

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
FACULDADE DE FILOSOFIA LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS

MICHEL KAHAN APT

**Discurso e poder: o modelo mental como instrumento ideológico  
de manipulação**

São Paulo

2010

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

MICHEL KAHAN APT

**Discurso e poder: o modelo mental como instrumento ideológico  
de manipulação**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Filologia e Língua Portuguesa, do Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Zilda Gaspar Oliveira de Aquino.

São Paulo

2010

## FOLHA DE APROVAÇÃO

Michel Kahan Apt

Discurso e poder: o modelo mental como instrumento ideológico de manipulação

Dissertação apresentada à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre.

Área de concentração: Filologia e Língua Portuguesa.

Aprovado em: \_\_\_\_\_

### Banca Examinadora

Prof. Dr.: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dr.: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dr.: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

AUTORIZO A REPRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO TOTAL OU PARCIAL DESTE TRABALHO, POR QUALQUER MEIO CONVENCIONAL OU ELETRÔNICO, PARA FINS DE ESTUDO E PESQUISA, DESDE QUE CITADA A FONTE.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, que me ampara diariamente em sua infinita misericórdia.

Aos meus professores do curso de Pós-Graduação, pelo estímulo constante ao pensamento livre e crítico.

À Profa. Dra. Sheila Vieira de Camargo Grillo e ao Prof. Dr. João Hilton Sayeg Siqueira, que me honraram ao compor a banca examinadora e a quem devo valiosas contribuições.

Aos meus pais, Arturo e Maria Lúcia, pelo amor e a devoção com que me prepararam para a vida.

Ao meu cunhado Fernando, pelo incentivo; a minha irmã Michelly, companheira de graduação, e a minha amada Camila, uma luz na minha vida.

Às minhas colegas Cleide, Daniela e Solange, pelas discussões acadêmicas e os animados cafés da tarde.

Com especiais admiração e gratidão à Profa. Dra. Zilda Gaspar Oliveira de Aquino, sempre segura, disponível e amável, de quem tive a honra de receber exemplar orientação.

Minha ideologia, como figura pública, que escreve uma coluna de opinião, está muito bem resolvida. Imprensa não é propaganda. Se um jornalista faz propaganda do governo, não tenho o menor pudor corporativo: debocho dele.

Diogo Mainardi

## RESUMO

APT, M. K. **Discurso e poder: o modelo mental como instrumento ideológico de manipulação**. 2010. 144p. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas – Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

Este trabalho tem por objetivo buscar, no discurso de Diogo Mainardi, regularidades que nos permitam reconhecer a construção de um modelo mental específico de representação do Presidente da República, Luis Inácio Lula da Silva, e de integrantes do Partido dos Trabalhadores (PT). O *corpus* compreende três crônicas, publicadas na *Revista VEJA* no período entre junho de 2006 e janeiro de 2007. Alicerçamos nossos estudos na Teoria Sociocognitiva e na Análise Crítica do Discurso (ACD), a partir do que indica Teun van Dijk (1983; 1991; 2004; 2005). Nossa pesquisa concluiu que Mainardi, por meio de manipulação contextual e da atribuição de características socialmente desfavoráveis, como corrupção, incompetência, incapacidade crítica e apego à noção de povo/popular, cria um modelo mental negativo do Presidente Lula e de integrantes do PT.

**Palavras-chave:** análise crítica do discurso, crônica opinativa, ideologia, modelo mental, sociocognição.

## ABSTRACT

APT, M. K. **Discourse and power: the mental model as an instrument of ideological manipulation** 2010. 144p. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas – Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

The aim of this work is to identify, in the discourse of Diogo Mainardi, patterns that might allow us to recognize the construction of a specific mental model of representation of the President of the Federal Republic of Brazil, Luis Inácio Lula da Silva, and of members of the Workers' Party (PT). The corpus contains three chronicles published in the VEJA magazine, between June 2006 and January 2007. We based our studies on the principles of the Social Cognitive Theory and the Critical Discourse Analysis, as defined in the writings of Teun A. van Dijk (1983; 1991; 2004; 2005). Through our research, we come to the conclusion that Mainardi created a negative mental model of President Lula and of the members of PT, by using contextual manipulation and unfavorable social characteristics, such as corruption, incompetence, critical incapacity and attachment to the notion of people/popular.

**Keywords:** critical discourse analysis, ideology, mental model, opinionated chronicle, social cognitive theory.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO I – A INFLUÊNCIA DA COGNIÇÃO NO DISCURSO</b> .....	<b>24</b>
1.1 Modelo sociocognitivo: ponto de partida para entender o discurso.....	24
1.2 Ideologia como fundamento do processo argumentativo .....	26
1.3 O papel da memória na reprodução da ideologia.....	36
1.3.1. Memória e manipulação.....	40
1.4 Modelo mental como representação do objeto discursivo.....	42
<b>CAPÍTULO II – UM OLHAR CRÍTICO SOBRE O DISCURSO</b> .....	<b>51</b>
2.1 A ACD e um novo vislumbre sobre o papel da linguagem .....	51
2.2 O poder na mídia jornalística: a busca pela dominação ideológica.....	58
2.3 Manipulação no discurso jornalístico segundo Teun van Dijk .....	62
2.4 A expressão de opiniões polarizadas: o quadrado ideológico.....	65
2.5 Uma proposta de análise ideológica do discurso .....	67
<b>CAPÍTULO III – O DISCURSO NO COTIDIANO</b> .....	<b>70</b>
3.1 O conceito de gênero do discurso.....	70
3.2 O gênero crônica e suas especificidades.....	73
3.3 Surgimento da mídia “revista” e consolidação de Veja .....	80
<b>CAPÍTULO IV – ANÁLISE DO CORPUS</b> .....	<b>87</b>
4.1 Introdução .....	87
4.2 O contexto na crônica de Mainardi.....	88
4.2.1 Análise do texto 1 .....	90
4.2.2 Análise do texto 2 .....	93
4.3. A representação na crônica de Mainardi.....	101
4.3.1 Análise do texto 1 .....	101
4.3.2 Análise do texto 2 .....	109
4.3.3 Análise do texto 3 .....	113
4.4 Discussão das análises.....	118
<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>128</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>133</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>139</b>

## Introdução

Desde a Antiguidade, a preocupação com o discurso já se fazia presente e servia de tema para muitas rodas filosóficas nas sociedades culturalmente relevantes da época. Os oradores procuravam aperfeiçoar, de maneira continuada, o modo como suas palavras eram ditas, de maneira a provocar efeitos desejados sobre seus enunciatários e suscitar possíveis mudanças sociais. Prova importante da dimensão que a preocupação com o discurso tinha no mundo antigo é o fato de filósofos proeminentes, como Aristóteles, Sócrates, Empédocles, entre outros, dedicarem parte de seus estudos ao tema.

Hoje, a preocupação com o discurso e seus efeitos não é menor, uma vez que as possibilidades de se comunicar vão muito além do que se tinha na Antiguidade. Até a Idade Média, a informação dependia principalmente da oralidade para circular no meio social, mas tal limitação começou a ser superada no século XVI, com a invenção da imprensa e, com ela, a possibilidade de se reproduzirem informações para um grande número de pessoas ao mesmo tempo.

Já no período contemporâneo, a invenção do rádio e da televisão massificou de maneira determinante a informação, tirando dela o aspecto de exclusividade que tinha, até então, de ser acessível apenas às camadas mais ricas e instruídas. Recentemente, o surgimento e a popularização da Internet fizeram que uma inédita quantidade de dados e informações fosse criada e circulasse de maneira democrática e sem paralelo na sociedade moderna: o mundo estava, literalmente, ao alcance de um clique.

Se, por um lado, o discurso e sua circulação tornaram-se fartos e de baixo custo, por outro, ocasionou a emergência de uma quantidade virtualmente ilimitada

de informação. Parece ser necessário, então, que determinado discurso chame a atenção para si de alguma maneira, destaque-se em meio a tantos outros. Devido a isso, o estudo do discurso, sua materialização no texto, sua recepção pelos enunciatários, enfim, todo o processo linguístico que contempla o uso da linguagem na mídia merece maior atenção. Na era da comunicação globalizada, entender os processos pelos quais um discurso pode ser eficiente em termos de persuasão parece ser imperioso.

Os aspectos ideológicos contidos no discurso, especificamente aquele da mídia jornalística impressa, motivou-nos à pesquisa, pois, mais que um mero retransmissor de informação ou opinião, acreditamos no papel do discurso como replicador de ideologias. Entendemos que os veículos midiáticos, apoiados em sua posição de poder privilegiada – o acesso a um número enorme de indivíduos – possuem forte apelo ideológico junto ao enunciatário. Mais do que apenas informar, o discurso se constitui agente promotor de mudanças sociais, característica que, sem dúvida, faz do estudo do discurso mais que uma opção acadêmica, mas uma necessidade impreterível de se conhecerem discursos que circulam em nossa sociedade.

Ao considerarmos o discurso como prática social, é inevitável não pensarmos na importância do discurso midiático, especificamente o jornalístico. Dona de um poder de penetração invejável, capaz de atingir milhões de pessoas, a mídia jornalística brasileira, possui certa credibilidade junto ao público leitor. Se, por um lado, tal característica nos serve de parâmetro para mensurar, de algum modo, a importância desse tipo de discurso, por outro, faz dele um alvo preferencial de manipulação, uma vez que estará ao alcance de enunciatários que com ele, por algum viés, identificam-se.

Sobre a credibilidade do discurso midiático, van Dijk (2006) afirma que o enunciatário apresenta a tendência de aceitar crenças, conhecimentos e opiniões veiculadas pela mídia, porque considera serem os jornalistas uma fonte bastante confiável. Não é difícil acreditarmos que a razão para isso, então, possa se dever ao fato de o enunciatário considerar o discurso jornalístico um gênero que se preocupa, *a priori*, com o relato descritivo de um acontecimento, com a maior fidelidade possível, dando conta apenas dos fatos como eles acontecem, sem preocupações de cunho ideológico, no sentido manipulativo ou persuasivo do termo.

Entendemos, porém, com Habermas (1967), que a linguagem é ideológica por se tratar de um meio que legitima a relação de dominação social de um grupo por outro via discurso. Assim, parece-nos ingênuo considerar que a primeira página de um jornal seja diagramada levando-se em conta apenas critérios estéticos ou de conformação gráfica; ou, ainda, que o tema de uma crônica semanal seja escolhido de maneira aleatória pelo colunista, apenas para preencher aquele espaço da revista ou do jornal. Nossa posição, ao contrário, é a de que a mídia jornalística aproveita-se tanto do poder da palavra que a sociedade lhe outorga, como da confiança de que se vê investida, para agir como (re)produtora de um discurso manipulativo que vá ao encontro das posições ideológicas que ela, mídia, advoga e defende. É uma posição, portanto, que serve para justificarmos a importância de analisarmos a manipulação no discurso jornalístico, de modo a se detectarem questões de ideologia e relações de poder.

Optamos por analisar o gênero crônica opinativa, porque acreditamos que ela ocupe importante presença na mídia impressa, em especial nos veículos de ampla circulação que atingem (e estão propensos a influenciar) um elevado número de

indivíduos. É raro que uma grande revista ou jornal no Brasil não possua, ao menos, um cronista – em espaço cativo e regular – oferecendo seu ponto de vista sobre assuntos relevantes do cotidiano nacional; essa constante presença na mídia faz-nos crer, então, que se trata de uma eficiente maneira de se enxergar o mundo e transmiti-lo ao leitor.

Acreditamos que a crônica jornalística opinativa oferece espaço produtivo e frutífero para uma análise sobre o viés ideológico presente no discurso. Diferentemente do que acontece, por exemplo, na notícia, em que se busca produzir a descrição objetiva de um fato a partir da utilização de perguntas de direcionamento (Quem?, O quê?, Quando?, Onde?, Por quê? e Como?) – um fator potencialmente limitador da autonomia do jornalista quanto à utilização de estruturas semânticas com um viés ideológico mais robusto e reconhecível – a crônica, justamente por ser mais livre, autônoma e fluida, é menos passível de sofrer um imobilismo estilístico que engesse o estilo do jornalista, oferecendo a este, portanto, via livre para produzir um discurso capaz de carregar forte cunho ideológico.

Se a notícia, por causa de seu próprio processo de criação/formulação mais rígido, dificulta uma abordagem pessoal e opinativa do texto por parte do jornalista, acreditamos que isso não aconteça com a crônica; aqui, o autor pode expor de maneira mais livre seu ponto de vista. cremos, inclusive, que seja esperada do jornalista uma visão mais pessoal e crítica sobre aquilo de que trata na crônica opinativa.

Ao lidarmos com a crônica jornalística opinativa, não nos furtamos a relacioná-la aos aspectos ideológicos presentes no discurso. Se a crônica em geral é, em sua essência, como afirma Sá (2007, p. 5), a recriação engenhosa e artística

da realidade vista pelo cronista, o registro do circunstancial, o instantâneo da condição humana, acreditamos ser possível dizer que, na variante opinativa, um ponto de vista inicialmente tido como desprezioso pode carregar uma atitude valorativa que refrata aquilo que o autor recolhe do mundo ao seu redor e transporta para o papel. Em outras palavras, o fato de a crônica jornalística opinativa se ocupar de assuntos cotidianos e oferecer ao enunciatário a possibilidade de utilizar linguagem e estilo mais pessoais, permitindo-lhe transmitir sua visão de mundo de maneira mais intimista e direta ao enunciatário, torna-a uma opção significativa e viável para o estudo da ideologia no discurso.

Um aspecto da crônica jornalística opinativa que entendemos importante e relevante a se levar em conta para o estudo da manipulação discursiva é o espaço físico normalmente pequeno que esse tipo de texto ocupa nos veículos da mídia impressa. Acreditamos que essa característica limitante influencie muito o estilo do cronista e a maneira como ele pensa a construção de seu texto. Ele sabe que precisa condensar – em poucas e expressivas linhas – suas ideias. Para atingir esse propósito, necessita, certamente, proceder a uma seleção lexical cuidadosa e empregar estratégias persuasivas que lhe possibilitem maximizar o poder de penetração de suas palavras junto ao enunciatário.

Entre os cronistas que assinam textos regularmente na chamada “grande imprensa”, selecionamos como *corpus* para esta pesquisa as crônicas opinativas daquele que acreditamos representar de maneira bastante significativa o viés polêmico na mídia impressa brasileira. Visto com simpatia por uns e de maneira não tão calorosa por outros, Diogo Mainardi, colunista da Revista Veja, tem o poder de

suscitar discussões inflamadas e disputadas trocas de ponto de vista a partir de suas crônicas.

Diogo Briso Mainardi, nascido em São Paulo, é escritor, produtor, roteirista de cinema e colunista. Viveu mais de catorze anos em Veneza, na Itália, onde conheceu sua esposa, com quem tem dois filhos. Depois desse período, mudou-se para o Rio de Janeiro. Antes de viver na Itália, cursou o primeiro ano de Economia na London School of Economics, na Inglaterra, tendo abandonado os estudos logo depois. Já morando em Veneza, tornou-se colunista da Revista Veja em 1999, discorrendo principalmente sobre temas artísticos e literários. A partir de 2002, entretanto, enveredou para a política e a economia, adotou um tom mais ácido e crítico em relação ao Brasil como um todo e aos políticos brasileiros em geral, conhecendo a fama e a polêmica com as quais convive até hoje.

Não seria exagero afirmarmos que Diogo Mainardi possui forte responsabilidade como formador de opinião, se associarmos sua produção à circulação da Revista Veja. Afinal, segundo dados da própria Editora Abril<sup>1</sup>, Veja possui uma vendagem semanal superior a 1 (um) milhão de cópias, entre assinaturas e exemplares avulsos. Além da versão impressa com expressivo número de vendas, as crônicas de Mainardi também estão disponíveis gratuitamente para consulta no *site* da revista na Internet. Apesar de esse suporte e a penetração do discurso ali não fazerem parte do escopo deste trabalho, não podemos nos furtar a considerá-los, tendo em vista que o Brasil possui mais de 66 (sessenta e seis) milhões de usuários e é o país campeão mundial em tempo médio gasto com

---

<sup>1</sup> Disponível em: [http://publicidade.abril.com.br/geral\\_circulacao\\_revista.php](http://publicidade.abril.com.br/geral_circulacao_revista.php). Acesso em 20 de março de 2009.

navegação na Internet<sup>2</sup>. Acreditamos, então, no que tange à disseminação ideológica, que não constituiria exagero supormos que o público potencial das crônicas de Mainardi seja bem superior àquele das vendagens na versão impressa.

