010, p.31), “é o campo de maior importância pela convergência das diagonais, possibilitando uma rápida leitura, fazendo com que o leitor não possa fugir dela”. Nesta imagem, temos uma tomada aérea da Avenida Paulista, onde não se pode definir o limite e o fim desta, tendo um infinito horizonte na fotografia. No plano, vê-se a prevalência das cores verde e amarelo, cores estas que fazem parte da bandeira nacional brasileira e tidas como representativas do patriotismo. Esta associação é simbólica, uma representação, e que teve o futebol brasileiro, nas copas mundiais, como o seu principal responsável. Mas esta simbologia não está somente atrelada ao futebol; ela extrapolou este universo (muito

14 Podemos admitir também que a fotografia está um pouco mais à direita da capa.

cunhado no período da ditadura militar como face de um novo país que surgia) e passou a fazer parte de manifestações:

Em 1984 encontramos o Brasil nas ruas, de amarelo, pedindo pelo direito ao voto direto para a Presidência da República. Nas “Diretas Já”, o amarelo cumpriu seu papel de símbolo de alerta e como cor de melhor assimilação mnemônica, apesar de ter sido uma manifestação dita organizada, não espontânea (ELMAN; BENETTI, 2010, p.65).

A prevalência das cores verde e amarelo leva o leitor a associar a manifestação como patriota, pois a imagem que compreende, na composição da fotografia, é predominantemente nas duas cores. Quando associamos a fotografia à manchete *Brasil vai às ruas contra Lula e Dilma e a favor de Moro*, colocada logo acima da fotografia, a composição fica mais nítida. Como a fotografia é parte obrigatória da capa do jornal (AGUIAR, 2010) e vem para completar a informação da manchete, a análise se organiza melhor desta forma. O “conjunto” manchete mais fotografia se complementam, e a fotografia principal (fig. 7), com sua imagética fortemente associada às cores verde e amarelo, integraliza o sentido de generalização que traz a manchete: é como se todo o país estivesse representado naquela rua, naquele dia (A1). Os textos verbais que indicam que aquela é a maior manifestação também contribuem para este efeito de sentido.

Ainda na mesma fotografia, em primeiro plano, um boneco do ex-presidente Lula vestido com a roupa de presidiário, e, ao fundo um pato amarelo, que ficou conhecido nas manifestações como o *Pato da Fiesp*¹⁵. Há também uma complementariedade nestas duas imagens pictóricas, pois há uma menção a Lula na manchete e o pato (e o que ele representa) está ligado ao governo da presidente Dilma, cujo *impeachment* esteve vinculado às manobras fiscais (pedaladas fiscais), que foram consequência de pouco dinheiro em caixa e a impossibilidade de aumento de arrecadação para cobrir o déficit com mais impostos.

Em uma perspectiva interdiscursiva, os elementos que a fotografia traz dialogam com outros discurso exteriores, como o que remete às cores verde e amarelo e ao pato da Fiesp, e o que traz a imagem de Lula com roupa de presidiário

15 O pato é o símbolo do protesto e foi utilizado pela Federação das Indústrias de São Paulo (Fiesp). A campanha, intitulada “Não vou pagar o pato”, visava lutar contra o aumento dos impostos

há um apagamento da figura de Dilma. Desta forma, a capa de jornal nos dá uma imagem (a fotografia) que é a materialização de um discurso.

Figura 7- Parte constituinte da capa do Jornal O Globo de 14 de março de 2016.



Fonte: Acervo Jornal O Globo. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso: em 18 nov. 2018.

Sobre interdiscurso, concordamos com o que nos diz Courtine et. al. *apud* Brandão (2004, p.91):

O interdiscurso consiste em um processo de reconfiguração incessante no qual uma formação discursiva é conduzida [...] a incorporar elementos preconstruídos produzidos no exterior dela própria; a produzir sua redefinição e seu retorno, a suscitar igualmente a lembrança de seus próprios elementos, a organizar a sua repetição, mas também a provocar eventualmente seu apagamento, o esquecimento ou mesmo a denegação.

Portanto, ao incorporar um discurso que parece não ser o do jornal, ou seja, fora de uma formação discursiva, vimos materializada na capa a incorporação de símbolos como o pato da Fiesp e o boneco de Lula presidiário para intensificar a ideia que traz a manchete da capa, corroborando também para um apagamento da figura de Dilma.

A figura 8 traz duas fotografias menores: uma com pessoas vestidas de verde e amarelo, segurando um cartaz, em primeiro plano, onde se lê *Nós somos Moro*, e outro cartaz, em segundo plano, onde lê-se *Quero meu país de volta*. Ainda pensando que a fotografia, na capa, é uma complementação da manchete, podemos entender que o primeiro cartaz, na foto, é uma extensão do fragmento *O Brasil a favor de Moro* (A3), compreendendo, portanto, a mesma ideia, a mesma voz e complementa o argumento da chamada de capa *Moro, hoje, é o representante de fato das ruas* (A10), reiterando o sentido. O sujeito do enunciado *Quero meu país de volta*, apesar de estar na primeira pessoa do singular, representa todos os brasileiros órfãos de seu país. Novamente, um efeito de sentido negativo, pois é como se tivessem perdido o país.

Na segunda fotografia, que está em uma zona morta, mas que, segundo Silva *apud* Aguiar (2010, p.31), “deve ser preenchida com aspectos atrativos para uma leitura ordenada, rápida e agradável, sem o deslocamento brutal da visão do leitor”, portanto, de uma importância inequívoca, pois se podem ver pessoas com uma faixa, que faz alusão à suposta compra de um triplex como pagamento de propina ao ex-presidente Lula, motivo pelo qual ele veio a ser preso depois: *Triplex você pagou essa obra*. Acima da faixa, e, sobre uma imagem que representa o suposto triplex, pode-se ainda ver a fotografia do presidente Luiz Inácio e da presidenta

Dilma Rousseff. Mesmo sem estar envolvido diretamente com o processo de *impeachment* e não ter cargo público, o ex-presidente se faz lembrado nas fotografias. Pensando sempre na perspectiva da multimodalidade (MAINGUENEAU, 2015; LEEUWEN, 2011; MARTINEC, R.; SALWAY 2005), a comunicação com toda a ideia negativa impregnada na carga semântica, verificadas nos sintagmas analisados, na seção anterior, está materializada aqui também nas fotografias, quando se trata da figura de Lula e de Dilma.

Figura 8- Parte constituinte da capa do Jornal O Globo de 14 de março de 2016.



Fonte: Acervo Jornal O Globo. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso: em 18 nov. 2018.

Caminharemos para a análise da segunda capa (figura 2), que seguirá o mesmo procedimento de análise (subdividindo as análises em texto verbal e não verbal), mas que apresentará elementos diferentes da primeira capa, com constituições de efeitos de sentido também diferentes, como o leitor poderá perceber.

5.2. CAPA 2

5.2.1 Do Verbal: Manchetes e Textos de Chamada de Capa

Nesta segunda capa (fig.2), que foi editada cinco dias depois da primeira, então, no dia 19 de março de 2016, seguiremos o mesmo critério de separar a análise em manchete e textos de chamada de capa. Aqui também podemos notar que o texto da manchete e os textos que a acompanham também estão na zona primária que, e retomamos o que nos diz Silva *apud* Aguiar (2010, p.31), “deve conter um elemento forte para chamar a atenção do leitor”. Isso precisa ser considerado no processo de análise, como já falado, visto que a escolha destas áreas pelo diagramador é importante quando da intenção do olhar do leitor.