Finalmente, ao considerarmos também que o exemplar impresso pode ter sua leitura compartilhada no ambiente familiar e/ou de trabalho, cremos que haja pouco lugar para dúvidas quanto à capacidade e ao poder de penetração que o discurso de Mainardi (ou de outros cronistas) possui.

Dono de um estilo contundente e irônico, o cronista suscita reações extremas em muitos daqueles que o leem. No *blog* de Reinaldo Azevedo, também jornalista de *Veja*, é possível encontrarmos o seguinte comentário sobre Mainardi:

Mainardi já desclassificou o Amapá, e vive nocauteando o povo brasileiro com seus adjetivos grosseiros, chamando-o de "gentalha" e tudo que o valha. Agora chama o povo de analfabeto. Quanto preconceito! Que cara é esse!? Será que ele é da terra!?

O discurso de Diogo Mainardi, entretanto, até de maneira surpreendente, ainda não mereceu grande espaço em pesquisa acadêmica. Na verdade, na revisão bibliográfica a que procedemos, localizamos somente um trabalho acadêmico de ótica analítica sobre o discurso desse cronista: um artigo científico, de Negri e Gregolin (2003), cujo tema é o estudo sobre subjetividade e autoria. Assim, acreditamos que nossa pesquisa tenha um espaço a preencher, ao observar os modelos mentais empregados por esse cronista tão presente no cotidiano de milhares de brasileiros, de modo a podermos conhecer como seu discurso se marca ideologicamente.

---

<sup>2</sup> Disponível em: [http://www.tobeguarany.com/internet\\_no\\_brasil.php](http://www.tobeguarany.com/internet_no_brasil.php). Acesso em 02/07/2010.

<sup>3</sup> Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2006/12/veja-4-diogo-mainardi-e-o-que-pensa-o.html>. Acesso em 20 de março de 2008.

As crônicas de Mainardi – de 2002 para cá, como apontamos – focam principalmente assuntos ligados às esferas política e econômica, dois setores da vida cotidiana que, dada a sensibilidade com que tocam a opinião pública brasileira, estão frequentemente presentes na interação entre as pessoas no dia a dia, suscitando debates e trocas de pontos de vista. Além disso, um número expressivo de crônicas de Mainardi é dedicado a temas sobre o Presidente da República (tanto na figura do homem de Estado quanto do indivíduo particular), seu governo, seu partido político e a esquerda política brasileira, em geral de maneira bastante crítica e, não raro, com a utilização de ironia e sarcasmo.

O cenário torna-se ainda mais desafiador e estimulante para o estudo de seu discurso, quando levamos em conta que a postura crítica de Mainardi em relação ao Presidente é construída em um contexto social que contempla altos índices de aprovação e popularidade ao Presidente Lula e seu governo, ou seja, um desafio a mais para que o discurso do colunista da Revista Veja seja, de fato, eficiente no seu desejo de influenciar ideologicamente os enunciatários a quem se destina. O cronista, aqui, é uma voz contrária, ainda que poderosa, em meio a milhões em uníssono. Desta maneira, estudar o modelo mental de que Mainardi lança mão para construir e disseminar sua visão particular de mundo – distinta daquela de tantos brasileiros – é um exercício que muito poderá contribuir para um maior entendimento sobre questões direcionadas à sociocognição no discurso da mídia, especialmente quando se parte da hipótese de que a manipulação do modelo mental de um enunciatário, constituído a partir do contato com o discurso, pode se apresentar como ferramenta argumentativa poderosa e bastante eficiente para a disseminação de ideologias.

Como teoria central que norteará nossa pesquisa, utilizamos as orientações advindas da Análise Crítica do Discurso (ACD), que dá conta da análise das relações entre o discurso e o poder, por considerar o discurso uma ferramenta social poderosa e um agente de mudanças de comportamento, atitudes e pensamentos. Da ACD, baseamo-nos principalmente nos trabalhos do estudioso holandês van Dijk (2001) sobre cognição, em que abarca conceitos significativos para esta pesquisa, como modelo mental, memória, ideologia e manipulação.

A análise sociocognitiva de van Dijk propõe que o discurso, para se converter em prática social, necessita de uma mediação, pois não haveria relação direta entre produção discursiva e a ação suscitada por ela. Assim, o papel de mediador seria cumprido pela cognição, ou seja, pelo conjunto de saberes de que dispomos para lidar com o mundo à nossa volta. Ainda de acordo com a visão sociocognitiva, o discurso, para ser ideologicamente eficiente, deve agir na instrumentalização desses conhecimentos, em estruturas denominadas modelos mentais (van Dijk, 2004), construções erigidas na memória episódica que organizam e orientam nossa percepção cotidiana de tudo o que nos cerca a partir de nossos saberes e vivências individuais e coletivas.

Os modelos mentais, por sua vez, são constituídos por propriedades importantes, como modelos de contexto e critérios de relevância. Assim, o discurso possui como principal preocupação operacionalizar determinados conhecimentos que o enunciador considera importantes e decisivos para a formação/manipulação do modelo mental que o enunciatário possui a respeito do objeto do discurso. Em outras palavras, ao mobilizar ideologicamente certos conhecimentos em detrimento de outros na caracterização do objeto do discurso, o enunciador propicia condições

para que o modelo mental do enunciatário sobre esse mesmo objeto seja manipulado.

O contexto histórico que optamos por recortar para proceder à seleção do *corpus* para análise discursiva refere-se ao período no qual esteve em evidência na mídia jornalística um dos maiores escândalos políticos da história brasileira recente, o mensalão. Ainda que desdobramentos jurídicos originados em ações na Justiça se desenrolem até os dias atuais, decidimos restringir a coleta ao intervalo entre junho de 2005, momento em que é feita a primeira denúncia à imprensa, e agosto de 2007, mês no qual o Supremo Tribunal de Justiça acata as denúncias contra os parlamentares acusados de se beneficiarem do esquema fraudulento, tornando-os réus do processo. Assim o fizemos, por considerarmos que esse foi o período no qual a imprensa focou de maneira mais vigorosa sua atenção ao caso e cujo contexto certamente influenciou na produção de textos opinativos referentes às pessoas ou aos grupos ideológicos direta ou indiretamente ligados ao escândalo. Em outras palavras, cremos que o mensalão e a imagem negativa deste cumpriram papel importante na formulação de modelos mentais específicos sobre certos atores sociais, mesmo em discursos que não tratem necessariamente do tema mensalão.

O mensalão, segundo Roberto Jefferson, ex-deputado federal e autor da palavra que batizou o escândalo, em entrevista ao jornal *Folha de São Paulo*<sup>4</sup>, em 2005, seria um esquema de pagamento mensal de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) a parlamentares aliados à base governista, para que votassem favoravelmente os projetos de autoria do Poder Executivo. De acordo com Jefferson, o responsável pelo pagamento das propinas era o então tesoureiro do Partido dos Trabalhadores

---

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u69465.shtml>. Acesso em: 14 de julho de 2009.

(PT), Delúbio Soares, que repassava aos parlamentares o dinheiro que, segundo Jefferson, teria vindo de empresas estatais e privadas. O ex-deputado afirmou, ainda, que pessoas ajudavam Delúbio Soares, na distribuição e pagamento, a quem Jefferson chamou de "operadores", como o publicitário Marcos Valério Fernandes de Souza e o líder do Partido Progressista (PP) na Câmara dos Deputados, José Janene.

De acordo com Jefferson, a prática ilegal se manteve até o começo daquele ano (2005), quando, então, o Presidente Lula tomou conhecimento do caso, por meio do próprio ex-deputado. Tal fato foi negado de maneira veemente pelo Presidente em pronunciamento realizado em cadeia nacional de rádio e televisão, em setembro de 2005. Convocado a prestar esclarecimentos no Conselho de Ética da Câmara dos Deputados – órgão de caráter disciplinar, encarregado de zelar pela observância dos preceitos de ética e decoro parlamentar na Câmara, e cuja competência é a instauração e instrução de processos disciplinares referentes a denúncias de atos incompatíveis com o decoro parlamentar – Jefferson poupou o Presidente Lula de envolvimento no escândalo, mas afirmou a participação de membros importantes do PT no suposto esquema: entre eles, o então ministro-chefe da Casa Civil, José Dirceu, o Presidente do partido à época, José Genoíno; o secretário-geral do PT, Sílvio Pereira; e o secretário de Comunicação do partido, Marcelo Sereno, além do já citado Delúbio Soares, tesoureiro do partido.

Em um evento de tal magnitude e repercussão, era de se esperar foco e atenção total da mídia, e não foi diferente. Artigos, reportagens, entrevistas, crônicas, editoriais em revistas e jornais de todo o Brasil relatavam, explicavam e esmiuçavam o suposto *modus operandi* do esquema, apontavam atores importantes

no processo, emitiam sua versão, seu ponto de vista sobre o que estava acontecendo, defendendo posições favoráveis e contrárias ao governo. Para nós, o discurso midiático produzido em função desse escândalo constituía-se excelente oportunidade para estudarmos o processo argumentativo no discurso da mídia jornalística escrita. Decidimo-nos, então, a partir desse recorte histórico, focar nossa atenção especificamente no discurso de Diogo Mainardi pelo fato de ele escrever, como já o dissemos, para o maior semanário brasileiro em termos de circulação e vendagem. Consideramos, assim, a produção discursiva de Mainardi relevante e representativa o bastante para ser merecedora de um estudo analítico.

O *corpus* selecionado compõe-se de três crônicas opinativas escritas por Mainardi na Revista Veja, nas datas indicadas: Ginecomastia, sanfoneiros, pobres (edição n. 1970, de 23/08/2006); Os bandidos e a CPMF (edição n. 1992, de 24/01/2007); Teodoro e Teodorino (edição n. 1961, de 21/06/2006).

Nossa opção por essas três crônicas, em particular, justifica-se porque nelas há menção direta ao Presidente Lula e a membros do PT, e é nosso interesse estudar especificamente esses atores sociais, em virtude de sua importância para o cenário político nacional. Acreditamos que as estratégias argumentativas empregadas na construção de seus modelos mentais em um discurso de alcance bastante abrangente – como é o caso de Mainardi e a Revista Veja – cumprem um papel importante na disseminação de ideologias, visões de mundo que poderão motivar práticas sociais e atitudes específicas direcionadas não apenas aos atores sociais citados, mas também a todos os grupos sociais que compartilham de suas ideologias.

Em suma, este trabalho tem por objetivo central buscar, no discurso de Diogo Mainardi, regularidades que nos permitam reconhecer a construção de um modelo mental específico e preferencial de representação do Presidente da República, Luís Inácio Lula da Silva, e de membros do Partido dos Trabalhadores (PT). Além disso, é nosso objetivo verificar se a adoção de modelos mentais preferenciais constitui, *per se*, uma estratégia argumentativa para a transmissão de valores ideológicos particulares de um grupo social em detrimento de outro(s) grupo(s).

No tocante à estrutura desta Dissertação, no Capítulo I – A influência da cognição no discurso, apresentaremos o sociocognitivismo de van Dijk, assim como conceitos que consideramos importantes ao tema: ideologia, papel da memória e modelos mentais.

No Capítulo II, centramo-nos nas principais ideias que movem a Análise Crítica do Discurso, discutimos a questão do poder no âmbito midiático e estudamos o viés ideológico proposto por van Dijk para a análise de um discurso, apoiados principalmente no conceito do Quadrado Ideológico.

Já no Capítulo III, nossa preocupação volta-se para um breve estudo de gênero do discurso, com especial ênfase para a crônica opinativa. Além disso, apresentamos uma concisa retrospectiva sobre o surgimento e a consolidação da mídia de suporte “revista”. Por fim, procedemos a uma análise sobre os números relativos à produção e consumo da Revista Veja e apresentamos uma pequena biografia de Diogo Mainardi.

Finalmente, no Capítulo IV, procedemos à análise do *corpus*, aplicando a teoria estudada na análise dos textos, para podermos discutir as regularidades encontradas e concluirmos o trabalho em relação aos objetivos propostos.

## CAPÍTULO I

### A INFLUÊNCIA DA COGNIÇÃO NO DISCURSO

#### 1.1 Modelo sociocognitivo: ponto de partida para entender o discurso

Os analistas críticos do discurso são unânimes ao considerar a produção discursiva como uma prática social (Fairclough, 1989; Jäger, 2001; Wodak, 2001; van Dijk, 2008). Para eles, toda ação do homem em seu meio advém de um discurso anteriormente manifestado, que é assimilado por esse indivíduo levando-se em conta aspectos ideológicos e contextuais e que acaba por produzir uma ação, ou prática. Também é bastante disseminado entre os analistas críticos o conceito de que o discurso necessita de alguma estrutura que faça a mediação entre ele e a ação que suscita.

Assim, discutir e teorizar a maneira como se dá a relação entre estruturas discursivas e estruturas sociais (como gênero, etnia ou classe social, por exemplo) passou a ser um dos pontos das agendas de pesquisa de muitos analistas, entre os quais van Dijk (2001), para quem a ponte que torna possível a ligação entre discurso e sociedade/prática social é representada pela cognição. Esta pode ser entendida como o conjunto de conhecimentos, valores, crenças, ideias e princípios que um indivíduo adquire no decorrer de sua vida e que é a base para sua interpretação de mundo.

Esse estudioso (1993; 2008), entretanto, opta por não estender sua pesquisa para o aspecto individual, preferindo focar-se no coletivo, já que ele estabelece que o discurso, visto como uma atividade social, necessita de ser estudado como um

fenômeno de grupo, uma vez que todo indivíduo se filia a um grupo social específico (ou grupos) que lhe seja ideologicamente afim, quer dizer, que partilhe de suas atitudes e crenças em relação ao objeto do discurso.

Esse modelo sociocognitivo presume que o enunciador, em primeiro lugar, é um ator social que possui uma gama de conhecimentos classificada em dois segmentos que se complementam: a) um saber compartilhado de base, composto por valores amplamente aceitos em seu meio social (o conceito de que todo homem tem direito à liberdade, por exemplo, é um valor consolidado e amplamente reconhecido na sociedade moderna, independentemente de posicionamento ideológico), mas que serão interpretados à luz da visão de mundo que aquele ator social (ou o grupo a que pertence) possui; e b) um saber adquirido a partir de experiências de vida prévias que criarão modelos de situação os quais tal indivíduo utilizará para interpretar os acontecimentos que presencia e os discursos que absorve.

Ao aliar o conjunto de experiências individuais e o que socialmente partilha com as outras pessoas, o indivíduo busca fazer parte de grupos específicos, cujas posições ideológicas coincidam com as suas, visões de mundo que se aplicarão às mais variadas rotinas da vida cotidiana, como a orientação política, a opinião sobre a eutanásia, o aborto, a traição, o machismo etc. A partir desse momento, em que o indivíduo se identifica e faz parte efetivamente de um grupo, ele então passará a refletir em seus discursos os mesmos pontos de vista gerais compartilhados pelos demais participantes de seu grupo social, o que van Dijk (2008) denomina atitude ideológica, a qual, por fim, se converterá em prática social.

Avançando na cadeia de elos que formam o processo cognitivo, temos como instância final as ideologias, o ponto final do caminho que se inicia na primeira experiência sensorial do enunciatário e se encerra na atitude cristalizada, ou seja, na prática social propriamente dita, na ação. São as ideologias as responsáveis por dar sentido ao discurso, fazer dele um instrumento de transformação da sociedade e permitir que crenças e instituições sejam permanentemente notadas, questionadas, discutidas e revistas.

## **1.2 Ideologia como fundamento do processo argumentativo**

A teoria na qual nos embasamos para a condução de nossos estudos apoia-se no conceito de multidisciplinaridade proposta por Teun van Dijk (1993b). Trata-se de uma articulação que relaciona, de maneira triangular, três conceitos distintos: sociedade, discurso e cognição social, em um contexto de análise do discurso, todos eles permeados e conectados pela ação das ideologias. Acreditamos, como o autor, que o estudo do componente ideológico no discurso mereça espaço e atenção pelo fato de que, nas mais distintas sociedades, é por meio, principalmente, de enunciados elaborados por atores sociais pertencentes a certos grupos particulares, que conjuntos de valores culturais são questionados, transmitidos e difundidos, resultando daí a necessidade de se tentar conhecer com mais detalhes a maneira como esse processo acontece.

Nesse sentido, ideologias são definidas, segundo van Dijk (1997:145), como

modelos conceituais básicos de cognições sociais, partilhados por membros de grupos sociais, constituídos por seleções relevantes de valores socioculturais e organizados segundo um esquema ideológico representativo da autodefinição de um grupo.

As ideologias, então, além de cumprirem sua função social de defender os interesses dos grupos, possuem também a tarefa de, cognitivamente, organizar as representações sociais do grupo, orientando, desta forma e de maneira indireta, as práticas sociais desse grupo e, por consequência, sua produção discursiva.

Pensar ideologias a partir desse viés é apenas uma entre várias outras concepções sobre seu significado e suas implicações nas relações humanas, desenvolvidas nos últimos duzentos anos. Originalmente, o termo ideologia foi cunhado em 1801, pelo filósofo francês Antoine-Louis-Claude Destutt de Tracy, na obra de quatro volumes *Eléments D'Idéologie*, em que ele a definia como uma ciência das ideias, responsável por estudar a maneira como pensamos, falamos ou argumentamos a partir da observação do homem em seu meio ambiente (van Dijk, 2003). Poucos anos depois dessa publicação, porém, o termo adquiriu uma conotação pejorativa, a ponto de o ensino da disciplina Ciência Moral e Política (que incluía o estudo sobre ideologia) ser proibido no *Institut de France*, por Napoleão Bonaparte, que pragmaticamente preferia a força dos canhões à das palavras, tendo acusado Destutt de Tracy e outros professores de pregarem oposição ao seu governo.

Foi com Marx e Engels (2002[1933]), porém, que a ideologia e seu estudo ganharam popularidade. Para os dois filósofos alemães, ela era mera expressão de uma "falsa consciência", ou seja, crenças que são populares, tidas como verdadeiras, mas que, na verdade, são inculcadas por uma classe dominante cujo objetivo é manter seu *status quo* de dominação social e desestimular o questionamento da situação socioeconômica real por parte da camada mais pobre da população. Ao polarizar, de certa maneira, os interesses da sociedade em

dominantes e dominados, a definição marxista de ideologia acabou por sedimentar ainda mais a aura negativa que já envolvia o termo, que passou a ser visto como sinônimo de crenças falsas, equivocadas ou enganosas, ideia que foi bastante explorada por van Dijk (1993b) em sua produção acadêmica: a polarização entre Nós e Eles.

Os estudos de Marx e Engels sobre o tema foram muito importantes para o entendimento do conceito de ideologia e para, de certa maneira, libertá-la do caráter negativo que acompanhava esse termo desde os tempos napoleônicos, porém, sua concepção básica permaneceu mais ligada à ideia de controle dos modos de produção por parte da classe dominante, a partir do controle que ela exercia sobre o proletariado. Tratava-se, em suma, de uma visão que privilegiava mais o aspecto econômico da sociedade em detrimento de outros elementos sociais também importantes, como o cultural. Além disso, procurava esboçar um retrato polarizado de confrontação social, em que a luta ideológica estabelece-se a partir dos moldes do dominador *versus* dominado. Van Dijk, entretanto, distancia-se dessa vertente teórica e se aproxima muito mais do pensamento do filósofo italiano Antonio Gramsci. É à teoria gramsciana que van Dijk devota grande parte das raízes de sua própria concepção sobre ideologia.

Gramsci (2002) concebe a ideologia não a partir de uma noção de "falsa consciência" como agente deformador da realidade aparente percebida pela classe trabalhadora, conceito que, de certa maneira, atribuiria à ideologia um papel de logro, engano ou de negatividade, mas concebe a ideologia como algo que transcende a luta de classes e se estabelece como qualquer conjunto de ideias e conceitos de um grupo de indivíduos. Ao pensar desta maneira, Gramsci advoga a

possibilidade de existência de múltiplas ideologias dentro de uma mesma sociedade, em constante interação e sob relações de dominação cruzadas entre si. O filósofo italiano atribui à noção de ideologia um caráter de neutralidade, ou seja, não há uma ideologia necessariamente boa ou ruim. Ao contrário, serão as relações de poder social entre grupos (e seus interesses) que definirão ideologias como verdades absolutas, e possivelmente preconceituosas (van Dijk, 1997), de acordo com os interesses particulares de cada grupo.

Mesmo que a legitimação de um domínio seja uma justificativa plausível para o uso e a existência das ideologias, reduzi-las somente a esse conceito é subestimar seu potencial, de acordo com van Dijk (1993b). Como o dissemos, ao tratar as ideologias como um fenômeno social entre grupos, podemos delas retirar o viés negativo observado em determinadas abordagens teóricas e passar a estudar sua atuação também em sistemas de crenças "positivas", como o discurso ecológico, desarmamentista, entre outros.

Uma das práticas sociais mais importantes e condicionadas pelas ideologias é o uso da linguagem e do discurso (van Dijk, 2003) – atividades que, em maior ou menor grau, apresentam algum tipo de viés ideológico. Entretanto, é importante sublinharmos que o condicionamento de um discurso pelas ideologias constitui-se somente de uma possibilidade, e não de uma consequência lógica ou obrigatória. Assim, é possível que as ideologias influenciem, orientem ou controlem o discurso e a prática social advinda deste, mas elas não provocam nem determinam a produção e a compreensão discursivas, uma vez que elas não são os únicos sistemas mentais que atuam nesse sentido.

Uma das formas mais gerais pelas quais adquirimos vieses ideológicos dá-se a partir do contato que temos com outros membros de grupos sociais aos quais pertencemos, começando por nossos próprios pais e colegas. Também são fontes de disseminação de ideologias a programação da TV e do rádio, livros escolares (escolhidos mediante uma política de aprendizado definida, ou seja, ideológica em certa extensão), revistas, vizinhos etc. A quantidade de fontes para aquisição e ampliação de ideologias é possivelmente inesgotável, sendo justamente essa pujança a principal razão para que se estudem as ideologias e a maneira como elas se reproduzem na sociedade.

A fim de compreender os efeitos das ideologias no discurso e as práticas sociais advindas de ambos, van Dijk (2003) considera importante agregar a função cognitiva, formando, assim, um triângulo que embasará toda a sua teoria: discurso, sociedade e cognição. Desta maneira, tudo o que se relacionar ao texto, à interação verbal ou ao uso da linguagem num ato comunicativo será tratado como discurso. Já as características mentais das ideologias, como ideias e crenças, e suas relações com as opiniões que formam o conhecimento social de que advêm, estarão sob a denominação cognição. Por fim, aspectos socio-históricos, culturais e políticos das ideologias, assim como seu papel reprodutor de dominação ou dissidência desse domínio, serão estudados sob o conceito de sociedade.

Para o estudioso holandês, é necessário que compreendamos não apenas o discurso como manifestação linguística que enseja práticas sociais, mas também a maneira como isso acontece, papel cumprido pelo estudo da cognição, ou seja, o aspecto mental envolvido na interação entre os membros de um grupo e que redundará no compartilhamento de crenças e opiniões gerais. Apesar de estarem

dissecadas em três partes, elas não se dissociam no fazer discursivo; estão todas juntas e atuantes de maneira simultânea.

A cognição social é definida como um sistema de representações mentais e processos de determinado grupo de pessoas (Fisk e Taylor, 1991). Tal sistema pode ser dividido em duas partes: 1) a primeira é composta pelo conhecimento cultural compartilhado não só pelos membros desse grupo, mas também por todos os outros indivíduos pertencentes àquela cultura, independente de grupos e vieses ideológicos; 2) a outra parte contém posturas avaliativas (opiniões, por exemplo) organizadas e colocadas em prática por meio de atitudes sociais concretas.

Com base nesse conceito, as ideologias são sistemas avaliativos que atuam no sentido de formular juízos de valor acerca do que é certo ou errado em relação a determinados constituintes basilares socioculturais como Igualdade, Justiça, Verdade, Eficiência etc. (van Dijk, 1997). Supõe-se, a partir de tal conceito, que determinado grupo social faça uma seleção desses valores universais e os organize de forma hierárquica, de acordo com o grau de importância atribuído em função da posição social ocupada pelo grupo e dos objetivos que se pretendem alcançar. Por exemplo, o valor Preservação da Vida é universal a todos os indivíduos de uma cultura, mas pode ser valorado muito mais intensamente por determinados grupos ou segmentos sociais, como ecologistas do *Greenpeace*, ativistas contra o aborto ou defensores dos direitos humanos, a ponto de influenciar ou orientar seus discursos e práticas sociais.

Observamos que o indivíduo de um grupo de direita política avalia outros atores sociais por meio de uma relação de conflito ou confluência de valores

baseados em seus sistemas mentais, algo parecido com "está conosco ou contra nós", polarizando as relações entre um "nós" positivo e um "eles" negativo. É o conceito denominado quadrado ideológico por van Dijk (2003), sobre o qual voltaremos a discutir adiante.

As ideologias de grupos e as relações entre eles são construídas por meio de uma seleção de valores sociais relevantes, em detrimento de outros. Assim, feministas considerariam importantes valores como igualdade ou autonomia, ao passo que racistas, conceitos como superioridade e, por consequência, desigualdade (van Dijk, 2003). A função social das ideologias é, em resumo, permitir que membros de um grupo se reconheçam, permitam a entrada de novos membros, protejam os interesses e a integridade daqueles que dele fazem parte, além de coordenar suas ações sociais e objetivos.

Apesar de as ideologias dependerem fundamentalmente de um conjunto de experiências particulares em cada grupo, elas sofrem a influência de um conjunto maior e mais amplo de conhecimentos compartilhados por todos os indivíduos que vivem em determinada cultura. Trata-se de um enorme corpo de saber coletivo – o senso comum –, que permite a todos os integrantes de uma sociedade interagirem de maneira básica; um saber que é inquestionável, independentemente do pertencimento a esta ou aquela ideologia, e que vai servir de alicerce para o surgimento das ideologias propriamente ditas.

O senso comum é constituído por crenças pressupostas na interação cotidiana e que não precisam ser propagadas ideologicamente, pois sua existência é classificada como óbvia e verdadeira, assim como o dever de que todas as pessoas

daquela sociedade em particular têm de conhecê-las. Atos como pedir licença para tomar a palavra em uma palestra, levantar o dedo polegar como demonstração de algo positivo ou parar o automóvel no sinal vermelho são exemplos de senso comum, pois terão o mesmo significado para qualquer indivíduo de certa cultura, seja qual for o grupo social a que pertença.

Os conceitos de senso comum e ideologia, como vimos, são distintos, mas sua convivência é muito estreita. De fato, as ideologias de grupo podem atuar no conhecimento geral, por mais contraditório que isso possa parecer, já que, pretensamente, o senso comum seria isento de ideologia. A razão para isso é que as crenças adotadas por um grupo e que fomentam sua atitude ideológica são, para os membros desse grupo, verdades universais absolutas, jamais sendo consideradas meras "crenças", mas conhecimento científico em si (van Dijk, 2003).

Um exemplo bastante prático nesse sentido é contemplar a transformação do papel da mulher na sociedade. Até meados dos anos 1960, aproximadamente, ela estava restrita ao lar, à criação dos filhos, ao bordado e à espera do marido chegar em casa vindo do trabalho. Tratava-se de um senso comum indisputável, era um conhecimento assentado desde há muito tempo. A partir da década de 1970, entretanto, com o aparecimento da ideologia feminista e, com ela, crenças que desafiavam o senso comum em voga na época, criaram-se, de maneira paulatina, novos paradigmas sobre o papel da mulher na sociedade, e o que antes era apenas senso comum para um grupo específico (suas crenças ideológicas) passou a fazer parte do cotidiano de outros grupos, de tal modo que as mulheres não foram mais reprimidas por toda a sociedade. O senso comum passou a ser outro e relegou aquele antigo à categoria de estereótipo.

É justamente essa permeabilidade entre ideologias e senso comum que deve nos orientar, para que não se considere qualquer conhecimento ou crença como sendo "de índole ideológica" (van Dijk, 2003: 30); se este fosse o caso, a noção de ideologia revelar-se-ia inútil. O senso comum sempre será constituído de conhecimentos indisputáveis, ao passo que as crenças ideológicas se prestarão ao conflito, à defesa de pontos de vista, ao confronto entre o que Nós pensamos ser o correto *versus* o que Eles afirmam ser a verdade. Reside precisamente nessa ditocomia a diferença necessária entre ambos os conceitos, e ela existirá sempre.

Precisa-se levar em conta, porém, que a sociedade é dinâmica, evolui, adquire informações que podem atuar como agentes transformadores de um conhecimento que se tem como indiscutível e que servirá de base para o senso comum. Em outras palavras, o que é senso comum hoje poderá não passar de crença ideológica de alguns poucos grupos amanhã. A questão, todavia, é que isso se dá não por uma espécie de contaminação geral do conhecimento pelo viés ideológico que acabaria por inviabilizar a oposição senso comum / ideologias (e a própria definição de ideologia), mas, sim, pela dinamicidade própria do ser humano e suas ideias contextualizadas em um período circunscrito da história.

Em contraposição ao senso comum, cujas crenças não se discutem e são consideradas pressupostas à interação entre indivíduos, há determinados conjuntos de conhecimentos que podem oferecer mais de um ponto de vista e não necessariamente ser pressupostos de maneira inquestionável ou mesmo tido como verdadeiros pela sociedade como um todo; ao contrário, serão indiscutíveis apenas dentro dos grupos sociais que os adota. Essas crenças em particular, van Dijk (2003) define como atitudes e estas vão representar diretamente o discurso

ideológico por excelência. É por meio das atitudes típicas, via discurso, que identificaremos as ideologias de grupo, como neonazistas, por exemplo. Para esses grupos, o ódio racial e a intolerância são crenças dadas e pressupostas dentro daquele grupo, não precisam ser reafirmadas por uma reunião de membros ou um discurso proferido e são inquestionáveis. A partir desse entendimento a respeito da superioridade de uma raça sobre outras, surgirão as atitudes racistas, colocadas em prática no discurso e disseminadas para o resto da sociedade.

Além da função social, de organizar, monitorar e controlar atitudes de grupo específicas, as ideologias possuem uma função cognitiva, que é a aquisição e a instrumentalização de determinado conhecimento que sirva aos propósitos do grupo. Em outras palavras, as ideologias, por meio do acesso a esta ou aquela informação, interferem na maneira pela qual os indivíduos veem e classificam o mundo a sua volta. Entretanto, para se sobressair em relação a outras ideologias, um determinado sistema de crenças não necessita apenas de argumentos convincentes e robustos que persuadam os indivíduos a adotá-lo; a maneira como essas ideias são transmitidas precisa ser eficiente também, de maneira a perdurarem nos indivíduos a que se destinam o tempo suficiente para que comecem a ser reproduzidas por esses novos adeptos. Passa a ser importante não apenas o estudo das ideologias em si, mas a maneira como elas são cognitivamente recebidas pelos indivíduos e armazenadas na memória. Assim, é de fundamental importância que conheçamos o papel desempenhado pela memória na reprodução ideológica.

### 1.3 O papel da memória na reprodução da ideologia

Uma abordagem sociocognitiva do discurso estaria incompleta se apenas nos detivéssemos no processo de análise de escolha lexical e de estratégias argumentativas que visassem à adesão do interlocutor. Assim, antes mesmo de atingirmos essa etapa, consideramos importante entender de que maneira o cérebro humano apreende as informações e, principalmente, quais delas serão efetivamente armazenadas por um período maior ou menor de tempo, dados que direcionarão a escolha da estratégia argumentativa mais adequada para um discurso a partir de um determinado contexto. Acreditamos que a compreensão sobre os mecanismos básicos de memorização que regulam e selecionam os dados que guardamos e descartamos, num mundo com informação em quantidade cada vez mais abundante, é fundamental para que o discurso produza seu efeito desejado, qual seja, a adesão a sua ideologia circunscrita.