Os sintagmas *Aliados de Dilma e Lula fazem atos em todos os estados* compreende a manchete (figura 9). Nele o fragmento *Aliados de Dilma e Lula* configura um efeito de sentido oposto ao do *Brasil vai às ruas* da primeira capa (A1), estando o primeiro fragmento muito mais para uma particularização, onde tão somente os aliados de Dilma e Lula foram para as ruas nos atos que se seguiram, cinco dias depois do ato que o jornal chamou de “maior manifestação da história do país”. Agora a expressão “vão às ruas”, como toda sua simbologia, foi suprimida por “atos em todos os estados”, o que também particulariza e reduz a importância das manifestações, pois “atos” constrói o sentido de “atos isolados”, o que é diagonalmente oposto ao “ir às ruas”, este último com o sentido de movimento amplo, de revolução. Podemos também perceber que, da forma como o quantificador *todo* está subentendido antes de *Brasil vai às ruas* (A1), generalizando,

Figura 9- Parte constituinte da capa do Jornal *O Globo* de 19 de março de 2016.



Fonte: Acervo Jornal *O Globo*. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso em: 18 nov. 2018.

aqui a partícula “somente”¹⁶ está subentendida antes de aliados. A sua função é de quantificação, visto que restringe sobremaneira e tem papel discursivo fundamental.

A13- (Somente¹) Aliados de Dilma e Lula fazem atos em todos os estados
(¹) Efeito de Sentido de Particularização

Olhando para os textos dos boxes que acompanham a manchete (figura 10), o texto superior a ela traz em caixa alta “Lava-jato”¹⁷ *no congresso*, fazendo uma alusão à operação desencadeada pelo juiz de primeira instância federal, Sérgio Moro. De uma forma particular, o texto deste box não se liga internamente à manchete, pois são assuntos diferentes. Não existe uma complementariedade, portanto, pois o assunto da manchete não seria a lava-jato especificamente, mas uma manifestação de rua. Este aparente equívoco é uma chave para entendermos o sentido que se quer dar com a manchete, quando se tenciona ligar a operação com a presidenta, Dilma e Lula, intrinsecamente. O texto do box inferior à manchete começa com *PT reúne 275 mil, 7% do público das manifestações pelo impeachment*, fazendo uma comparação com a manifestação de que trata nossa primeira manchete. Também aqui o sentido dado é de diminuir, particularizando a manifestação, como ínfima em comparação a da semana anterior. O texto começa com a sigla do Partido dos Trabalhadores, com um sentido ativo de organizador do ato, como único responsável. Não é difícil imaginar que o texto superior, aparentemente sem sentido correlato com a manchete, agora toma um sentido maior, com a possibilidade de correlação com “PT”, partícula com que começa imediatamente a informação do texto do box inferior, sem nos distanciarmos de uma análise sob a perspectiva da multimodalidade dos textos inseridos na capa.

16 “Somente” tem função gramatical de advérbio, que em geral é modificador, ora de verbo, ora de adjetivo ou até mesmo de outro advérbio. Aqui ele toma também a função de modificar, mas um substantivo e modifica-o quantitativamente, restringindo-o. Novamente aqui, como ocorreu com a metonímia e seu efeito metonímico, a função gramatical normativa dá lugar a uma função mais discursiva.

17 Operação Lava-jato é um conjunto de investigações em andamento pela Polícia Federal do Brasil, iniciada em março de 2014, com intenção de apurar um esquema de lavagem de dinheiro.

Em verdade, olhando a manchete e os dois textos dos box que a acompanham, veremos que existe um elo entre eles: há particularização tanto na manchete, quando se diz que (somente) *Aliados de Dilma e Lula fazem atos em todos os estados* (A13), como nos textos dos box que trazem informações que complementam este efeito de sentido particularizante, quando colocam o Partido dos Trabalhadores como responsável por reunir os manifestantes, tirando destes uma participação voluntária, portanto, colocando-os em uma posição passiva.

A14- PT ¹ ² reúne 275 mil, 7% do público das manifestações pelo impeachment

(¹) Efeito de Sentido de Particularização

(²) Posição de Passividade em relação à iniciativa dos manifestantes

Na manchete (fig.9), também poderemos ver o efeito de sentido de pasteurização, quando se entende que somente aliados de Dilma e Lula estão nos atos. O possível papel desvinculado de partidarização política dos manifestantes não é considerado aqui, como também as possíveis (outras) pautas que podem coexistir neste espaço de manifestação. Há uma pasteurização de outras possíveis reivindicações, alocando o sentido para somente uma manifestação de aliados ou membros do Partido dos Trabalhadores.

Figura 10- Parte constituinte da capa do Jornal *O Globo* de 19 de março de 2016.



Fonte: Acervo Jornal *O Globo*. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso em: 18 nov. 2018.

O texto do box seguinte (figura 10) traz a informação de que *Em discurso na avenida, ex-presidente (Lula) reedita versão “paz e amor”*¹⁸ e diz que terá cargo de ministro no governo para restabelecer a paz: *manifestações tiveram shows para animar a militância*. A palavra “paz”, escrita em referência ao ex-presidente e logo depois, referente à posição ativa dele como uma proposta futura para restabelecimento da paz no país, novamente dá um protagonismo ao ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva de certa forma maior ao que dá à presidente Dilma Rousseff, que, embora estivesse na linha de frente do processo político, sofre um apagamento. No fragmento *manifestações tiveram shows para animar a militância*, a palavra “militância” faz referência aos partidários do PT, de forma a reduzir a possível pluralidade dos participantes, particularizando e homogeneizando as manifestações, como se somente partidários do partido dos trabalhadores estivessem participando. Diferente, por exemplo, quando se faz referência, aos manifestantes na primeira capa, onde fica claro que os que estavam de verde e amarelo não militam por uma ideologia específica. “Militância” aqui particulariza, pois militante é quem milita a favor de uma ideologia.

A15- *Em discurso na avenida, ex-presidente reedita versão “paz e amor” e diz que terá cargo de ministro no governo para restabelecer a paz*¹

(¹) *Apagamento da figura da Presidenta Dilma – Deslocamento do protagonismo para Lula*

A16- *manifestações tiveram shows para animar a militância*²

(²) *Efeito de Sentido de particularização*

(²) *Efeito de Sentido de homogeneização*

18 Referente à posição moderada do então candidato Luiz Inácio Lula da Silva durante a campanha nas eleições de 2002. O candidato teria passado de uma posição mais radical (à esquerda) para uma posição moderada, evitando temas mais polêmicos. Sobre a construção da identidade “Lulinha Paz e amor” sugerimos o artigo “O ‘sapo barbudo’ e o ‘lulinha paz e amor’: as identidades de Lula construídas pela mídia na campanha de 2002” (SANTOS; ROMUALDO, 2012).

Na figura 11, há vários textos de chamada de capa referente às colunas de jornalistas do jornal, treze ao total. Estão perfilados um abaixo do outro, do lado esquerdo da capa, na chamada zona morta, uma zona menos nobre, segundo Silva *apud* Aguiar (2010, p.31), e que, por isso, precisa ser preenchida com elementos atrativos, como já citado. Talvez isso explique a disposição dos vários textos, em uma organização vertical e longa, como que compusessem parte de um só texto.

Analisaremos de cima para baixo, um por um, pois entendemos que este seria o caminho natural da leitura. O primeiro texto, referente à coluna da jornalista Míriam Leitão, traz *O pior dos diálogos foi Lula interferir na atuação da Receita Federal*. Aqui o uso de palavra “pior” leva a um efeito de sentido negativo. Da mesma forma, a chamada relaciona Lula com uma suposta atuação na Receita Federal. Novamente a figura do ex-presidente é trazida à baila como protagonista de um acontecimento, tendo uma conotação negativa. Desta forma, também anula a figura de Dilma, que é silenciada, anulando Dilma como sujeito e colocando Lula como o sujeito do discurso petista.

A17- *O **pior**¹ dos diálogos foi Lula interferir na atuação da Receita Federal*²

(¹) *Efeito de Sentido Negativo*

(²) *Apagamento da figura da Presidenta Dilma – Deslocamento do protagonismo para Lula*

Figura 11- Parte constituinte da capa do Jornal O Globo de 19 de março de 2016.



COLUNAS E ARTIGOS

MÍRIAM LEITÃO

O pior dos diálogos foi Lula interferir na atuação da Receita Federal. **PÁGINA 24**

MERVAL PEREIRA

O processo histórico em curso não é favorável ao PT e a Lula. **PÁGINA 4**

JORGE BASTOS MORENO

Temer se guarda para quando o carnaval chegar. **PÁGINA 3**

LUIZ ANTÔNIO NOVAES

Mudar mentalidades pode ser o legado da Lava-Jato. **PÁGINA 2**

ZUENIR VENTURA

Incontinência verbal

ANCELMO GOIS

STJ já validou "grampo acidental", como o de Dilma. **PÁGINA 16**

ANA MARIA MACHADO

Como nos deixamos enganar dessa maneira? **PÁGINA 20**

ARNALDO BLOCH

Campeonato nacional de tiro no pé agita país. **SEGUNDO CADERNO**

ANA CRISTINA REIS

Estou me sentindo fora de moda: nunca fui grampeada. **ELA**

ANTÔNIO BOCHENEK

Nova geração não se resigna com vícios do passado. **PÁGINA 8**

Na segunda chamada, referente à coluna do jornalista Merval Pereira, temos *O processo histórico em curso não é favorável ao PT e a Lula*. Neste enunciado, a partícula *não* agrega uma carga negativa inequívoca, referenciando, em seguida, ao PT e a Lula. Interessante perceber novamente que Lula é trazido para uma posição de protagonismo. O processo histórico a que se refere a chamada é o *impeachment* presidencial da presidenta Dilma, que sofre novamente um apagamento, deslocando para a figura de Lula a ação principal a que se refere o fato. Dilma, portanto, sofre também um silenciamento, mesmo sendo intrinsecamente citada.

A18- O processo histórico em curso *não*¹ é favorável ao PT e a Lula²

(¹) *Efeito de Sentido Negativo*

(²) *Apagamento da figura da Presidenta Dilma – Deslocamento do protagonismo para Lula*

Na terceira chamada de capa, ainda na figura 11, vemos um texto alusivo à coluna de José Bastos Moreno, jornalista, na qual pode-se ver os sintagmas *Temer se guarda para quando o carnaval chegar*, referência ao título da música de Chico Buarque, *Quando o Carnaval Chegar*¹⁹. Na composição, o eu lírico espera

19 Quem me vê sempre parado
Distante, garante que eu não sei sambar
Tô me guardando pra quando o carnaval chegar
Eu tô só vendo, sabendo
Sentindo, escutando e não posso falar
Tô me guardando pra quando o carnaval chegar

Eu vejo as pernas de louça
Da moça que passa e não posso pegar
Tô me guardando pra quando o carnaval chegar
Há quanto tempo desejo seu beijo
Melado de maracujá
Tô me guardando pra quando o carnaval chegar

E quem me ofende, humilhando, pisando
Pensando que eu vou aturar
Tô me guardando pra quando o carnaval chegar
E quem me vê apanhando da vida
Duvida que eu vá revidar
Tô me guardando pra quando o carnaval chegar

Eu vejo a barra do dia surgindo

pacientemente o carnaval, e transmite uma esperança de que “tudo irá melhorar, de que os culpados por tamanho sofrimento irão pagar por seus crimes” (PAULSE, 2009, p.209). Com esta paráfrase, o jornalista liga Temer (então vice-presidente e primeiro na linha de sucessão, caso o *impeachment* se concretizasse), a um cenário de esperança (embora em uma posição de passividade pela espera), pelo provável desfecho de um processo político conturbado. Embora seja necessário o conhecimento prévio do leitor relativo à intertextualidade da música de Chico Buarque e o que ela representa, fica claro que a paráfrase criada tem um efeito positivo, pois com o carnaval, algo almejado, talvez tudo melhore. Mas atentem que o carnaval, nesta condição de produção (POSSENTI, 2009, p.13), representa a apoteose do processo do *impeachment*, pois Temer, sendo o sucessor, só poderá assumir após o trâmite do processo, como se concretizou posteriormente. O carnaval traz aqui uma imagem de esperança e de alegria: concretizando-se o processo, sai Dilma. Saindo Dilma, chega o carnaval depois da espera. O verbo pronominal “guardar-se”, aqui também traz um discurso de reserva-se na pureza, abster-se de fazer qualquer movimento, não se envolver.

A19- *Temer se guarda ¹ para quando o carnaval chegar ²*

(¹) Abster-se – Pureza – Efeito de Sentido Positivo

(²) Paráfrase – Esperança – Efeito de Sentido Positivo

A quarta chamada de texto refere-se à coluna do jornalista Luiz Antônio Novaes, na qual se lê *Mudar mentalidades pode ser o legado da Lava-Jato*. O enunciado analisado traz uma mensagem otimista, encabeçada pela escolha do

Pedindo pra gente cantar
Tô me guardando pra quando o carnaval chegar
Eu tenho tanta alegria, adiada
Abafada, quem dera gritar
Tô me guardando pra quando o carnaval chegar

Mas eu já tô indo embora
Um outro que agora me tome o lugar

Tô me guardando pra quando o carnaval chegar (HOLANDA, 1972).

verbo “mudar”, que pode ter um sentido tanto de alteração de uma situação como deslocamento para outro lugar. Pensando ainda em uma perspectiva multimodal, na qual o texto se interconecta com outros, a Lava-Jato é relacionanda, nas outras referências feitas a ela na capa, com uma mudança necessária e benéfica, portanto positiva. Podemos dizer que o sentido do verbo “mudar” aqui está, inequivocamente, mais para transmutação, de um estado não desejado para um estado almejado pela população. Mudar, portanto, a mentalidade da população do estado que estava, para outro almejado. O tom solene na escolha das palavras como “legado” traz também uma formalidade ao enunciado, o que ajuda na credibilidade da assertiva.

A20- *Mudar* ¹ mentalidades pode ser o legado ² da Lava-Jato

(¹) *Transmutação- Efeito de sentido positivo*

(²) *Tom solene- Credibilidade- Efeito de Sentido Positivo*

Seguindo a análise, o próximo texto de chamada é do também jornalista Zuenir Ventura. É o mais curto, e o único que não traz a indicação do caderno ou da página onde está a matéria. O texto *Incontinência Verbal* não nos possibilita referenciá-lo a um sujeito específico, *a priori*, se fosse analisado em separado. Mas em uma perspectiva textual multimodal, o que casa com a natureza de uma capa de jornal, o texto da chamada seguinte, do jornalista e colunista Anselmo Gois, *STJ já validou “grampo accidental”, como o de Dilma*, faz referência à retirada do sigilo e posterior vazamento²⁰ dos áudios de um grampo envolvendo o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, sua esposa, Marisa Letícia, e a então presidenta, Dilma Rousseff. O texto é uma justificativa à polêmica instaurada sobre a necessidade ética da abertura e sobre o conteúdo do grampo. Agora o texto de Zuenir Ventura

20 O áudio veio a público em 16 de março de 2016, portanto, três dias antes da data da edição que tratamos aqui. O evento foi polêmico pois o juiz Sérgio Moro retirou o segredo de Justiça e imediatamente os áudios apareceram nos principais jornais televisivos. Os referidos áudios trazem conversas informais entre o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, sua esposa Marisa Letícia e a presidenta Dilma Rousseff. Os áudios não trazem grandes revelações, mas tem conteúdo que, em geral, foge ao costumeiro protocolo, como o uso de palavrões. Disponível em: <http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2016/03/pf-libera-documento-que-mostra-ligacao-entre-lula-e-dilma.html>. Acesso em 24 dez. 2018.

toma outro aspecto, porque está ligado à mesma questão do texto de Anselmo Gois. A incontinência²¹ de que trata Zuenir é verbal, porque o conteúdo (as falas) aberto dos grampos é o que poderia comprometer os envolvidos, provavelmente pelas questões que não deveriam vir a público. Logo, quando não contiveram as palavras na conversa ou disseram muito porque foram flagrados na intimidade, o que estava em uma esfera não-pública, passa ao conhecimento da população. Portanto, leva uma carga de negatividade em relação a Lula e Dilma.