Segundo Dividino e Faigle (2004), todas as informações com as quais um indivíduo lida no mundo a sua volta no decorrer da vida é processado na memória. Capaz de realizar uma grande variedade de operações, trata-se de um complexo mecanismo cerebral composto por um conjunto de procedimentos que permitem manipular e compreender tudo o que nos cerca, levando em conta o contexto situacional e as experiências individuais, como a identificação e classificação de cheiros, sinais, sons e sensações

Esses procedimentos estão englobados em três ações principais da memória: codificação, retenção e recuperação. De maneira geral, apesar da imensa capacidade de armazenamento, nosso processo de memorização opera sob

diferentes níveis de prioridade, ou seja, adota critérios de relevância para priorizar que esta e não aquela informação se perca. Em outras palavras, quanto mais importante for considerado determinado dado, mais tempo ele permanecerá ou será retido.

A memória subdivide-se em três seções: 1) sensorial, 2) de curto prazo e 3) de longo prazo. A memória sensorial funciona como porta de entrada das informações em nosso cérebro, encarregando-se de, por meio da percepção da realidade, reter por um período de tempo muito curto, estimado entre 1 e 5 décimos de segundo (Dividino e Faigle, 2004), as sensações em estado bruto captadas por nossos órgãos de sentido, processando-as e catalogando-as. A informação catalogada sensorialmente, agora processada e reconhecida, é operacionalizada pela segunda seção, a memória de curto prazo (MCP), local em que as informações são avaliadas, segundo alguma forma de análise contextual e de relevância, e a seguir utilizadas prontamente, descartadas ou mais bem organizadas com vistas a serem mantidas.

No tocante ao discurso escrito, por exemplo, uma das funções da MCP é fazer-nos "compreender" o que lemos no que se refere a significados de palavras, orações, sentenças, enunciados etc. (van Dijk, 2008). Uma das características mais marcantes da MCP é sua capacidade reduzida de armazenamento, seu papel de entreposto temporário. Finalmente, a informação, tendo passado pelo crivo da relevância, é encaminhada, então, à memória de longo prazo (MLP), local com enorme capacidade de armazenamento e que guardará as informações por tempo indefinido.

Uma propriedade importante da MCP é o tempo exíguo pelo qual retém os dados que chegam até ela: se a informação recebida pela memória sensorial não for classificada na MCP como necessária, segundo critérios de relevância e contexto – o que a encaminharia, finalmente, à MLP –, ou se esta mesma informação já existir previamente na MLP, ela será descartada de maneira definitiva entre 15 e 30 segundos depois de ter sido enviada pela memória sensorial, perdendo-se e abrindo espaço para o recebimento de novos dados. Aliás, Dividino e Faigle (2004) destacam a existência de um processo de fluxo contínuo de recebimento de informações, julgamento de sua pertinência e posterior armazenamento ou descarte.

Segundo as autoras, o conhecimento ou a experiência prévios em relação à informação a ser armazenada terá um papel importante na passagem desse dado pela MCP em direção à MLP, fator que poderíamos considerar relevante na questão de estratégia discursiva. Acreditamos que o ato de armazenar algum dado na MLP implique aceitação, validação e crença na veracidade dessa informação e concebemos que a decisão de se memorizar algo se dê por duas razões mutuamente exclusivas:

- 1) o conhecimento prévio do indivíduo confrontou o dado novo com tudo aquilo que ele já sabia sobre esse dado, logo, a informação recém-adquirida é tratada como um acréscimo ao que já se sabia sobre o tópico em questão. Devido ao fato de ambas as memórias – MCP e MLP – trabalharem de maneira simultânea e interdependente, um conhecimento prévio acerca da informação nova facilita a recuperação de dados relacionadas a esse tópico, permitindo, por sua vez, uma interpretação mais ampla. Desta maneira, quanto maior o conhecimento que se

possui sobre um assunto, mais facilmente codificada e armazenada será uma nova informação a seu respeito.

2) não havia conhecimento prévio na MLP que pudesse atuar como mecanismo de comparação e avaliação da nova informação e classificá-la como já existente, verdadeira, (ir)relevante, descartável ou não. Diante de tal cenário, o indivíduo pode optar por armazenar esse dado novo e desconhecido – chancelando-o, portanto, como verdadeiro – simplesmente por concluir que não dispõe ainda de uma base informacional adequada sobre esse tópico.

Pensarmos em ambas as razões que podem encaminhar um indivíduo a armazenar certo dado na memória nos leva a supor a importante ligação que existe entre memorização e discurso, principalmente no que tange à estratégia discursiva, notadamente a manipulação da MCP.

Esse processo se torna possível porque a mente humana, no tocante aos dados memorizados, tende a encurtar o processamento de informações, dando atenção maior a certos detalhes contextuais em detrimento de outros, na tentativa de formular um modelo completo da situação discursiva e não se perder em detalhes que, num primeiro momento, seriam irrelevantes. Assim, por exemplo, *slogans* de propaganda, títulos, manchetes, bem como técnicas gráficas, como a inserção de fotos, desenhos ou diagramações, poderão chamar a atenção do enunciatário e, com isso, ocasionar que mais recursos de tempo de leitura e memória sejam utilizados para as estruturas citadas, resultando que sejam mais fácil e frequentemente memorizados e (re)lembrados. Aproveitando-se do fato de que tais estruturas têm grande poder de atrair a atenção do enunciatário, mobilizando sua

memória, uma seleção lexical cuidadosa converte-se em importante agente estratégico de manipulação do discurso.

### **1.3.1. Memória e manipulação**

Van Dijk (2008) afirma que uma característica importante do uso da memória com fins manipulativos é o fato de que, ao chamar a atenção para uma determinada informação e não para outra, o resultado da compreensão pode ser parcial ou tendencioso por parte do enunciatário. Um político acuado diante de uma denúncia de corrupção pode, por exemplo, fugir das acusações evocando dados positivos a seu respeito, lembrando os enunciatários sobre atos positivos que tenham realizado (ser o autor de determinada lei, ter construído hospitais etc.), buscando, com isso, reavivar na memória dos interlocutores dados referenciais que, a despeito de não terem nenhuma ligação concreta com o momento histórico específico da denúncia, ao serem lembrados e reprocessados pelos enunciatários, possam servir de contraponto aos dados novos e negativos.

Ao empregar tal estratégia, o enunciador busca evitar que esses dados novos sejam transferidos da MCP e alocados na MLP, uma operação que certamente contribuiria para a formação de uma imagem negativa a seu respeito por parte dos enunciatários, potenciais e possíveis eleitores.

Além da utilização das macroestruturas, a própria seleção lexical constitui importante arma estratégica. Fazer uso, em um discurso, de uma seleção lexical que esteja distante do universo linguístico conhecido e esperado pelos enunciatários certamente prejudicaria o entendimento parcial do discurso em questão, quando não global, das informações contidas ali. Ao não reconhecer ou entender certos

vocábulos, expressões ou estruturas semânticas, o enunciatário não consegue relacionar aqueles dados com informações previamente memorizadas e que poderiam ajudá-lo a ter uma compreensão discursiva mais ampla, afastando dele a possibilidade de julgar a pertinência dessa nova informação. Sem algum parâmetro que o ajude nessa mensuração, não são pequenas as chances de o interlocutor acabar incorporando esses novos dados para referenciar ou caracterizar o objeto do discurso em questão.

Ainda segundo Dividino e Fagle (2004), a repetição é uma estratégia bastante importante para a fixação de informações na memória. Por um lado, repetir é uma ação útil para se evitar que os dados sejam descartados já na MCP, por outro, ajuda que eles sejam alocados de maneira mais perene na MLP. Além da repetição, as autoras enfatizam que o fato de a informação possuir algum grau de vínculo afetivo com o enunciatário também vai ajudar de maneira decisiva na retenção desse dado.

O fluxo de entrada e saída de informações no cérebro via memória é constante. Uma vez que os órgãos sensoriais apreendem dados do ambiente a todo momento, torna-se essencial que eles se façam relevantes o suficiente para não serem descartados pouquíssimo tempo depois da sua entrada na fila de processamento da MCP. Levando isso em conta, o enunciador necessita empregar uma estratégia argumentativa eficiente na construção de seu discurso, principalmente no que diz respeito a quais informações ele mobilizará ou deixará convenientemente de fora, sempre com o objetivo de tentar conduzir o mais possível o processamento mnemônico dos enunciatários em direção ao seu próprio posicionamento ideológico.

As informações contidas no discurso precisam se fazer relevantes, tocar o enunciatário, criar com ele uma relação de empatia, fazer com que o enunciatário queira guardar aqueles dados, por considerá-los necessários dali para a frente na tarefa de interpretar o mundo e suas nuances. Somente assim, cremos, esses dados novos conseguirão transpor a barreira da MCP e alocar-se definitivamente no conjunto de conhecimentos da MLP. A partir deste ponto, tais informações serão utilizadas pelo enunciatário como bases interpretativas para discursos futuros, e sua visão de mundo estará influenciada decisivamente.

Isso posto, acreditamos que levar em conta os mecanismos da memória pode-se constituir estratégia importante, já que, a partir daí, será possível influenciar a experiência episódica dos enunciatários, o que, por sua vez, redundará em modelos mentais específicos, ou seja, modelos preferenciais que se encaixem nos princípios ideológicos do enunciador.

#### **1.4 Modelo mental como representação do objeto discursivo**

De acordo com van Dijk (2004), conceitos como coerência e interpretação dificilmente podem ser explicados somente a partir de critérios linguístico/gramaticais ou de estrutura textual. Segundo o linguista, a compreensão do discurso como um todo organizado, coerente e coeso, as relações entre palavras e sentenças, não acontece a partir de um entendimento meramente conceitual, mas com base em condições às quais chama referenciais. Assim, em (1) "Aproveitei que passava em frente a um restaurante e matei minha fome.", o entendimento do que se quer dizer não ocorre apenas pelo uso de um sistema linguístico familiar ao enunciatário, no caso o português, mas também pelo reconhecimento das supostas relações entre os

fatos expressados pela oração. Se o enunciatário não possuir em sua memória dados prévios que permitam a ele relacionar "restaurante" e "fome", é bastante provável que apenas o conhecimento linguístico não seja suficiente para o correto entendimento do que o discurso quis transmitir. Uma prova nesse sentido é a de que, se substituirmos "e matei minha fome" por "e comprei um carro", a frase, apesar de inteligível, deixa de fazer qualquer sentido, já que é quebrada a relação lógica de sentido entre núcleos nominais (restaurante e carro).

Tendo chegado à conclusão de que apenas o sistema linguístico *per se* não basta para a compreensão ativa do discurso, a teoria cognitiva da linguagem introduziu a noção de modelo mental (van Dijk & Kintsch, 1983), assumindo que o enunciatário, ao lidar com o discurso, não apenas o representa mentalmente quanto ao aspecto linguístico, mas também cria um modelo situacional sobre o qual o discurso diz respeito, "imaginando" esse discurso de maneira palpável, dando vida aos elementos que o constituem.

A MLP, como vimos, é responsável pelo armazenamento por tempo indefinido de informações que servirão de base para a interpretação cotidiana de nossa visão de mundo. Trata-se, nesse sentido, de uma memória episódica ou autobiográfica, porque se configura a partir de representações mentais dos episódios cuja origem é a experiência diária. São essas representações episódicas dos acontecimentos de que tomamos parte ou dos quais ouvimos falar, em casa, na rua, na TV, nos jornais e nas revistas, que se denominam modelos mentais. Assim, em outras palavras, o modo como sentimos, entendemos ou interpretamos a realidade se dá justamente pela construção, reconstrução, atualização ou modificação desses modelos mentais; eles representam a maneira como vemos e entendemos os acontecimentos.

Quando o enunciatário entra em contato com um discurso, ele não procede apenas à representação textual do que está contido ali no sentido de decodificar linguisticamente o que tem em mãos, de maneira a reconhecer padrões morfossintáticos presentes em discursos anteriores e que permitem a ele operar com o discurso atual. O enunciatário também procura conceber do que trata o discurso, as coisas, as pessoas, os atos ou eventos a que esse discurso se refere, algo que van Dijk (2004) denomina modelo de situação, a noção cognitiva que se preocupa em dar conta da imaginação que o enunciatário emprega na tarefa de interpretar um discurso.

No momento em que o enunciatário constrói esse tipo de modelo, ele utiliza a informação derivada da decodificação linguística do discurso em si: a linguagem propriamente dita. Ocorre que uma fração importante desse modelo interpretativo pode ser recuperado de modelos já construídos anteriormente, de discursos similares, ou seja, um discurso nunca é suficiente em si mesmo quanto à sua interpretação; ao contrário, frequentemente pode evocar informações que ajudarão o enunciatário na tarefa de compreender um dado discurso da maneira mais completa possível. Assim, retomando o exemplo (1) "Aproveitei que passava em frente a um restaurante e matei minha fome.", para entender, de fato, o que está contido ali, o enunciatário pode recuperar informações com base em experiências prévias sobre "ir a um restaurante", "sentir fome". Tem-se daí que os modelos são parcialmente construídos a partir de uma experiência pessoal prévia, como afirma van Dijk (2004: 161):

"o registro cognitivo episódico de nossas experiências pessoais". Essas experiências, por sua vez, podem ser diretas, quando participamos dos eventos em questão, ou indiretas, quando tomamos conhecimento de determinada situação a partir de discursos prévios.

Assim, por exemplo, quando o enunciatário se depara com uma notícia de jornal sobre alagamentos na cidade de São Paulo, sua compreensão será tanto maior quanto mais detalhados forem os modelos mentais que possuir a respeito do que entende por alagamento, seja por ter lido a respeito em discursos anteriores, cujos dados ficaram armazenados em sua MLP, seja por ter, efetivamente, sofrido as consequências de um alagamento. Raramente, o enunciatário será capaz de recuperar todos os dados exatos de discursos anteriores sobre alagamentos, mas poderá recordá-los em si mesmos, quer dizer, a partir dos modelos que construiu previamente quando esteve em contato com discursos semelhantes àquele com que lida agora.

Apesar de o modelo mental ser uma teoria de relevo na psicologia cognitiva, a maneira como ele atua na memória episódica ainda aguarda por pesquisas mais profundas. Para van Dijk (2003), se os modelos mentais são modelos de acontecimentos, então, provavelmente oferecem uma espécie de esquematização geral e abstrata que utilizamos na interpretação da inumerável quantidade de fatos e situações pelos quais o indivíduo passa durante sua vida diária. Assim, é razoável supor-se que os esquemas dos modelos mentais possuam categorias como cenário (espaço e tempo), participantes da ação (indivíduos e coisas), atos ilocucionários relevantes, além do próprio acontecimento em si, categorias que permitam o processamento rápido e estratégico de toda e qualquer informação relevante, assim como sua interpretação provisória, já que o contexto situacional é o responsável por atualizar constantemente o modelo mental do indivíduo.

Isso posto, um modelo mental será mais facilmente recuperado quanto mais categorias forem lembradas pelo indivíduo, sendo este o motivo de alguém, ao

lembrar-se de uma situação (portanto, recuperar seu modelo mental), esquecer-se de quem participou daquele contexto ou do local em que se deu, mas ter viva na memória a sensação a respeito da situação.

Em relação ao discurso, sua compreensão e produção, observamos que, a despeito da possível existência de categorias que objetivam organizar e hierarquizar o fluxo de informações, criando uma espécie de ritual lógico, o processamento cognitivo, principalmente no tocante à interpretação discursiva, não é, nas palavras de van Dijk (2003: 169) "um conjunto de operações algorítmicas, governadas por regras, mas antes um processo estratégico". Em outras palavras, o enunciatário toma decisões interpretativas orientadas, buscando eficácia e efetividade, procurando, com isso, ganhar tempo de processamento, liberando a memória para processar mais dados e fornecer a ele, enunciatário, mais informações que o ajudem a ter um modelo contextual mais abrangente.