A21- *Incontinência Verbal* ¹

(¹) Efeito de Sentido Negativo

No sintagma destacado na chamada de Anselmo Gois, a sigla remete ao Superior Tribunal de Justiça, o que traz credibilidade à informação, uma vez que, se uma instância oficial já validara um grampo em uma situação parecida, segundo o jornalista, o grampo aqui citado também estaria justificado. O uso de uma instância como um tribunal superior dá à informação a autoridade e credibilidade inequívoca necessária, justificando e validando o grampo, portanto, um efeito de sentido positivo. A questão do grampo ainda será retomada em um texto de chamada posteriormente, como poderão ver (A25).

A22- *STJ* ¹ já validou “grampo accidental”, como o de Dilma

(¹) Autoridade-Credibilidade de um órgão de justiça superior oficial

➡ *Efeito de Sentido Positivo*

Prosseguindo a análise, o próximo texto de chamada de capa refere-se à coluna da jornalista Ana Maria Machado e é, na verdade, uma indagação: *Como nos*

²¹ A palavra, assim como está empregada aqui, significa falta de comedimento nas palavras, imoderação.

deixamos enganar desta maneira? A pergunta é aberta, sem deixar muitas pistas, a princípio, a que se refere. Mas isso somente se olharmos o texto isoladamente. Novamente, justificamos o nosso entendimento sobre a multimodalidade textual, como já dito, no qual os textos estão inseridos em uma teia do todo comunicativo, transmitindo uma ideia, e por vezes uma ideologia. Então aqui o sintagma citado comunica-se com uma ideia maior, um acontecimento que levou ao engano não só a colunista, mas um sujeito plural que está representado no pronome oblíquo de terceira pessoa “nos”. Desta forma, o texto de chamada generaliza e segue com uma ideia desfavorável, posto que o engano, em geral, tem carga semântica negativa. Por associação e pelo que foi analisado até agora, o engano se refere aos acontecimentos, na forma geral, do governo Dilma.

A23- Como nos¹ deixamos *enganar*² desta maneira?

(¹) *Efeito de Sentido de Generalização*

(²) *Efeito de Sentido Negativo*

O texto de chamada de capa seguinte é para a coluna do jornalista Arnaldo Bloch e diz que *Campeonato nacional de tiro no pé agita país*. Da mesma forma que a chamada de texto anterior, a ideia parece estar alocada em um sentido vazio, posto que não existe nenhum campeonato de tiro no pé²² e esta não é uma ideia plausível de acontecer. O campeonato a que se refere o texto está ligado à situação do governo da presidenta Dilma e seus prováveis erros. Estamos, novamente, diante de um texto que se comunica com o todo constituinte da capa, e traz também um Efeito de Sentido negativo (inclusive em sua imagética), já que alguém que dá um tiro no próprio pé, além de danoso é contraproducente. Para que se compreendam os textos que parecem deslocados, é preciso entendermos o materialismo histórico e as condições de produção (POSENTI, 2009, p.13) destes textos, para melhor percepção do que se referem e, por conseguinte, dos seus Efeitos de Sentido.

22 Segundo o Dicionário Informal On line, a expressão *Dá tiro no pé* significa “algo que foi feito ou planejado errado, e a pessoa que o executou, pensando que ia se dar bem, acabou se prejudicando.” Disponível em <https://www.dicionarioinformal.com.br/tiro%20no%20p%C3%A9/>. Acesso em 25/12/2018.

A24- *Campeonato nacional de tiro no pé*¹ agita país

(¹) *Efeito de Sentido Negativo*

Estou me sentindo fora de moda: nunca fui grampeada é o texto de chamada da colunista Ana Cristina Reis e faz referência ainda aos grampos telefônicos de Dilma e Lula já citados. A ironia transparece na fala da jornalista, que traz para perto de si uma ação que, embora esteja na moda, dado os grampos telefônicos, certamente não é desejado, pois o grampo telefônico fere o princípio do sigilo pessoal. Sobre ironia, Muecke (1995, p. 27-28) esclarece que

a história algo labiríntica do conceito, contada no capítulo seguinte, levará eventualmente a uma visão dessa besta quase-mitológica de natureza dupla – de natureza dupla, porque geralmente é aceito que existem duas formas básicas de ironia, diferentes mas aparentadas e não facilmente separáveis, e quase-mitológica porque “ironia” é apenas um conceito, um elemento num sistema conceitual que, por sua vez, é apenas um acordo temporário quanto ao instrumento de compreensão do mundo. Uma mudança num ponto do sistema (e tal mudança já pode ter ocorrido) poderia eventualmente levar à descoberta de que o conceito de ironia tal como é entendido atualmente evita-nos de encarar a literatura de uma maneira nova: não é inconcebível que a “ironia”, ora um conceito-chave na crítica literária, acompanhará ao ostracismo o conceito de “sublimidade”, tão indispensável aos séculos passados.

Se o assunto “grampo telefônico” foi levantado, na capa, fazendo referência somente à Dilma e Lula, então, poderemos dizer que, pelas referências e pelas condições de produção a que se submete este texto, somente poderão ser os grampos de Lula e Dilma: não se pode extrapolar outro sentido que não este. E a ironia aqui usada tem carga semântica negativa, visto que ela vem vestida da questão do grampo, algo que não se tenciona para si.

A25- *Estou me sentindo fora de moda: nunca fui grampeada*¹

(¹) *Ironia – Efeito de Sentido Negativo*

O último texto dessa série de chamadas refere-se a Antônio Bochenek, juiz federal, e traz: *Nova geração não se resigna com vícios do passado*. É possível que

chamada se refira à nova geração de juristas responsáveis pela operação lava jato, pois no site da Associação dos Juízes Federais do Brasil, AJUFE, da qual Antônio Bochenek foi presidente, encontramos o texto, com a data de 20 de março, sem especificar o ano: “[...] há uma nova geração de servidores públicos qualificados e experientes, focada nos valores democráticos e republicanos, que não mais se resigna com os vícios dos sistemas e os resquícios do passado, sobretudo se servirem à impunidade”²³. Então parece plausível que ele se refira aos seus colegas juízes, o que justificaria o sentido que está sendo dado na chamada de texto. Nela o verbo “resignar”, usado aqui na forma pronominal e na negativa (não se resignar), traz o sentido de que esta geração de juízes não acata nem se conforma com os vícios existentes no passado do judiciário, e que uma nova ordem se instala. Portanto, traz uma mensagem de esperança e o efeito de sentido é positivo.

O sintagma também pode admitir outros sentidos, e *Nova geração* também pode fazer referência a uma nova geração de jovens no geral, de brasileiros. Mesmo admitindo o deslizamento para outro sentido, o efeito continua sendo positivo.