Assim, o enunciatário faz pequenos cortes e tem o poder de prescindir de certas informações que ele considere irrelevantes para chegar a uma interpretação da situação. Isso faz que o processo de recuperação de um modelo mental específico, em vez de global, com todas as suas características retomadas, seja local, quer dizer, faça uso apenas de dados considerados relevantes. Trata-se de um processamento rápido e eficiente quanto ao gerenciamento do fluxo de dados na memória que, entretanto, pode ocasionar erros de interpretação ou mal-entendidos, exigindo, então, uma retomada tanto cognitiva (busca por mais informações relativas ao contexto imediato) quanto interacional (no caso da interação verbal, o pedido para que se explique o que enunciador estava dizendo; na modalidade escrita, a releitura).

Nem sempre o enunciatário terá um modelo mental pronto sobre determinado discurso. Quando isso ocorre, qualquer informação contextual – o título de uma crônica, uma foto relacionada ao texto, o autor – servirá para que ele processe estrategicamente informações sobre o supertópico (de que trata o discurso, em linhas gerais) ou os referentes. O enunciatário realizará tal tarefa a partir da recuperação parcial de modelos antigos que serão recontextualizados e utilizados na construção desse novo modelo. Por exemplo, ao ler a crônica opinativa de um autor ainda desconhecido, de quem ainda não conhece pontos de vista ou maneira de pensar, o enunciatário terá como base primária apenas a estrutura composicional (Bakhtin, 1979[1953]) de uma crônica desse tipo, ou seja, um texto dissertativo em que o autor oferece sua visão pessoal sobre algum tema cotidiano. O enunciatário não espera encontrar ali uma receita de bolo ou a previsão do tempo. Além disso, como mencionamos, o título da crônica ou o nome da seção em que tal produção discursiva se encontra também servirão como dados iniciais para que o enunciatário tenha um modelo mental primário.

À medida que avança na leitura, um sistema de controle monitora o fluxo de dados entre a MCP e a MLP. Como a MCP tem capacidade limitada, as informações interpretadas são enviadas de maneira contínua à MLP, construindo, gradativamente, uma espécie de representação textual (van Dijk, 2003). Assim, observamos que a compreensão discursiva apresenta-se como uma via de mão dupla, ou seja, o modelo mental utiliza os dados providos pelo discurso, ao mesmo tempo em que este é interpretado a partir de categorias do modelo mental.

Conforme indicamos na Introdução deste trabalho, acreditamos que a manipulação do modelo mental que um enunciatário pode construir a partir do

contato com o discurso constitui-se ferramenta argumentativa poderosa e bastante eficiente para a disseminação de ideologias. Uma manchete como "Lula diz que preço não é fator determinante para escolha de caças" (Folha Online, 2010) – em referência ao processo de licitação para compra de aviões militares pelo Exército brasileiro – pode influenciar o modelo mental do enunciatório, levando-o a subentendidos, em relação ao Presidente, de que este não se importaria em procurar a opção mais vantajosa financeiramente para o País. Vincula-se, portanto, uma característica negativa à representação do Presidente.

É interessante observarmos que um enunciado desse tipo possa tornar desnecessária, portanto, a presença de uma referência negativa direta e explícita – como um adjetivo – para que se infira uma representação específica sobre o ator social envolvido.

A criação (e manipulação) de modelos mentais específicos, no entanto, é apenas parte de um processo mais geral e elaborado, que visa, como resultado final, influenciar ideologicamente a atitude de membros da sociedade. Desse modo, pelo discurso, é possível penetrar e fincar raízes na memória coletiva, social. Assim, evocar modelos mentais negativos do Presidente Lula, nas mais diversas situações e contextos, pode acabar por criar nos interlocutores uma atitude negativa destes em relação àquele.

Desta maneira, manipular o discurso cognitivamente significa afetar a constituição ou a alteração de modelos mentais singulares (instanciados), com o objetivo de ter o maior controle possível sobre as representações sociais que os membros de determinado grupo compartilham entre si, já que essas mesmas

representações são as responsáveis, em grande parte, por controlar as ações cotidianas dos indivíduos daquele grupo.

Uma maneira de conectar os modelos mentais ao discurso é avaliar se este traz consigo informações relevantes e necessárias para que o enunciatário reconheça um modelo mental específico que lhe permita uma melhor de determinado discurso, embora seja verdade que modelos mentais possuam muito mais dados do que qualquer discurso poderia fornecer. Se, por exemplo, em dado discurso há a informação: "Morreu o último sobrevivente das bombas de Hiroshima e Nagasaki" (IG, 2010), é quase certo que seja desnecessário informar o que seja uma bomba e/ou que elas matam; o enunciador, simplesmente, pressupõe que o modelo mental do enunciatário a respeito de "bomba" contemple ambos os dados. Uma informação estará implícita no discurso sempre que o enunciador acreditar que ela seja um saber social compartilhado e faça parte do senso comum. Nas palavras de van Dijk (2003: 36): "as representações semânticas que definem o significado de um discurso são apenas uma pequena seleção da informação representada no modelo que é utilizado na composição do discurso".

Observamos, então, quão importante passa a ser a atuação do enunciador, uma vez que ele seleciona as informações que formarão o modelo mental de seu enunciatário. Se, por um lado, muitas informações podem fazer que seu discurso se torne redundante e óbvio, por outro lado, o oferecimento de poucos dados pode tornar impossível que o enunciatário produza um modelo mental mínimo que permita sua compreensão. Longe de significarem que encaminham um texto a se tornar pobre ou descuidado, características como essas podem se constituir em elementos estratégicos importantes no tocante à produção discursiva.

Além das informações veiculadas no discurso, conceitos como conhecimento, atitudes e ideologias, por mais que sejam concepções estanques no tocante à representação social, são passíveis de afetar os modelos mentais relativamente a sua estrutura e ao seu conteúdo. Isso significa, então, que o indivíduo encontra-se plenamente apto a aplicar suas crenças na formação de seus modelos mentais. Isso não quer dizer, todavia, que aqueles conceitos automaticamente influenciam os modelos mentais das pessoas. Por mais que as ideologias cumpram papel importante no cotidiano, os indivíduos calcam seu dia a dia em experiências pessoais que, muitas vezes, contradizem seus conceitos prévios e que, por isso, concorrerão para formar modelos mentais enviesados de determinadas situações.

O estudo sobre os modelos mentais e sua capacidade de influenciar a visão de mundo do enunciatário é importante para que compreendamos de que maneira as ideologias podem ser difundidas via discurso de maneira eficiente. Trata-se de uma estratégia argumentativa básica e importante no sentido de manipular saberes e crenças, com o intuito de adquirir, para si ou para o grupo social do qual se faz parte, um poder que propicie às ideologias desse mesmo grupo serem disseminadas de maneira ainda mais vigorosa e contínua, criando atitudes e práticas sociais que acabem por originar relações assimétricas entre grupos distintos dentro de uma mesma sociedade. Uma das temáticas centrais dos analistas críticos do discurso, aliás, a questão do poder e como ele se relaciona com a produção discursiva será nossa preocupação no capítulo a seguir.

## CAPÍTULO II

### UM OLHAR CRÍTICO SOBRE O DISCURSO

#### 2.1 A ACD e um novo vislumbre sobre o papel da linguagem

A Análise Crítica do Discurso (ACD) tem sua origem em uma filosofia de abordagem da linguagem denominada Linguística Crítica, termo utilizado pela primeira vez por Roger Fowler, em seu livro *Language and Control*, lançado em 1979, em coautoria com outros colegas da *East Anglia University*, em Norwich, Inglaterra. A preocupação central desses estudiosos era teorizar a linguagem como uma prática social. A eles interessava correlacionar as estruturas social e linguística, procurando mostrar que os grupos e as relações sociais influenciavam o comportamento linguístico dos indivíduos, inclusive sua cognição.

Através de suas pesquisas, Fowler e colaboradores abriram caminho para que se questionassem duas propriedades cristalizadas na teoria linguística da época: a) a crença de que o significado pudesse ser separado do estilo ou expressão; b) a validade da separação entre estrutura e o uso linguísticos (Gouveia, 2002). Desta maneira, assumiram a posição de Halliday (1985), para quem a capacidade linguística de produção de significado é um produto da estrutura social, defendendo, então, o princípio de que os significados sociais e suas realizações pessoais necessitam ser inclusos em uma descrição gramatical.

Por meio da união entre linguagem e sociedade, sendo o discurso o mediador entre ambos e ponto de partida para práticas sociais, os linguistas críticos defendem a ideia de que o significado linguístico é inseparável do conceito de ideologia; assim,

a análise linguística torna-se um instrumento de grande valia para se estudarem justamente os processos ideológicos presentes nas relações entre grupos via discurso, notadamente quanto a poder e controle. Torna-se patente o conceito de que a linguagem, ao contrário do que se postulava até então, não existe à margem da sociedade, tal qual um fenômeno independente; ao contrário, faz parte desta e é um dos mecanismos pelos quais a sociedade se autorregula (Gouveia, 2002).

Além do conceito de linguagem como fenômeno social, a Linguística Crítica trouxe outra contribuição importante: a abertura à interdisciplinaridade, tomando para si ideias e conceitos de teorias linguísticas distintas, como modalidade, da gramática sistêmico-funcional; transformação, da gramática gerativa; ato de fala, presente na pragmática.

É com base nessas ideias fundadoras da Linguística Crítica, que surge, em 1991, a ACD. Neste mesmo ano, em Amsterdã, foi realizado um simpósio, que teve como participantes Teun van Dijk, Norman Fairclough, Gunther Kress, Teun van Leuween e Ruth Wodak, reunidos ali com o propósito de discutir teorias e métodos de análise do discurso por meio da confrontação de suas respectivas abordagens teóricas e metodológicas. Considerado o marco institucional inicial da ACD, nesse simpósio também ocorreu o lançamento do primeiro periódico voltado à nova disciplina, *Discourse and Society*<sup>5</sup>, que teve por editor Teun van Dijk, e o planejamento de uma agenda de pesquisas e atividades de divulgação.

A ACD devota muito de sua base teórica e filosófica ao trabalho de pensadores como Habermas (2002) – para quem a linguagem, além de sua óbvia função primária de comunicação, constitui-se, também, em meio de dominação

---

<sup>5</sup> Disponível para acesso no site <http://das.sagepub.com/>

social que sustenta as relações do poder organizado – e a movimentos como aquele conhecido por Escola de Frankfurt, uma designação histórico-institucional para a Teoria Crítica. Desenvolvida por filósofos como o próprio Habermas, além de expoentes como Adorno, Benjamim e Horkheimer, na década de 1920, a Escola de Frankfurt estava preocupada em contrapor uma teoria crítica à vigente teoria tradicional. Classificando esta última como predominantemente neutra e distante do real – apenas um simulacro de uma realidade perfeita e inalcançável –, acreditavam que apenas uma teoria que analisasse e levasse em conta as condições sociopolíticas e econômicas dentro de um contexto social definido pudesse ser válida e contribuir, de fato, para a transformação da realidade.

A esse respeito, Max Horkheimer (1972) afirma que o cientista crítico tem como objetivo alertar o meio social, a partir de suas análises, sobre o que subjaz ao discurso e que, frequentemente, não é notado. Para Fairclough (1995), a postura crítica deseja desvelar interconexões e elos de causa e efeito que podem estar distorcidos ou fora de visão, quer dizer, busca essencialmente tornar visível a interconectividade das coisas. Em outras palavras, o analista crítico está preocupado com a resolução efetiva da questão social. Para isso, ele faz observações teóricas de cunho social que procurem resolver a questão e ofereçam a oportunidade para que a relação assimétrica de poder revele-se e neutralize-se, seja pelos agentes oprimidos, seja por aqueles que estão ao seu lado. É pensando nisso que van Dijk (2001) afirma ser a ACD explícita, ao tomar uma determinada posição sociopolítica e defendê-la a todo custo, dentro dos limites da pesquisa científica.

Quanto a essa correlação entre estruturas sociais e linguísticas, Norman Fairclough (2001), um dos fundadores da ACD, propõe que o uso da linguagem seja

observado, de fato, como uma prática social e não apenas uma atividade individual. Considerar o discurso de tal maneira, segundo ele, implica dizer que aquele seja um modo de ação e uma maneira por meio do qual as pessoas possam agir sobre o mundo e, em especial, sobre outros indivíduos, além de ser, claro, um modo de representação da realidade. Além disso, observar o discurso como prática social significa supor uma relação dialética entre essa mesma prática e a estrutura social, sendo esta última uma condição e um efeito da primeira.

Em estudos posteriores, Fairclough (2001) observa que a ACD, por lidar com questões ideológicas e de poder – com vistas à dominação social de um grupo por outro via discurso – deve-se propor a cumprir duas tarefas específicas: 1) divulgar a utilização da linguagem para a produção, manutenção e mudança das relações de poder; 2) conscientizar que a linguagem contribui para a dominação.

Assim, a partir de uma abordagem específica, via Teoria Social do Discurso, para o linguista inglês, avaliar criticamente um discurso implica teorizar e descrever duas situações: a) os processos e as estruturas sociais que levam à produção de um texto; b) as estruturas e os processos sociais no seio das quais os indivíduos e os grupos, como sujeito sócio-históricos, criam significados em suas interações textuais (Resende e Ramalho, 2006).

Essa visão deve muito de sua origem aos trabalhos de Foucault (1997[1975]), um dos primeiros filósofos da linguagem a trabalhar a natureza constitutiva do discurso como resultado de práticas ligadas ao conceito de poder e a questões políticas e sociais. Para o pensador francês, a linguagem origina o meio social em que está inserida, os objetos e os sujeitos sociais, sendo necessário, portanto, que o

discurso seja analisado a partir de formações discursivas sócio-historicamente relacionadas.

A partir da preocupação com a questão social inerente à própria constituição do discurso, os analistas críticos do discurso irão debruçar-se sobre três aspectos tidos como fundamentais para uma abordagem crítica: os conceitos de história<sup>6</sup>, poder e ideologia. De posse desses três conceitos e apesar de a ACD apontar para uma abordagem que possibilita o estudo de todo tipo de discurso, esse enfoque se direcionará a questões pontuais, mas não menos importantes, como aquelas relativas ao gênero social, ao racismo, às dimensões da identidade e aos discursos da mídia.

Uma abordagem crítica do discurso contempla a produção discursiva sob três níveis de análise: a análise da linguagem como texto; a análise das práticas discursivas e a análise dos eventos discursivos instanciados em práticas socioculturais (Fairclough, 2001). Evidentemente, tais níveis analíticos: texto, prática discursiva e prática sociocultural não se apresentam em separado, ao contrário, coexistem, relacionam-se e propiciam a unicidade do discurso. É justamente por isso que o analista crítico não é favorável a uma análise que se limite ao texto; para ele, uma análise textual só será válida se vier acompanhada também de uma análise que leve em conta as práticas discursivas que envolvem os participantes de um evento discursivo e as práticas sociais de certo grupo social.

Análises cujas bases se fundamentam na ACD ultrapassam, como o dissemos, a dimensão linguística e se baseiam de maneira importante nos

---

<sup>6</sup> Apesar de consideramos o conceito histórico bastante importante na abordagem crítica, não nos deteremos nele, ao passo que o significado de poder será tratado mais à frente neste mesmo Capítulo e o de ideologia, no Capítulo III.

componentes socioculturais que (re)produzem discursos. Um exemplo claro a esse respeito são os discursos sexistas e racistas, amplamente baseados em questões e tabus socioculturais que se refletem no discurso e que, por sua vez, motivam atitudes específicas de um grupo (machistas, por exemplo) em relação a outro (mulheres).

Práticas discursivas carregam consigo um forte e inseparável viés ideológico. Pela maneira como representam a realidade, os indivíduos contribuem para a produção e reprodução de relações de poder assimétricas entre grupos sociais. Associar questões de poder e ideologia à produção discursiva mostra-se um procedimento adequado quando pensamos no caráter de princípio estruturante da realidade associada a um discurso (Carvalho, 2008). Como prática social, o discurso dialeticamente se relaciona com a estrutura social, uma vez que ele a estrutura, mas também é condicionado e estruturado por ela. Por um lado, o discurso é um princípio estruturador no sentido foucaultiano do termo, ou seja, de que os objetos, os sujeitos e os conceitos são constituídos discursivamente. Por outro lado, esse mesmo discurso é construído a partir de relações sociais (institucionais ou não), por sistemas de classificação e normas, de tal maneira que os eventos discursivos variam na sua determinação estrutural, levando-se em conta o domínio social particular ou o enquadramento institucional em que são gerados (Carvalho, 2008).

Pensando dessa maneira, podemos entender que o papel da ACD seja justamente o de revelar os indícios de relações de poder que estão presentes no discurso. Afinal, a partir dessa identificação, criar-se-ão condições que permitam reflexão e conscientização – dois caminhos importantes que levam a mudanças sociais de atitudes muitas vezes cristalizadas na sociedade. De fato, algumas

relações de poder estão tão institucionalizadas e presentes no cotidiano, que os indivíduos as tomam simplesmente por senso comum, sem atentarem para o fato de que podem estar sendo dominados socioculturalmente. Acreditamos que somente a reflexão advinda de um melhor entendimento do discurso e do seu papel formador é que permitirá aos indivíduos maior consciência de si mesmos e de suas identidades.

A ACD, muito além do trato com o discurso, preocupa-se em desnaturalizar o que foi naturalizado, ou seja, desafia o senso comum impregnado de relações de poder nem sempre justas ou favoráveis a todos; ideologias que, por meio do discurso, são fundadas e difundidas, quase sempre numa relação de lucro-prejuízo entre diferentes classes sociais.

De acordo com Guimarães (1999), o espírito crítico apresenta a tendência de se voltar para suas próprias bases, a começar pela base teórica e metodológica no interior da própria Linguística como ciência. Segundo ela, isso equivale a afirmar que o linguista não pode limitar seu trabalho à mera reflexão linguística, cujo objetivo seja apenas dar a conhecer estratégias argumentativas, mas caminhar no sentido de contribuir efetivamente para que a língua seja entendida como uma prática social. Há muitas pesquisas que vêm caminhando nessa direção, dentre as quais destacamos, por exemplo, os trabalhos de Aquino (1997).

A noção de poder, como vimos, é central no discurso como prática social, pois coloca em relevância a importância da ideologia no estabelecimento e na manutenção da dominação. Acreditamos, por isso, que o poder e, principalmente, sua manifestação na mídia jornalística – com alcance de tantos indivíduos – mereçam vários estudos. Nesse sentido, nosso interesse recai, de maneira particular, na maneira como esse poder se instala no discurso, permitindo que

ideologias avancem rumo à hegemonia, momento em que passam a fazer parte do senso comum e se tornam praticamente indisputáveis.

## **2.2 O poder na mídia jornalística: a busca pela dominação ideológica**

O funcionamento de uma sociedade prevê a existência do conceito de poder. Ele é dado como necessário para que exista ordem, controle e "relações de peso e contrapeso" (van Dijk, 2008: 27). Segundo este autor, o poder, utilizado de maneira positiva, contribui de maneira decisiva para, por exemplo, a educação dos filhos pelos pais, dos alunos pelos professores, do controle necessário da população pela polícia ou do cuidado das pessoas pelos médicos. Todas essas situações envolvem algum grau de hierarquia, situação em que o poder está presente. Nessa concepção, a ACD preocupa-se com a questão de poder e, especialmente, do abuso que se faz dele.

Os analistas críticos costumam discernir de modo particular sobre a aplicação do poder antes de problematizá-lo. Para eles, a utilização natural do poder se encontra nas relações sociais cotidianas. Entretanto, tal poder torna-se objeto de atenção e estudo quando dele se abusa, com o claro objetivo de se criarem relações desiguais ou assimétricas que favoreçam, de maneira explícita, um lado em prejuízo do outro. Empresas jornalísticas que fazem mau uso de sua privilegiada condição para desinformar em vez de informar constituem o que van Dijk (2008: 28) classifica como "dominação", ou seja, utilização ilegítima do poder conferido institucionalmente.

Uma discussão que vem logo à tona, porém, diz respeito à dificuldade de se definir quem possui a palavra final sobre o direito de distinguir e estabelecer parâmetros a respeito de uso e abuso de poder. Van Dijk (2008) argumenta que a

cultura muda de tempos em tempos e com ela os valores do que é certo ou errado, o que é considerado "normal" hoje pode não ter sido visto desta maneira antes. Assim, o que se buscam não são critérios imutáveis e pétreos – já que isso seria renegar a natureza dinâmica do homem e de seu discurso –, mas um possível consenso que consiga auxiliar na compreensão de um posicionamento corrente de uma cultura em um contexto histórico determinado.

Adotando essa premissa no discurso midiático, podemos considerar que as empresas jornalísticas abusam do poder – agem de maneira ilegítima – quando, por exemplo, violam o direito que seus enunciatários têm de serem bem ou adequadamente informados. Ao lançarem mão de determinadas estratégias argumentativas que modelem uma visão de mundo dos enunciatários que seja compatível com certos interesses em detrimento de outros grupos, violam-se normas ou valores fundamentais e estabelece-se o abuso de poder.

A respeito do discurso jornalístico, van Dijk (2008) ensina-nos que há abuso de poder quando um jornalista opta por não informar seu enunciatário de maneira satisfatória ou integral a respeito do objeto de seu discurso. Em nosso entendimento, isso se daria, por exemplo, quando uma crônica ou editorial – no intuito de criar um modelo específico sobre um ator social de determinada ideologia política – enfatiza apenas os aspectos negativos daquele, ao mesmo tempo em que minimiza ou mesmo suprime possíveis características positivas que, se citadas, poderiam oferecer ao enunciatário a possibilidade de criação de modelos mentais alternativos sobre aquele ator social, modelos que, às vezes, poderiam ser bem diferentes daquele pretendido pelo enunciador.

O poder possui um forte caráter social, ou seja, é uma característica do relacionamento entre grupos, classes ou outras formações sociais. Assim, por se manifestar de maneira prioritária na interação, será possível observar se um grupo terá poder sobre outro quando as ações daquele exercerem algum tipo de controle social sobre as ações deste. Considerando-se o fato de que a concepção de ação envolve o conceito de controle cognitivo<sup>7</sup>, o exercício de poder do primeiro grupo resulta em uma limitação da liberdade social do segundo grupo. Assim, um jornalista – apoiado na posição institucional de um veículo midiático e no alcance de leitores que este possui –, ao escrever um artigo criticando o Presidente, enfatizando seus "defeitos" e negando ou escondendo suas "virtudes", agirá cognitivamente sobre muitos de seus leitores, limitando as ações destes no sentido de impedi-los de criarem modelos alternativos desse político, a partir de informações deliberadamente não divulgadas.

Para estar apto a exercer certo grau de poder, o indivíduo deve possuir acesso a uma gama de recursos socialmente compartilhados. Em geral, esses recursos caracterizam-se por atributos ou bens valorizados pela cultura em que esse indivíduo está inserido, como *status*, acúmulo de dinheiro ou bens materiais, habilidade, autoridade ou conhecimento, entre outros (van Dijk, 2008). Seu poder será tanto mais válido quanto mais reconhecido for o recurso empregado para justificar o exercício do poder. No caso da mídia jornalística, ela exerce um poder considerável justamente porque possui recursos amplamente aceitos pela sociedade, como seu papel de informar e dar notícias, além de ser fonte geradora e transmissora de conhecimento.

---

<sup>7</sup> Por entendermos a importância que a cognição tem para o exercício do poder assimétrico (uma vez que, exceção feita à coação física, o poder é em geral indireto e age por meio do controle cognitivo, ou seja, do fluxo de informações que se permite chegar ou não a determinado grupo), dedicamos o Capítulo III totalmente a essa questão.

Entende-se que o objetivo final de qualquer grupo social que pretenda exercer algum tipo de poder é que ele se perpetue ou, em outras palavras, se incorpore ao senso comum. Quando esse estágio é atingido, o poder exercido por determinado grupo deixa de ser considerado uma forma de coação ideológica, não mais é questionado, ao contrário, é visto como natural pelos grupos dominados; o poder torna-se hegemônico. O poder hegemônico obtém sucesso na manipulação ativa dos dados cognitivos que chegam até os grupos a quem se endereçam, de tal maneira que a visão de mundo constituída por esses dados passa a ser considerada única e verdadeira. Foi o que ocorreu, por exemplo, com a Alemanha nazista. Ainda que seja impossível afirmar que todos os alemães, sem exceção, apoiassem o nacional-socialismo, o discurso nazista tornou-se tão onipresente que acabou por se integrar, de algum modo, ao cotidiano da população, abafando possíveis focos de resistência ao regime ditatorial.

O modo de produção e articulação do discurso é controlado pelo que Bourdieu (1977; 1984) denomina elites simbólicas, de que fazem parte jornalistas, escritores, artistas, diretores, acadêmicos e demais grupos que exercem o poder com base em "um capital simbólico" (Bourdieu e Passeron, 1977), ou seja, a partir do conhecimento e da capacidade que têm de disseminá-lo via livros, revistas, jornais etc.

Tais elites possuem relativo poder para determinar tópicos discursivos a serem discutidos, estilo ou forma de apresentação que terá o discurso. Esses indivíduos, a partir de sua posição institucional, podem determinar quem ganhará mais publicidade e de que maneira, influenciando cognitivamente seus enunciatários. Além disso, como define van Dijk (2008: 45), "são os fabricantes do

conhecimento, dos padrões morais, das crenças, das atitudes, das normas, das ideologias e dos valores públicos".

As elites simbólicas, juntamente às elites política, econômica e militar – todas elas sempre caracterizadas como pequenos grupos de acesso restrito, mas com ampla capacidade de dominação – desempenham a função primordial de sustentar um aparato ideológico via discurso que permite o exercício contínuo do poder, bem como sua manutenção, por meio da manipulação do conhecimento.

A concepção de poder põe em evidência a importância que tem a ideologia no estabelecimento e na manutenção da dominação. Tal hegemonia acaba por revelar relações de dominação baseadas na naturalização das práticas e das relações sociais. Dada a importância das elites simbólicas na produção e disseminação de conhecimentos e crenças, acreditamos ser necessário um estudo mais aprofundado sobre a maneira como essas instituições (ou melhor, uma delas) – notadamente as corporações de mídia e seus jornalistas – optam por construir argumentativamente seu discurso.

### **2.3 Manipulação no discurso jornalístico segundo Teun van Dijk**

Uma vez que nosso interesse recai sobre a mídia impressa, optamos por seguir a posição de van Dijk, já que este estudioso tem grande parte de sua produção acadêmica voltada à esfera da comunicação de massa, desde 1983.

O poder exercido pela mídia impressa, segundo esse pesquisador (2005: 74), é em geral "simbólico e persuasivo", pois tem o potencial de controlar a mente dos enunciatários, ainda que não controle diretamente as ações destes. Ao contrário, o controle das ações tende a parecer como o último dos objetivos do enunciador e

sempre se realiza de maneira indireta, via discurso, ao passo que o controle das intenções, planos, conhecimentos, crenças e opiniões – as representações mentais responsáveis pelos atos concretos – é pressuposto.

Pensando desse modo, pode-se conceber que o controle estratégico do conhecimento é um elemento primordial no controle da compreensão discursiva. Enquanto o controle do conhecimento "influencia a compreensão, o controle das atitudes influencia a avaliação" (van Dijk, 2005: 80).

O modelo teórico desse linguista centra-se na preocupação em explicar que mecanismos atuam no processamento cognitivo do discurso e acredita que a manipulação da realidade externa ao enunciatário é fundamental para que o discurso dominante seja mais facilmente aceito e convertido em prática social. Van Dijk (2008) entende que a manipulação cognitiva representa papel extremamente significativo para o estabelecimento de ideologias.

A mídia, com seu discurso dominante, é a principal fonte geradora das crenças e conhecimentos compartilhados pela sociedade. Conforme esse estudioso vem observando, os enunciatários inferem atitudes e ideologias do discurso que estão presentes em informações sobre eventos internacionais, política, informações sobre determinados povos (como a caracterização dos palestinos ou muçulmanos, por exemplo).

A partir de sua pesquisa sobre a responsabilidade da imprensa na disseminação das ideias racistas, descreve o papel que ela desempenha em relações semelhantes de desigualdade e opressão. Segundo van Dijk (2000), por exemplo, a classe trabalhadora mais primária – o "chão de fábrica" – é raramente alvo de uma cobertura jornalística que enfoque suas dificuldades cotidianas. Isso

acontece, segundo o pesquisador, porque a sociedade ocidental vive sob um modelo capitalista de produção, o que pressupõe uma constituição social piramidal com poucos indivíduos muito poderosos no topo, à custa de uma base vasta e dominada na parte inferior. Assim, uma vez que não é considerado o "enunciatório ideal", ou seja, o público que consumirá o discurso midiático, o "chão de fábrica" praticamente não aparece nos noticiários, sendo mais lembrado por eventuais greves do que por supostos abusos patronais que poderiam justificar uma paralisação grevista, por exemplo.

A partir do exposto, observamos que a mídia possui um poder muito grande de criar e modificar opiniões no enunciatório; tais opiniões, em última instância, guiarão um juízo de valor a respeito de um tema ou ator social específico presente num discurso.

Expressões discursivas típicas de certos gêneros textuais – como crônicas e editoriais –, as opiniões, para van Dijk (2000), têm uma definição bastante dúbia. Elas podem ser caracterizadas como crenças avaliativas de certos grupos ou sociedades. Entretanto, por mais que naturalmente variem de uma cultura para outra, sempre carregarão consigo um componente ideológico que redundará em um julgamento. Este, por sua vez, pressupõe valorações nas opiniões e critérios de verdade adquiridos social (no noticiário, na escola ou em uma interação entre amigos) ou factualmente (frutos de conclusões científicas).

As opiniões expressam sempre conceitos ideológicos (van Dijk, 2005: 195). Assim, ao emití-las, o enunciatório pode proceder a uma seleção lexical que veicule valores e normas nos quais acredite, julgamentos que faz com base em sua visão de mundo. Veja-se, como exemplo, ao escolher entre as expressões "regime de terror"

ou "regime ditatorial", a direção que dará a seu discurso. Entretanto, as opiniões não se limitam à seleção lexical, podem estar presentes também no título de uma crônica, em estruturas sintático-semânticas, no tópico discursivo etc.

Além da própria definição de opinião e seu impacto no discurso, van Dijk interessa-se de forma particular pela maneira como a mídia jornalística manifesta suas opiniões no discurso. É desse interesse que surge a teoria do quadrado ideológico.

#### **2.4 A expressão de opiniões polarizadas: o quadrado ideológico**

A partir dos estudos e das análises que fez sobre discurso racista e de minorias na imprensa jornalística, van Dijk (2005) reuniu dados que lhe permitiram observar certa regularidade no modo como a mídia jornalística engendra seu discurso com o objetivo de difundir suas ideologias, principalmente no tocante à representação desses atores sociais envolvidos.

O linguista concluiu que veículos como jornais e revistas empregam de maneira recorrente uma estratégia argumentativa que expressa atitudes baseadas em conceitos do próprio grupo ao qual o enunciador pertence, ou seja, a opinião no discurso é construída a partir de normas e critérios que satisfazem suas próprias crenças e visão de mundo. Nesse sentido, a argumentação é feita de modo a sustentar tal visão como positiva, correta e única expressão válida da verdade das coisas; entretanto, eventuais aspectos negativos ou potenciais equívocos são deixados de lado, omitidos. Por outro lado, quando se trata de argumentar a respeito de uma visão de mundo da qual seu grupo não compartilha, o discurso jornalístico muda radicalmente de foco: as normas e os critérios que sustentam essa visão dissonante são vigorosamente atacados, seus pontos negativos são salientados e

eventuais aspectos positivos não são citados, ou seja, tal visão de mundo é classificada como errada ou não representativa da verdade das coisas.