A26- *Nova geração não se resigna¹ com vícios do passado*

(¹) Efeito de Sentido Positivo

²³ Disponível em: <https://www.ajufe.org.br/imprensa/ajufe-na-imprensa/6519-o-globo-lava-jato-derrubou-paradigmas>. Acesso em: 26 dez. 2018.

Figura 12- Parte constituinte da capa do Jornal O Globo de 19 de março de 2016.



Na figura 12 temos três textos de chamada de capa, dispostos na zona morta, retomando o que diz Silva *apud* Aguiar (2010, p.31). No primeiro, *Gilmar Mendes suspende nomeação de Lula e devolve inquérito a Moro*, e logo abaixo *Grampo foi legal, afirma Janot*. O primeiro enunciado traz a ação de suspensão da nomeação de Luiz Inácio Lula da Silva para chefe da casa civil da então presidente Dilma Rousseff, uma nomeação que colocaria novamente o ex-presidente em um cargo público importante e lhe daria imunidade contra eventuais processos. Aqui o nome de Lula é associado a uma palavra que tem sentido negativo, na dada condição de produção.

A27- *Gilmar Mendes **suspende** ¹ nomeação de Lula*

(¹) Efeito de sentido negativo

No enunciado *Grampo foi legal, afirma Janot*, há uma afirmação positiva do Procurador-Geral da República, corroborando os grampos telefônicos feitos em Dilma e Lula. A figura do procurador também traz uma autoridade e credibilidade à notícia e tem efeito legitimante, portanto, positivo em relação ao todo do texto, e, ao mesmo tempo, negativo em relação a Lula e Dilma, pois desautoriza o discurso contrário que seria o da ilegalidade do grampo.

A28- ***Grampo foi legal** ¹, afirma Janot ²*

(¹) Desautorização do discurso da legalidade do grampo – Efeito de Sentido negativo

(²) Autoridade-Credibilidade do Procurador – Geral da República

 *Efeito de Sentido Positivo*

No terceiro e último texto de chamada de capa da figura 12, enuncia-se *Por 26 a 22, OAB apoia impeachment*, referindo-se a uma votação na qual a Ordem dos Advogados do Brasil, OAB, decidira apoiar o impeachment em curso. A ordem sempre esteve ligada a processos políticos importantes, e, por isso, e muito também, porque participou ativamente da abertura política pós-ditadura, é que seu

nome ainda está ligado a um órgão de representatividade e que legitimaria os processos democráticos. Como cita Motta (2008, p 29):

[...] a Ordem foi uma das principais construtoras da abertura democrática, mas igualmente foi por ela construída. Reconhecida e referendada, a partir de então, como uma das principais vozes da sociedade, a OAB teve uma trajetória posterior diferente das outras duas instituições citadas, a CNBB e a ABI. Livre das restrições determinadas pela rígida hierarquia da Igreja Católica, ou ainda, da extremada identificação da ABI com a figura de Barbosa Lima Sobrinho, pôde a Ordem manter inalterada a posição de representante privilegiada da sociedade civil. Foi assim em 1988, quando teve ativa participação no processo constituinte, o que lhe assegurou visibilidade política depois de encerrada a fase mais aguda da luta pela restauração democrática. Foi assim também em 1992, quando atuou como um dos mais importantes polos da mobilização política e social que acabou resultando no processo de impeachment do presidente Collor.

Então o enunciado *Por 26 a 22, OAB apoia impeachment* mostra uma ampla maioria em uma eleição deste órgão de classe que apoiaria o *impeachment* de Dilma. O Efeito aqui é de legitimação do processo político contra a então presidenta.

A29- *Por 26 a 22, OAB ¹ apoia impeachment*

(¹) *Autoridade-Legitimidade de órgão de classe importante*



Efeito de legitimidade – Efeito de Sentido Positivo

Na figura 13, temos uma pequena chamada para o Editorial do jornal, logo abaixo de *Grampo foi legal, afirma Janot* e acima da charge. Embora seja o texto com os caracteres menores, e no recorte da imagem ela tenha perdido nitidez, é possível ler: *O impeachment é uma saída institucional*. Embora não leve todo o conteúdo do editorial no enunciado, e considerando que caracterizamos aqui o texto como uma chamada de capa, o que ele traz de sentido também complementa a ideia de que o *impeachment* é a saída política, já que a palavra *institucional* refere-se às coisas relativas às instituições do Estado. Portanto, traz o mesmo efeito da chamada anterior, de legitimidade, logo um efeito de sentido positivo.

A30- *O impeachment é uma saída institucional ¹*

(¹) *Correlação com o Estado*  *Efeito de legitimidade – Efeito de Sentido Positivo*

Figura 13-Parte constituinte da capa do Jornal O Globo de 19 de março de 2016.



Fonte: Acervo Jornal O Globo. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso em: 18 nov. 2018.

5.2.2 Do Não Verbal: Fotografia e Charge

A figura 14 mostra uma fotografia de uma tomada aérea da Avenida Paulista, que acompanha a manchete da segunda capa, em que a avenida se mostra lotada, nos moldes do que apresenta a fotografia que acompanha a manchete da primeira capa (fig. 7), em uma mesma perspectiva e com praticamente os mesmos elementos visuais. Há semelhanças na perspectiva e concepção, quanto às duas fotografias. Mas alguns detalhes contribuem para a construção de seu Efeito de Sentido diverso.

Um dos mais importantes detalhes é a predominância da cor vermelha na fotografia, inclusive inserindo na composição fotográfica as famosas colunas que sustentam o vão do Museu de Arte de São Paulo, o MASP²⁴, diferente da predominância do verde e amarelo da primeira fotografia (fig. 7). O vermelho é uma

²⁴ Criação do senhor Assis Chateaubriand, citado neste trabalho, criador dos Diários Associados e figura fundamental no jornalismo brasileiro.

cor associada ao comunismo, porque, embora não seja usado exclusivamente nos símbolos dos partidos comunistas como as bandeiras, é a referência simbólica de partidos e movimentos mais à esquerda no espectro político, desde a revolução francesa de 1789. É a cor, por exemplo, da bandeira do PT e da do PCdoB, partidos brasileiros e, no geral, simboliza o sangue derramado dos trabalhadores.

No Brasil, um medo de uma instauração do comunismo²⁵ sempre foi real e começou ainda nas primeiras décadas do século passado, voltando à discussão desde a ascensão ao poder do Partido dos Trabalhadores em 2003. Segundo Oliveira e Adilson Filho (2016, p.1095),

[...] podemos destacar que aqueles que se sentiam ameaçados pela “ameaça comunista” ou “medo vermelho” tratava-se de se organizar em contraofensiva visando combater esse “projeto” tido por alguns como revolucionário. Portanto, podemos afirmar nitidamente que o sentimento anti-comunista nasceu pelo medo e insegurança.

Dessa forma, a predominância do vermelho na fotografia cria um efeito associativo aos movimentos de esquerda, e cria um Efeito de Sentido negativo, em quem consegue associar a cor vermelha ao comunismo, o chamado “medo vermelho”, cada vez mais explorado pela extrema direita.

Assim como na primeira fotografia (fig. 7), nesta segunda fotografia (fig. 14), não se pode ver o começo e o fim da avenida, estando ela também tomada de pessoas. Nela também temos um horizonte infinito, onde não se pode definir até onde se estende a massa de pessoas. Ela está no centro óptico da capa, assim como a fotografia da figura 7 (SILVA *apud* AGUIAR, 2010, p. 31), o que traz semelhanças de composição significativas²⁶.

25 Para mais informações sobre o comunismo, ler *O comunismo na história do século XX*, de Bruno Groppo. Revista Lua Nova, núm. 75, 2008, pp. 115-141. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/673/67313616007.pdf>. Acesso em 29 dez. 2018.

26 No entanto, diferentemente da figura 7, podemos admitir também que a fotografia está um pouco mais à esquerda da capa.

Figura 14-Parte constituinte da capa do Jornal O Globo de 19 de março de 2016.



Fonte: Acervo Jornal O Globo. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso: em 18 nov. 2018.

O segundo detalhe é que esta fotografia, embora mostre a mesma Avenida Paulista tão lotada quanto à outra fotografia relacionada à primeira manifestação, está associada ao texto que segue a manchete da segunda capa, na qual o número dos manifestantes citados soma somente 7% daquele relativo aos mais de três milhões relatados na primeira capa. As imagens, se comparadas, parecem querer confrontar: Brasil x aliados de Dilma e Lula. Há uma incongruência textual entre as duas, se pensarmos as manchetes que elas acompanham, pois embora a fotografia que acompanha a primeira manchete, que sugere a maior manifestação da história, seja idêntica em perspectiva e percepção à segunda, o jornal afirma, na segunda manchete, que a segunda manifestação somaria uma ínfima parte da primeira ou pouco mais de 250 mil pessoas. Nas duas fotografias, embora não haja uma divergência óptica quanto ao que a imagem nos mostra em relação à composição de uma mesma avenida tomada por manifestantes, a divergência é somente quando o jornal associa, no seu texto verbal, os números entre uma e outra. O uso da cor diminui a perspectiva de generalização; a manchete ajuda ao restringir o público aos aliados e os textos seguintes continuam o efeito de restrição.

Portanto, pensando a fotografia como parte complementar do sentido da manchete, corroborando-a, como sustenta Aguiar (2012, p.135), o significado da primeira fotografia, apesar de ser o mesmo da segunda em relação à composição das imagens, não é atestado pelos números dos manifestantes que estão nos textos que acompanham a sua manchete. As fotografias servem às manchetes de uma forma diferente, pois, na primeira, a imagem corrobora com o texto que acompanha a manchete, ajudando a completar o sentido da maior manifestação da história. E, na segunda imagem (fig. 14), a fotografia que poderia confirmar uma manifestação equitativa em números com a primeira manifestação, não está atestada com os textos que acompanham a manchete da segunda capa.

Dessa forma, a fotografia de que falamos nesta segunda capa não contribui para atestar o texto que diz que esta segunda manifestação foi apenas 7% do percentual total da primeira, em número de manifestantes, já que nos mostra equivalência na representação da avenida lotada. Podemos afirmar, então, em

leitura analítica final da fotografia (fig. 14), que esta parece muito mais servir à construção de um Efeito de Sentido que liga o vermelho predominante ao que sugere a manchete da capa, de que somente aliados de Dilma e Lula estiveram na manifestação (A13), em uma organização feita basicamente por uma militância (A14, A16): o efeito requerido da fotografia é, portanto, de uma particularização.

Na figura 15, vemos a única charge nas duas capas. De autoria do desenhista Chico Caruso, a imagem traz Aluizio Mercadante, então ministro da casa civil, cargo que deixou para entrar na pasta da educação, até o fim do governo Dilma, puxando algumas figuras políticas ligadas as delações no processo da Lava Jato, entre eles o de Eduardo Cunha, que foi o responsável por iniciar o processo de *impeachment* na câmara dos deputados. A imagem traz um efeito de sentido negativo para o governo Dilma, visto que Mercadante era o responsável pelas articulações políticas enquanto estava na Casa Civil. O texto da charge *Puxa, na delação premiada uma coisa puxa a outra...*, tem uma carga semântica negativa e contribui para a construção de um efeito de sentido negativo. A interjeição “puxa”, no sintagma, pode tomar a função do verbo *puxar* na terceira pessoa do singular, em uma reiteração do sentido.

Na próxima seção, *O Todo do Texto-Discurso*, entraremos nas nossas conclusões finais, com o fechamento dos dados, interligando as análises e amparados nos dados expostos até então.

Figura 15-Parte constituinte da capa do Jornal O Globo de 19 de março de 2016

Gilmar Mendes suspende nomeação de Lula e devolve inquérito a Moro

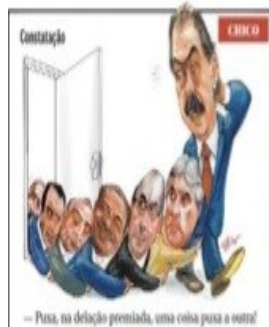
O ministro do STF Gilmar Mendes suspendeu a posse de Lula na Casa Civil e devolveu o inquérito sobre o ex-presidente ao juiz Sérgio Moro, que julgara pedido de prisão do petista. Gilmar deu a liminar em ação pro-

posta pelo PPS, e o caso deverá ser levado ao plenário da Corte. O ministro Teori Zavascki, relator da Lava-Jato no STF, criticou indiretamente Moro ao dizer que juizes têm de resolver conflitos e não criá-los. **PÁGINA 1**

Grampo foi legal, afirma Janot MORAIS

EDITORIAL

'O impeachment é uma saída institucional da crise' **MORAIS**



Fonte: Acervo Jornal O Globo. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso: em 18 nov. 2018.

6 O TODO DO TEXTO-DISCURSO

Esta pesquisa mostrou-se um desafio desde o primeiro instante, quando pensamos a proposta de analisar duas capas de um jornal brasileiro que coincidiam com duas grandes manifestações políticas, em um processo significativo e conturbado como foi o *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff. Tínhamos duas capas, com seus componentes fixos e desejávamos estudar o efeito de sentido resultante dos textos verbais e não verbais. Partimos do pressuposto teórico de que discurso, no texto, é “tanto mais universalmente legível quanto mais estiver ligado a uma instituição (e tanto mais quanto mais antiga for a instituição à qual o discurso se liga)” (POSSENTI, 2009, p.13). Em todo o percurso desta pesquisa, os conceitos de ideologia, discurso, sujeito e Efeito de Sentido, trazidos neste estudo por diferentes autores, puderam nos ajudar no entendimento e a chegar a uma conclusão. Não poderíamos, portanto, desvincular da nossa análise dos conceitos pilares da AD, nem tampouco diminuirmos a importância de um jornal como *O Globo*. Sem nos distanciarmos da Linguística e sempre amparados por ela, sentimos necessidade de fazer uma seção sobre a mídia, pois é de mídia que falamos, e isso nos serviu como entendimento do nosso objeto de estudo, que neste caso é um jornal, que traz um gênero significativo: a capa. Estivemos no âmbito do discurso jornalístico, analisando o tratamento verbo-visual de um tema político.

Em todo o caminhar das análises, nunca nos afastamos do conceito de multimodalidade do texto (MAINGUENEAU, 2015; LEEUWEN, 2011 MARTINEC, R.; SALWAY 2005), compreendido sempre como fundamental na pesquisa, pois ele justificaria o entendimento de que os múltiplos textos constituintes de cada capa formam um todo do texto-discurso (Barros, 2003), tanto que os prováveis Efeitos de Sentido por ele emanados, constituiriam também uma consequência do Sentido numa dada condição de produção: este resultado poderia nos revelar a matriz ideológica do jornal, mesmo que, até então, o jornal não tivesse um editorial sobre o processo de *impeachment*. Foi da leitura multisemiótica, que põe em evidência texto e imagem, que pudemos propor hipóteses e tentar confirmá-las ao longo da análise.

Coube-nos analisar as duas manchetes e todos os textos de chamada que constavam das duas capas, completando o que resolvemos nomear de parte verbal da análise; bem como as fotografias e charge que constavam das capas, o que para nós completaria a parte não-verbal. Buscamos não enxergar o texto e seus sentidos como cristalinos, estáveis ou prévios, portanto, tentamos buscar neles os seus possíveis Efeitos de Sentidos que, às vezes, foram mais de um, captados na opacidade do texto, assim como nos falou Orlandi (1996).