Essa estratégia argumentativa, de descrever positivamente o endogrupo (enunciador, também referido teoricamente como "Nós") e negativamente o exogrupo (objeto ou ator social representado no discurso, ou "Eles") – é denominada por van Dijk (2005: 195) "quadrado ideológico". Recebe esse nome porque, para levar essa estratégia a efeito, o enunciador constrói seu argumento cuja base se assenta em quatro diretrizes:

Propriedades e/ou ações positivas de "Nós" são enfatizadas; Propriedades e/ou ações positivas de "Eles" são abrandadas; Propriedades e/ou ações negativas de "Eles" são enfatizadas. Propriedades e/ou ações negativas de "Nós" são abrandadas.
--

**Quadro 2.1.** O quadrado ideológico de van Dijk (2005).

O quadrado ideológico faculta ao enunciador a possibilidade de descrever acontecimentos ou características do objeto discursivo em diferentes níveis de generalização e/ou especificação, a depender da maneira como esse enunciador deseja enfatizar as boas ações de "Nós" e as más condutas de "Eles" (van Dijk, 2005: 200).

Recurso valioso, o quadrado ideológico cumpre papel importante na polarização "Nós" *versus* "Eles" e é fundamental para que o caráter ideológico do discurso torne-se latente aos olhos do analista. Por essa razão, ele será utilizado em nossas análises.

## 2.5 Uma proposta de análise ideológica do discurso

O quadrado ideológico constitui apenas um dos passos ou uma das etapas propostas por Teun van Dijk para se analisar criticamente um discurso opinativo. Na verdade, o quadrado ideológico faz parte de um enquadre metodológico mais amplo, um enfoque que ele denomina "análise ideológica do discurso" (van Dijk 1995: 136).

Para o autor, um discurso de caráter opinativo precisa ser analisado, em primeiro lugar, quanto à sua coerência, ou seja, por meio da observação atenta da maneira como as proposições são construídas e encadeadas pelo enunciador, pois assumimos que não se trata de uma ordem casual. Uma sequência de proposições será coerente quando for possível extrair delas um modelo que envolva relações de causa ou condição dos fatos que são apresentados. Naturalmente ideológico, esse modelo tem por função levar o enunciatário a acreditar que algo é verdadeiro, real e único, persuadindo-o no sentido de adotar para si aquele modelo específico.

Van Dijk nos recorda que, em determinados gêneros, como no caso da crônica opinativa, não é regra o fato de as proposições estarem sempre explícitas. O enunciador pode optar por imiscuí-las em um modelo de acontecimento ou contexto que ele presume ser conhecido ou avaliado positivamente pela visão de mundo do enunciatário. Desta maneira, é possível que proposições e pressuposições sejam utilizadas estrategicamente como introdução de um texto, de maneira a torná-lo pouco claro ou confuso, por exemplo, o que favoreceria a adesão do enunciatário aos argumentos apresentados (van Dijk, 1995).

Apenas a observação da ordem das proposições – a coerência local –, entretanto, não é suficiente para que se construa um panorama sobre o sentido geral do texto. É preciso, então, atentar-se àquilo que van Dijk (1995) denomina

coerência global, ou seja, se há encadeamento lógico nos "tópicos" dos parágrafos que, por sua vez, darão unidade ao que está sendo tratado no texto. Esses "tópicos" podem ser denominados macroestruturas semânticas, derivadas de microestruturas locais com regras específicas de identificação. É a partir da constituição de várias macroestruturas – todas interconectadas em maior ou menor grau coesivo – que o texto, como um todo, terá sua feição final e definitiva.

No interior dessas macroestruturas, van Dijk (2005) recomenda que se observem pressupostos e implicaturas, uma vez que, como dissemos, muitas proposições, mesmo que ausentes semanticamente, podem estar implícitas no jogo argumentativo construído pelo enunciador, principalmente quando desenvolve a polarização "Nós" *versus* "Eles" no discurso. Além disso, também considerados elementos importantes a serem levados em conta, destacam-se as negações, as implicações e as descrições avaliativas e ideológicas.

Além da observação semântico-sintática dos elementos do texto, o autor salienta que a atenção dada ao contexto histórico, político e social em que o discurso é enunciado contribui para a eficácia de uma análise ideológica. Assim, conhecer a posição ideológica do enunciador e a qual grupo social ele pertence ou sinaliza positivamente, por exemplo, proporcionará ao analista mais segurança para observar a polarização ideológica (apresentação positiva de "Nós" e negativa de "Eles") contida no discurso, desvelando de maneira paulatina as estratégias argumentativas utilizadas pelo enunciador nesse sentido.

Aliado à observação do contexto, por fim, repousa a atenção às relações de poder que o enunciador procura estabelecer, bem como os potenciais conflitos que possam surgir a partir dessa tomada de posição.

Destacando-se como um entre os muitos caminhos analíticos pelos quais se pode optar para estudar um discurso opinativo com base na ACD, consideramos a análise ideológica uma opção bastante significativa quanto a resultados, já que, muito além de se preocupar com o caráter sintático-semântico do discurso – característica inerente a qualquer análise de discurso –, também devota interesse ao estudo atento do contexto sócio-histórico e das relações de poder que regulam a estratégia argumentativa empregada pelo enunciador.

## CAPÍTULO III

### O DISCURSO NO COTIDIANO

#### 3.1 O conceito de gênero do discurso

A competência linguística de um indivíduo faz que ele seja capaz de identificar e produzir diversas formas de interação social por meio da linguagem: um convite de casamento, um artigo de jornal, uma roda de amigos, um político em um programa eleitoral etc. Essas diferentes maneiras de enunciar, respeitando-se critérios e propriedades específicas para cada situação, é denominada gênero.

Para Bakhtin (1979[1953]), o gênero justifica sua existência no cotidiano da linguagem simplesmente porque, em cada âmbito das atividades humanas, enunciados únicos caracterizam as mais diversas situações de interação vividas pelas pessoas. Trata-se de situações particulares que exigirão, dos interlocutores envolvidos, determinados pré-requisitos contextuais e linguísticos para que a interação seja bem-sucedida. Em outras palavras, tendo em mente um determinado objetivo a ser atingido via discurso, o enunciador opta por um gênero que lhe seja adequado e que possa servir de suporte para que o enunciado seja recebido pelo enunciatário da maneira mais eficiente possível. Ainda segundo o filósofo russo:

Se não existissem os gêneros do discurso e se não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo da fala, se tivéssemos de construir cada um de nossos enunciados, a comunicação verbal seria quase impossível. (op. cit: 302).

Encontramos em Swales (1990: 114) a definição de gênero como "uma classe de eventos comunicativos, cujos membros partilham objetivos comuns". Para ele, porém, além do reconhecimento do objetivo da interação por parte do enunciador e

do enunciatário, discursos em um mesmo gênero mostram um padrão de similaridade bastante importante e evidente, em especial quanto a estrutura, estilo, conteúdo e enunciatário presumido. É devido a essa característica, portanto, que uma notícia de jornal ou uma revista em quadrinhos, por exemplo, são reconhecidos como tal. Uma vez que as práticas sociais estão relacionadas intimamente ao uso da linguagem, o discurso refletirá as condições e finalidades de uma interação a partir de características próprias, definidas e reconhecíveis.

Em relação a esse reconhecimento instanciado do discurso, Bakhtin (1979[1953]) indica que o gênero é identificado a partir da observação de certas características únicas presentes em cada discurso: tema, estilo (o emprego léxico-sintático específico) e estrutura composicional, ou seja, a maneira esquemática arquetípica na qual o enunciado se apresenta.

Ainda sobre o processo de reconhecimento de gêneros, Maingueneau (2001: 59) afirma que a denominação de um gênero se baseia em "critérios heterogêneos", cuja função primária é a busca por compartimentar e catalogar os diferentes usos da língua, de maneira a organizar a compreensão, o entendimento e a interação entre os indivíduos. Além disso, esse estudioso também ressalta ser possível classificar um gênero segundo setores de atividade social (por exemplo, mídia: novela, entrevista, *talk show*); pelo lugar institucional (hospital: receitas, laudos, reuniões de serviço), quanto ao estatuto de parceiros (crianças entre si, adultos entre si, crianças com adultos) e pela natureza ideológica (religioso, capitalista, feminista).

Para Marcuschi (2002), os gêneros são responsáveis por contribuir na ordenação e estabilização das atividades de comunicação cotidianas, uma vez que

são fenômenos históricos que se vinculam ao cotidiano social e cultural dos indivíduos. Desta maneira, os gêneros oferecem aos participantes de uma dada interação a capacidade de predizer e interpretar ações humanas com as quais lidam. Assim, ao receber um cartão-postal, por exemplo, o enunciatário já sabe previamente o que esperar de uma interação deste tipo; ao folhear a edição de esportes, é capaz de prever certos tópicos discursivos que serão tratados ali. É graças ao nosso entendimento sobre gêneros do discurso e sobre como utilizá-los – mesmo que de maneira inconsciente e natural –, que nos poupamos o grande trabalho de interpretar cada enunciado como uma produção inédita.

Nossa competência genérica, então, permite-nos atentar somente aos detalhes mais relevantes de um discurso, deixando de lado informações irrelevantes relativas ao contexto, e que são suficientemente entendidas a partir do gênero em que determinado discurso se inscreve. Corroborando Maingueneau (2001: 61), os gêneros permitem que as pessoas "façam transgressões portadoras de um sentido" (ou seja, com um significado subentendido).

Os gêneros, como o dissemos, representam a ampla gama de formas por meio das quais a sociedade se comunica. Sociedades se caracterizam por mudanças contínuas a uma velocidade variável, logo, até mesmo por uma questão de sobrevivência, os gêneros acompanham essa mutação social, causada principalmente pelas inovações tecnológicas. Com o advento da informática de larga escala, internet e redes sociais informatizadas, novos gêneros surgiram, como o *chat* e o *e-mail*.

Marcuschi (2002) afirma que a cultura eletrônica da segunda metade do século XX, notadamente aquela voltada à área de comunicação, propiciou uma autêntica explosão de novas maneiras de se comunicar, de gêneros novos. É interessante observar, porém, que esses gêneros dificilmente são inovações que surgem do nada. Há sempre uma espécie de ancoragem em gêneros mais antigos e estabilizados, que servirão de base para que os novos gêneros se desenvolvam, como é o caso do *e-mail*, gênero do discurso eletrônico equivalente à carta.

Para os propósitos desta pesquisa, nos debruçaremos de maneira mais detida sobre o gênero crônica, especificamente a do tipo opinativo, dado que nosso *corpus* compõe-se de discursos dessa ordem. Se, por um lado, nossa análise não objetiva contemplar uma elucidação profunda sobre as implicações ideológicas proporcionadas por um gênero específico, por outro lado, acreditamos ser de extrema importância entendermos a conformação típica ou esperada de uma crônica opinativa, dados o espaço relevante que esse tipo de gênero recebe da mídia jornalística e o potencial que ele apresenta para disseminar ideologias.

### **3.2 O gênero crônica e suas especificidades**

Segundo Rabaça e Barbosa (2002), a crônica é uma seção de jornal ou revista cuja característica mais importante é a de ser regularmente publicada e assinada, apresentando um estilo mais pessoal e opinativo, se comparada a outras seções, como a de notícias, por exemplo, com estrutura mais rígida. Do ponto de vista de sua diagramação, as crônicas costumam ter uma posição fixa e apresentam um título ou cabeçalhos constantes. É recorrente estarem colocadas sempre à mesma página (nos jornais), ou dentro de uma mesma seção (nas revistas), como

"Artes e Espetáculos", "Cultura" etc. A principal razão, para que tanto a diagramação quanto a localização se modifiquem o menos possível, parece ser a intenção de criar no leitor o hábito de localizar não só esse gênero, mas o gênero de determinado autor.

Como é sabido, o termo se origina no grego *chronikós* e remete a *chronos* (tempo); surge no folhetim – um tipo de jornal no qual se publicavam romances – e possui uma feição bastante ligada ao gênero histórico, principalmente porque os cronistas – em especial, os medievais – contavam os grandes feitos de heróis e príncipes. No começo da era cristã, o termo crônica designava uma lista ou relação de acontecimentos ordenados cronologicamente. A crônica registrava os eventos sem, contudo, aprofundar-se em demasia nas causas que os motivavam. Seu ápice, segundo Moisés (1979), deu-se após o século XII, em países como Inglaterra, França, Portugal e Espanha, quando se aproximou da História, sempre apresentando acentuados traços de ficção literária.

No Renascimento, a crônica rompe sua relação com a História e passar a ser vista como um gênero mais próximo ao literário. Suárez e Carro (2000) apontam para dois personagens históricos que mais bem representaram essa nova faceta da crônica: Michel Eyquem de Montaigne (1533-1592), considerado o inventor do ensaio pessoal, cujos textos analisavam as instituições, as opiniões e os costumes, prestando maior atenção aos dogmas de seu tempo e tendo a humanidade como objeto de estudo; e Francis Bacon (1561-1626), tido como o pai da ciência moderna, mas cujos ensaios sobre a família e o cotidiano também são classificados como de grande importância na descrição dos costumes morais da época.

Ainda que se considere parte da produção literária desses pensadores ser constituída de ensaios – ou seja, ausência de periodicidade e de divulgação em veículo de suporte impresso – e não apresentar um número determinado de palavras (características que marcam as crônicas modernas), suas produções possuem uma maneira específica de expressão que as aproximam da crônica moderna: as reflexões são breves; apresentam regularidade; seus temas versam sobre o cotidiano da época, como as calamidades, a educação, o arrependimento, a conversão religiosa, a morte, a juventude, a amizade, a ambição, e sempre numa composição que mescla conhecimento, argumentação, opinião pessoal e revelação do caráter (Wollenhaupt, 2004).

Será somente em meados do século XX que a crônica encontrará o sentido jornalístico que se lhe atribui modernamente. Melo (1994) afirma que isso se deu, em primeiro lugar, no jornalismo norte-americano. No momento em que os jornais passaram a ter um caráter mais informativo, seu público leitor, pouco a pouco, passou a exigir matérias que transparecessem um pouco mais de personalidade e fugissem do distante anonimato editorial. A partir daí, então, começou a surgir nos jornais seções cuja responsabilidade editorial estava a cargo de jornalistas (re)conhecidos na época. Tais seções se pautavam por informar sem se distanciar do fato em si, utilizando-se, para tal fim, de uma aproximação maior junto ao público leitor por meio de artigos pessoais e que refletiam a opinião do jornalista acerca do acontecimento relatado. A crônica, portanto, segundo Melo (op.cit.), corresponde a um jornalismo de cunho pessoal, que se vincula de maneira forte e íntima ao jornalista que a assina.

Nesse enfoque mais moderno (Sá, 2002), a crônica é considerada um gênero redigido em prosa, ligado ao jornalismo, mas que procura evitar a todo custo a linguagem da reportagem. Em outras palavras, um determinado acontecimento é apenas um motivador para que se comente sobre o cotidiano. Talvez decorra dessa visão o fato de a crônica ser classificada como um gênero menor, uma atividade secundária de escritores, muitas vezes até escondidos em pseudônimos, para que seus fiéis leitores não vinculem, se for o caso, escritor e cronista.

Uma das grandes preocupações do cronista parece ser conseguir administrar a difícil relação entre a subjetividade da criação literária e o objetivismo do jornalismo (Schneider, 2008). O tom de superficialidade que o gênero exige e a variedade de assuntos sobre os quais o cronista deve escrever faz que a crônica tenha o fato como matéria-prima, sempre com o objetivo de captar e tematizar as entrelinhas da vida cotidiana. Ainda assim, outros aspectos podem ser observados. Esse estudioso (*op.cit*) afirma que a crônica é um texto ligeiro, o cronista toma algum assunto – sério ou trivial – e o converte em tema para discussão. Quanto ao estilo empregado no discurso, pode ser político, trágico, cômico, humorístico ou irônico; dependendo apenas das intenções e dos objetivos do cronista.

Quando analisada como gênero jornalístico, a crônica apresenta certas propriedades, entre elas, uma que diz respeito a sua fugacidade, uma vez que a crônica é para ser lida “entre um gole de café e outro” (Schneider, 2008: 4), no intervalo entre uma notícia ou outra. Isso se dá porque a crônica não está preocupada em se manter atual ou apresentar um caráter de perenidade e durabilidade. Esse caráter da crônica acaba por permitir que o cronista aja de

maneira mais “leve” e “solta”, observando os fatos pelo ângulo subjetivo da interpretação, propiciando-lhe liberdade de ação.