Findadas as análises, constatamos que os Efeitos de Sentidos nos textos que faziam referências à Dilma ou a Lula eram sempre negativos (A2, A12, A21, A24, A25, A27). E quando apresentavam mais de um Efeito de Sentido no mesmo enunciado, se mostravam como Efeitos de Sentido Negativos associados a Efeitos de Sentido de generalização (de apoio ou repulsa), particularização (de apoio) ou apagamento (por menção e afirmação) da figura de Dilma, com um deslocamento para um protagonismo de Lula, que serviam de amplificadores do Efeito de Sentido Negativo (A5, A6, A9, A15, A17, A18, A23). Em uma das análises, o Efeito de Sentido se apresentou, em um mesmo sintagma, negativo quando ligado às figuras de Dilma e Lula, e, positivo, quanto à autoridade requerida de cunho legitimador, no caso de Janot (A28). Houve somente uma referência à Dilma de maneira isolada, mesmo sendo a presidenta a única implicada no processo de *impeachment*, e o Efeito de Sentido foi tanto negativo como generalizante (A8). Notou-se uma motivação de atrelar a figura de Dilma e Lula ao partido a que são ligados, o PT, e, de uma forma também particularizante e restritiva, os manifestantes citados na segunda capa foram ligados ao PT, ora como aliados de Dilma e Lula, ora como militantes (A13, A14, A16), trazendo também um sentido de homogeneização. Importante notar que, apesar das chamadas de capas produzidas se referirem a diferentes jornalistas, as recorrências citadas persistiam, o que confirma menos a ideia de sujeitos individuais em ação (jornalistas) e mais a voz de um Sujeito discursivo ou ideológico (o Jornal). Se há ação de sujeitos individuais, eles agem no discurso.

Por outro lado, os Efeitos de Sentidos eram positivos quando faziam referência à manifestação de que trata a primeira capa, ou quando se faz referência a Moro. Estes Efeitos de Sentido positivos são amplificados por Efeitos de Sentido de generalização ou pluralização (A1, A3, A4, A7, A10, A11, A19, A20, A22, A26, A29, A30), levando a um entendimento de que o jornal creditou, a princípio, à primeira manifestação, uma importância maior e mais significativa que à segunda manifestação (tratada na segunda capa).

As fotografias que seguem as manchetes, apesar de serem significativamente semelhantes em sua composição, serviram às manchetes de formas diferentes. A fotografia da primeira capa (fig.7) corroborou com o todo do texto verbal, ilustrando-o, bem como as duas outras fotografias que a acompanhavam. A fotografia que acompanha a manchete da segunda capa (fig.14), apesar de composição semelhante, não corrobora para justificar uma manifestação com mesma quantidade de manifestantes, cujo número dado nos textos que acompanham a manchete é infimamente inferior à primeira manifestação. O papel desta segunda fotografia é respaldar, com a sua predominância da cor vermelha, com a associação possível com partidos de esquerda que usam o vermelho em sua capa, de uma forma negativa, portanto.

Observamos, por fim, no todo do texto-discurso que, apesar de o jornal *O Globo* tomar para si um discurso de veículo informativo, com uma presumível neutralidade em relação ao *impeachment* de Dilma Rousseff, até então, materializou escolhas linguísticas para amparar suas práticas. Os Efeitos de Sentido explicitados no todo do texto-discurso das duas capas, nos permitem falar que o discurso do jornal *O Globo* era *pró-impeachment*, mesmo que as duas capas pareçam, em um primeiro momento, falarem de processos distintos em um aparente neutralidade e imparcialidade. Outra leitura poderia ser feita. Os dados nos possibilitaram esta. O resultado desta pesquisa ajuda-nos a compreender como a mídia pode ser suporte para a ideologia, materializada em práticas discursivas lidas pelos mecanismos da Análise do Discurso.

Resta dizer algo sobre o gênero em questão. A possibilidade de propor conclusões para uma análise de *corpus* aparentemente restrito deu-se pelo fato de o gênero – a capa do jornal –, por natureza, carregar, enquanto composição, esta feição complexa, condensada, plural – multigêneros, na verdade –, o que permite visualizar, em manchetes, chamadas, fotografias principais e subsidiárias, uma porta de entrada para o jornal como um todo; e, enquanto funcionamento, ser igualmente função, papel social e discursivo do gênero *capa*, lançando uma chave de leitura para o que se segue e definir, no assunto de capa, o assunto do jornal, numa síntese complexa de diversos textos-gêneros menores que, de uma forma ou de outra, reiteram esta proposta de leitura. Daí termos chamado, sem uma teorização mínima, o gênero capa de jornal de texto-discurso, pois a natureza do texto (o gênero em questão, por ser como é) configura a possibilidade de se ler discursivamente, ou, dizendo de outro modo, o discurso lido tornou-se visível à análise, frágil em sua tentativa de esconder-se nos ditames da neutralidade, porque o gênero, em sua explicitude de carta convite à leitura, denuncia lapsos (já que Psicanálise está implicada aqui) de posicionamento discursivo do jornal.

Isso permite, por fim, pensar no papel da mídia nos processos políticos, e pensar também na importância das teorias linguísticas para explicar e explicitar o que pode se esconder na opacidade do texto, denunciando a matriz ideológica constitutiva de veículos midiáticos. No âmbito do curso de uma Licenciatura em Letras, esta pesquisa propõe-se, de modo despretensioso, a ajudar aqueles que querem adentrar no mundo da análise do discurso, colocando na prática todo o aparato teórico aprendido, contribuindo assim para aumentar o leque de pesquisas na área. Bem como enxergar a língua como um objeto poderoso e o texto como um organismo vivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMO, P. **Padrões de manipulação na grande imprensa**: um ensaio inédito de Perseu Abramo. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.
- ABRAMO, P. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 2. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2016.
- ACERVO JORNAL O GLOBO. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>. Acesso em: 18 nov. 2018.
- AGUIAR, T. M. T. de. **A transformação histórica do gênero capa de jornal**. 2010. Tese (Doutorado em Linguística)- Centro de Artes e Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2010.
- AGUIAR, T. M. T. de. O contínuo genérico presente na capa de jornal. **Revista Investigações** – v. 25, n. 2, jul. 2012.
- ALTHUSSER, L. **Aparelhos ideológicos de Estado**. Rio de Janeiro, Graal. 1992.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS JORNAIS. **Maiores Jornais do Brasil**. Disponível em: <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>. Acesso em: 02 jun. 2018.
- BARROS, J. da S. **Intercalação, (Meta)enunciação e Autoria**: uma análise textual-discursiva da interposição, 2003. (Tese de Doutorado em Linguística). Instituto de Estudos da Linguagem, UNICAMP, Campinas, 2003.
- BARBOSA, V, S. ARAUJO, A, D. ARAGÃO, C, O. Multimodalidade e multiletramentos: análise de atividades de leitura em meio digital. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**. Belo Horizonte, v. 16, n. 4, p. 623-650, out/dez. 2016.
- BASTOS, P. P. Z.. Ascensão e crise do governo Dilma Rousseff e o golpe de 2016: poder estrutural, contradição e ideologia. **Rec. Num. esp**, p.1-63. 2017.
- BAZERMAN, C. **Gêneros textuais, tipificação e interação**. São Paulo: Cortez, 2005.
- BRANDÃO, H. H. N. **Introdução à análise do discurso**. 2. ed. rev. Campinas, SP: Unicamp, 2004.
- BUITONI, D. S.. **Fotografia e jornalismo**: a informação pela imagem. São Paulo: Saraiva, 2011.
- COLLING, L. **O “estado da arte” dos estudos sobre mídia e eleições presidenciais de 1989 a 2002**. Disponível em: <http://revistas.faculdadesocial.edu.br/index.php/dialogospossiveis/article/view/169/126>. Acesso em: 19 out. 2018.
- ECO, U. **Tratado geral de semiótica**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1991.
- ELMAN, D.; BENETTI, M. A cor como representação: o imaginário verde e amarelo. **Revista Dobras**. v. 4, n. 9, 2010. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/207/206>. Acesso em: 22 dez. 2018.
- FERREIRA, M. C. L. **Glossário de termos de discurso Análise do Discurso**. Porto Alegre: Instituto Letras-UFRGS, 2001.
- FLORENCIO, A. M. G. *et al.* **Análise do discurso**: fundamentos & práticas. Maceió: EDUFAL, 2009.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. 17. ed. São Paulo: Loyola. 2008.

- GOMES, A. P. Q. **“Todo”, “cada” e “qualquer”: exigências sobre a denotação nominal e a verbal**, 2004. Dissertação (Mestrado) - Curso de Letras, Departamento de Linguística, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.
- HEBERLE, V. M. Revistas para mulheres no Século 21: Ainda uma Prática Discursiva de Consolidação ou de Renovação de Ideias. **Linguagem em (Dis)curso – LemD**, Tubarão, v. 4, n. esp, p. 85-112, 2004.
- HOLANDA, C. B. de. **Quando o carnaval chegar**. Rio de Janeiro, 1972. Disponível em: <https://www.kboing.com.br/chico-buarque/quando-o-carnaval-chegar/>. Acesso em: 23 dez. 2018.
- FERREIRA JUNIOR, J. R. **Capas de Jornal: A primeira imagem e o espaço gráfico-visual**. São Paulo: Senac, 2003.
- FERREIRA, M.C.L. Introdução- o quadro atual da análise do discurso no Brasil: um breve preâmbulo. In: INDURSHY, F.; FERREIRA, M.C.L. **Michel Pêcheux e a análise do discurso: uma relação de nunca acabar**. São Carlos: Claraluz, 2005.
- LACAN, J. **Escritos**. São Paulo: Perspectiva, 1978.
- LEEUWEN, T. V. *Multimodality*. In: SIMPSON, J. **The Routledge handbook of applied linguistics**. New York: Routledge, 2011.
- LIMA, V. A. de. **Liberdade de expressão x liberdade de imprensa: Direito à comunicação e democracia**. São Paulo: Publisher Brasil, 2010.
- MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular: introdução à fotografia**. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- MAINGUENEAU, D. **Discurso e análise do discurso**. São Paulo: Parábola. 2015.
- MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2013.
- MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes, 1997.
- MAINGUENEAU, D. **Genèses du discours**. Bruxelles: Pierre Mardaga, 1984.
- MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola, 2008.
- MARCUSCHI, L.A. Gêneros textuais: configuração, dinamicidade e circulação. In: KARWOSKI, A.M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K.S. (Orgs.). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. União da Vitória, PR: Kaygangue, 2005.
- MARTINEC, R.; SALWAY, A. *A system for image-text relation in new (and old) media. Visual Communication*, New York, v. 4, n. 3, p. 337-71, 2005.
- MICHAELIS. **Dicionário brasileiro de língua portuguesa**. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/>. Acesso em: 19 out. 2018.
- MORAIS, F. **Chatô, o rei do Brasil**. 4. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- MOTTA, M. Dentro da névoa autoritária acendemos a fogueira...- a OAB na redemocratização brasileira (1974-80). **Revista Culturas Jurídicas**. Rio de Janeiro, v.3, n.1, p.1-29, jan./jun.2008. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/6806/1726.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 28. dez. 2018.
- MUECKE, D. C. **Ironia e o irônico**. São Paulo: Perspectiva, 1995.
- NETTO, J. T. C. **Semiótica, informação e comunicação: diagrama da teoria do signo**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1990.

- OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **Crise política, grampos e as responsabilidades da mídia**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/crise-politica/grampos-e-as-responsabilidades-da-midia/>. Acesso em: 02 jun. 2018.
- OLIVEIRA, A. N. D. de; ADILSON FILHO, J. A. **O medo do vermelho: representações sobre o comunismo e seus derivados em jornais paraibanos (1960-1964)**. XVII Encontro Estadual de História – ANPUH-PB. v. 17, n. 1, p.1092-1099. 2016.
- ORLANDI, E. P. **Discurso e texto: formulação e circulação de sentidos**. 4. ed. Campinas: Pontes, 2012.
- ORLANDI, E. P. **Discurso em análise: sujeito, sentido e ideologia**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 2016.
- ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 12. ed. Campinas: Pontes, 1999.
- ORLANDI, E. P. **Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. Campinas: Pontes, 2004.
- ORLANDI, E. P. Efeitos do verbal sobre o não-verbal. **Rua**, Campinas, v.1, n.1, p. 35-47. 1995.
- ORLANDI, Eni P. **Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- PAULSE, C. G. **Cantando a resistência, construindo identidade: análise das canções de Chico Buarque**: Semana de pesquisa em artes.3. 2009. Rio de Janeiro. Anais [...] Rio de Janeiro: UERJ, 2009. p. 200-216. Disponível em: www.ppgartes.uerj.br/spa/spa3/anais/carolina_paulse_200_216.pdf. Acesso em: 23 dez. 2018.
- PÊCHEUX, M; FUCHS, C. A propósito da Análise Automática do Discurso. *In*: GADET & HAK (org.). **Por uma análise automática do discurso**. Campinas: Unicamp, 1990.
- PÊCHEUX, M. **Delimitações, Inversões, Deslocamentos**. Cadernos de Estudos Linguísticos, n.19. Campinas: Unicamp, 1990.
- PÊCHEUX, M. **Analyse Automatique du Discours**. Paris: Dunod, 1969.
- PÊCHEUX, M. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. 2.ed. Campinas: Pontes, 1997.
- PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do obvio**. 5.ed. Campinas, SP: Unicamp, 2014.
- PÊCHEUX, M. **Análise do discurso**: Michel Pecheux. Textos selecionados: Eni Pucinelli Orlandi. 4.ed. Campinas, SP: Pontes, 2015.
- PIETROFORTE, A. V. **Semiótica visual: os percursos do olhar**. 3.ed. São Paulo: Contexto, 2012.
- POSSENTI, S. **Questões para analistas de discurso**. 1ªed. São Paulo: Parábola, 2009.
- POSSENTI, S. Sobre as noções de sentido e de efeito de sentido. *In*: **Análise do Discurso**. V.6, nº 2, Marília: Cadernos da F.F.C., 1997.
- RUBIM, A. A. C. **Comunicação e Política**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.
- SANTOS, E. de M; ROMUALDO, E. C. O “sapo barbudo” e o “lulinha paz e amor”: as identidades de lula construídas pela mídia na campanha de 2002. *In*: TASSO, I., and

- NAVARRO, P., orgs. **Produção de identidades e processos de subjetivação em práticas discursivas**. Maringá: Eduem, 2012.
- SEVCENKO, N. **Primeira página**: Folha de São Paulo. 6.ed. São Paulo: Publifolha, 2006.
- SILVA, M. S. da. **As ações provocadas por publicidades virtuais e não-virtuais do Unibanco**, 2008. (Dissertação Mestrado em Linguística)- Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2008.
- SILVA, R. **Diagramação**: o planejamento visual e gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985.
- SAUSSURE, F. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix, 1975.
- SOUZA, T. C. C. de. A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação. **Rua**, Campinas, n. 7, p. 65-94. 2001.