Vista desse modo, a crônica é a representação típica do efêmero e contém significados que podem ser perceptíveis a um público vasto e variado. O cronista, aqui, segundo Schneider (2008: 6), “não é alguém que produza crônica como atividade puramente estética, mas como forma de comunicação política com o leitor”.

Na imprensa jornalística brasileira, há certo tipo de crônica recorrente e que aparece com grande frequência: a crônica opinativa. Transita nas mais variadas esferas: esporte, política, cultura (cinema, literatura, televisão e música), universo policial etc. e apresenta caráter aparente de mera informação, pretensamente apenas registrando um fato ocorrido há pouco tempo e que pode chamar a atenção de um grande número de pessoas, entretanto, a crônica opinativa, muito mais do que apenas informar, emite (fortes) juízos de valor ideológico. Sem entrarmos no mérito linguístico de seleção lexical ou do arranjo/encadeamento sintático, por exemplo, apenas o tema escolhido (e, por consequência, os atores sociais ligados ao fato em questão), por si só, garante a parcialidade desse tipo de gênero opinativo.

De caráter fortemente persuasivo, a crônica opinativa procura conduzir seu público-alvo por meio do relato particular sobre determinado assunto, emoldurando e instanciando certo fato, oferecendo condições para que o enunciatário também adote a versão do fato construída por ela como a instância definitiva e verdadeira sobre o que, propriamente, aconteceu.

De acordo com Suárez e Carro (2000), a crônica opinativa tem sua origem estrutural no artigo, por isso, empresta deste todas as possíveis formas nas quais pode-se apresentar quanto ao conteúdo, uma vez que pode fazer uso de grande liberdade retórica e linguística. A separação entre ambos – artigo e crônica opinativa – dá-se em função do critério que se resolve tomar para distingui-las: a relação espacial, de conformação com o jornal; o contexto histórico ou seu sentido normativo. O que resta imutável, entretanto, é que a crônica opinativa sempre terá sua expressão baseada na individualidade de quem a enuncia, podendo ser caracterizada, de maneira geral, como "um artigo de opinião analítico ou passional, claro ou enigmático, mas sempre valorativo e subjetivo" (op.cit.: 304)

Quanto à tipologia, as crônicas opinativas podem ser classificadas, ainda segundo Suárez e Carro (2000), em dois tipos: analíticas e pessoais. As crônicas analíticas são aquelas cujos autores são jornalistas especializados na esfera em que tais colunas se situam. Uma função desse tipo de crônica é explicar informações que não podem ser convenientemente detalhadas pelo gênero notícia, uma vez que propiciariam a fuga desta de sua função básica, que é relatar. Nesse tipo de crônica, os fatos podem ser inter-relacionados, e é possível, também, que se ofereçam retrospectivas históricas de maneira a se contextualizar o tema tratado. Nas crônicas analíticas, o elemento ideológico, embora obviamente existente, é menos evidente, até mesmo pelo próprio caráter instrutivo do texto, ficando a cargo do enunciatário algum tipo de julgamento crítico. Temas recorrentes nesse tipo de crônica são aqueles relacionados às esferas social, política e econômica.

Já as crônicas pessoais, por sua vez, são artigos de opinião, cujo autor geralmente é um jornalista que goza de algum tipo de reconhecimento público

(quantidade de leitores, competência profissional, conhecimento técnico da esfera temática sobre a qual se propõe a escrever etc.) e que, muitas vezes, representa um bastião ideológico importante e reconhecido por seus leitores e seguidores. Tipo mais comum de crônica, geralmente possui espaço cativo e periodicidade regular nas publicações em que se inserem. Os cronistas desse tipo específico de gênero, em geral, dominam a força de períodos curtos – carregados de conteúdo -, possuem grande poder de argumentação e habilidade na organização estrutural do seu discurso. Conscientes do espaço diminuto de que podem fazer uso, exploram ao máximo a linguagem e seus recursos argumentativos, de maneira a imprimir sua marca ideológica no discurso.

Podemos supor que o êxito cada vez maior das crônicas pessoais frente aos leitores repousa justamente no seu caráter pessoal e íntimo. Ao utilizar linguagem mais próxima da coloquialidade, ao tratar de assuntos cotidianos e próximos daquele que consome as publicações noticiosas, o jornalista se aproxima de seu leitor, cria com este um círculo de intimidade, como numa conversa entre amigos. Suárez e Carro (2000: 320) comentam que “interessa ao leitor as vivências e os pensamentos do cronista, (...) o adorno metafórico e o eu do outro compartilhado”.

Acreditamos que não basta, porém, conhecermos o gênero crônica, e a crônica opinativa em particular, em sua forma mais geral, suas propriedades mais visíveis e que permitem seu reconhecimento. Consideramos necessário observarmos mais detidamente a mídia de suporte na qual as crônicas opinativas são publicadas, em especial a revista, em razão de podermos situar onde e como circula a produção de nosso cronista, Diogo Mainardi. Assim, será possível conhecer o público ao qual se dirige e a quem o cronista endereça suas estratégias

argumentativas no sentido de proporcionar condições que favoreçam a criação de modelos mentais específicos.

### **3.3 Surgimento da mídia “revista” e consolidação de Veja**

A primeira revista de que se tem registros precisos – e que já trazia consigo a ideia de que esse tipo de mídia era sinônimo de variedade – foi criada na Alemanha, especificamente na cidade de Hamburgo, em 1663. Seu nome era *Erbauliche Monats-Unterredungen*, o que, em uma tradução livre, significa *Edificantes Discussões Mensais* (Correa, 2005). Quanto ao formato, parecia-se muito com um livro, mas a semelhança entre ambas as mídias era apenas essa. A grande inovação da publicação alemã foi trazer para o público uma ideia original e sem paralelos nos livros da época: a discussão de assuntos variados, ainda que sob um mesmo tema, no caso, a teologia.

As revistas são conhecidas também pelo nome "magazine", vocábulo que, segundo Correa (2005), tem sua origem no fato de que, em seus primórdios, as revistas eram comparadas a lojas (conhecidas como "magazines") por seus leitores. Isso se dava porque a revista proporcionava ao seu leitor vários artigos, oferecendo a este a oportunidade de escolher especificamente o que gostaria de ler, mesma mecânica de um magazine, que possuía diversos produtos em sua vitrine, dando ao cliente liberdade para escolher e comprar apenas aquilo que desejasse.

Após o grande sucesso alcançado pela publicação alemã, outras revistas surgiram pela Europa, como a francesa *Jornal dos Sábios*, e a inglesa *Transações Filosóficas*, ambas em 1665, e que versavam, respectivamente, sobre ciência e filosofia. Logo depois, em 1668, nasceria a italiana *Jornal dos Literatos*. Artigos

sobre o cotidiano da sociedade da época ainda eram inexistentes. Entretanto, esse panorama alterou-se em 1672, com a publicação da revista francesa *Mercúrio Galante*, apontada por Correa (2005) como a primeira revista multitemática da história. Essa revista reunia, sob seu título, assuntos variados de interesse geral, como crônicas sobre o cotidiano da Corte, anedotas elegantes e poesia.

Quanto à primeira revista brasileira, também há certa controvérsia, segundo Correa (2005). Em 1808, houve o lançamento de *Correio Braziliense ou Armazém Literário*, ao passo que, em 1812, surgiria no mercado a revista *Variedades ou Ensaio de Literatura*. Apesar das datas, o problema para se definir sobre quem recaía a primazia da novidade residia na questão de que ambas tinham o tradicional formato de livro. Assim, definiu-se como critério diferenciador o fato de que, subjetivamente, a linha editorial da *Variedades ou Ensaio de Literatura* obedecia melhor a um esquema de revista do que *Correio Braziliense ou Armazém Literário*. Desta maneira, convencionou-se que aquela foi a primeira revista, enquanto este se tornou o primeiro jornal publicado no Brasil.

Na década de 1860, a Guerra do Paraguai se constituiu no primeiro desafio editorial das revistas brasileiras. A *Semana Ilustrada*, que cobriu o conflito, optou por enriquecer as reportagens com fotos legendadas; estava criada a fotorreportagem. Um século mais tarde, a partir da década de 1960, o setor de revistas no Brasil se segmenta, abrindo espaço para o nascimento de publicações especializadas, para nichos específicos de mercado, como *Quatro Rodas* (automóveis), *Placar* (esportes, com ênfase no futebol) e *Marie Claire* (sexo feminino). É também nesse período que surge a revista *Veja*, do grupo Abril.

Um dos maiores e mais influentes grupos de comunicação do continente americano, a Abril foi fundada em 1950 por Victor Civita. A Editora Abril iniciou suas atividades com a publicação da revista em quadrinhos *O Pato Donald*, mas, no final década de 1950, após massivos investimentos em tecnologia, expande progressivamente seu leque de publicações, atraindo cada vez mais a atenção do público e de jornalistas para o seu corpo editorial. Com o tempo, segmenta sua linha editorial, desenvolvendo publicações que alcançariam públicos heterogêneos, com títulos como *Veja*, *Quatro Rodas*, *Viagem e Turismo*, *Placar*, *Vip*, *Playboy*, entre outras.

Apresentamos, a seguir, alguns números relativos à revista *Veja* no tocante ao seu público leitor. Acreditamos que isso seja preciso porque, para o discurso ganhar vida sob o formato de uma crônica pessoal, é necessário antes que se defina para quem se escreve, que tipo de enunciatório consumirá esse discurso e de que maneira a posição social deste poderá influenciar na disseminação do conteúdo ideológico professado pelo discurso.

Criada em 1968 pelos jornalistas Victor Civita e Mino Carta, a revista *Veja* é a publicação de maior circulação do País. Suportam essa afirmação dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) – entidade sem fins lucrativos constituída e dirigida pelo mercado publicitário brasileiro, com interesse em assegurar a transparência e confiança dos números de circulações impressas e digitais – relativos a outubro de 2009, que informam que *Veja* teve uma tiragem de 1.220.695 exemplares e uma venda líquida de 1.088.031, repartidos em duas frentes: 932.404 exemplares adquiridos por assinantes e 155.627 por meio de venda avulsa (IVC, 2009). Ainda segundo o IVC, a estimativa projetada de leitores totais da revista é de 8.812.000, ou

seja, oito vezes mais do que a base de consumidores que adquiriram diretamente a revista.

Ao tomarmos por base esses números, a primeira informação que consideramos importante é o fato de que 86% dos exemplares de *Veja* pertencem a assinantes regulares da revista, ou seja, indivíduos que supostamente a consomem toda semana e estão em contato permanente com ela. Consideramos a decisão ativa de se tornar um assinante regular da revista, ou seja, o desejo de poder usufruir de seu conteúdo semanalmente, sinalizadores da aquiescência e da concordância dos leitores para com a linha editorial da revista e, por extensão, com seu discurso e viés ideológico.

Em relação à estratificação por sexo, o público leitor de *Veja* é relativamente equilibrado: 55% para o sexo feminino e 45% para o masculino. Quanto à idade, a faixa predominante – com 42% do total – é aquela que compreende adultos entre 25 e 44 anos, além de 21% na faixa de 50 anos ou mais. No tocante à distribuição por regiões administrativas, 58% dos leitores de *Veja* vivem na Região Sudeste; 15% na Região Sul; 14% na Região Nordeste; 9% na Região Centro-Oeste e 4% na Região Norte (IVC, 2009). Segundo dados do IBGE, a participação dessas regiões no produto interno bruto (PIB), ou seja, a soma das riquezas produzidas pela população economicamente ativa de um país, respectivamente, é de: 56,4%; 16,6%; 13,1%; 8,9% e 5% (O Globo, 2009).

Analisando os números relativos à idade e cruzando os dados de leitores por região mais participação no PIB, podemos observar que a maior parte dos leitores da revista concentra-se na faixa produtiva da população, ou seja, indivíduos que

potencialmente oferecem condições físicas e psicológicas de integrarem o grupo de trabalhadores que geram riquezas para o país. Obviamente, para estarem nesse contexto produtivo, as pessoas precisam de um maior ou menor grau de conhecimento especializado – para que exerçam suas funções de maneira satisfatória –, saberes que, para serem apreendidos, necessitam de algum tipo de estudo ou formação específica. Em outras palavras, acreditamos que os dados expostos nos indicam que os leitores de *Veja* são indivíduos ativos, atuantes em seu meio social, seja pela competência enciclopédica e cognitiva, seja pela rede de relacionamentos que, naturalmente, forma-se em seus ambientes de trabalho. A interação nesse contexto oferece terreno para que processos comunicacionais se estabeleçam e sirvam como formas de propagação de ideologias, entre elas, aquelas difundidas pela revista.

Finalmente, os dados referentes à penetração por classe social indicam que 30% dos leitores de *Veja* são da classe A; 42%, da classe B; 24%, da classe C; 4% da classe D e 0% da classe E (IVC, 2009). No quadro 3.1, a seguir, é possível verificarmos os critérios econômicos levados em conta pelo Instituto Ipsos Marplan – entidade responsável pela coleta e classificação dos dados relativos a classe social para o Grupo Abril – para definir classes sociais.

<b>Classe</b>	<b>Renda familiar (R\$)</b>	<b>População economicamente ativa (%)</b>	<b>Renda individual (R\$)</b>	<b>População economicamente ativa (%)</b>
<b>A</b>	9.499,60	6%	3.545,37	7%
<b>B</b>	3.585,37	28%	1.371,34	29%
<b>C</b>	1.395,31	47%	594,29	47%
<b>D</b>	783,98	17%	382,67	15%
<b>E</b>	537,99	2%	307,27	2%

**Quadro 3.1.** Renda familiar e individual mensal, por classe social, no Brasil em 2008 (Ipsos Marplan, 2008).

Observando-se o quadro apresentado e confrontando-o com os números indicativos dos leitores de *Veja* divididos por classe social, encontramos que 72% de seu público é constituído por indivíduos cuja renda familiar se encontra no topo ou próximo dele na pirâmide de rendimentos mensais da população brasileira economicamente ativa. Isso comprova o que dissemos quanto a cargos cujos rendimentos se aproximem daqueles que definem classes A e B exigirem indivíduos com bom grau de escolarização e serem postos mais elevados na hierarquia empresarial, de profissões que gozam de maior prestígio social, como engenheiros, arquitetos, advogados, médicos, psicólogos e jornalistas.

A possibilidade de acesso à informação por parte desse contingente de pessoas é amplo, tanto do ponto de vista econômico (condições financeiras para

contratar o serviço de TV a cabo e internet, por exemplo) quanto de competência cognitiva (um grau de escolaridade maior oferece condições para o desenvolvimento de uma consciência mais crítica e analítica sobre a realidade).

Compreendemos, pela observação dos números relativos à circulação da revista, que sua possível atuação como propagadora de ideologias não se restringe somente aos leitores diretos, aqueles que assinam ou compram a revista na banca; na verdade, seu alcance indireto é mais amplo. Parcela importante do público de *Veja* é formado por indivíduos de grande influência no meio social, pessoas que gozam de credibilidade e prestígio, ambos proporcionados por sua posição mais elevada no mercado de trabalho, traduzida em maior escolaridade e possibilidade de acesso a outros meios de informação e educação, convertendo-os, por fim, em formadores de opinião, pessoas cujos pontos de vista são ouvidos, respeitados e, o mais importante, reproduzidos e difundidos.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISE DO *CORPUS*

#### 4.1 Introdução

Nossa análise concentra-se na identificação e descrição dos modelos mentais específicos construídos pelo cronista Diogo Mainardi para representar, via discurso, o Presidente Lula e indivíduos ideologicamente alinhados a este. É nosso objetivo investigar de que maneira, em seus textos, Mainardi faz uso de algum tipo de manipulação cognitiva para influenciar ideologicamente seu enunciatário.

O modelo mental, como vimos, é a instanciação de ideologias e atitudes sociais, momento em que o geral transforma-se no específico, ou seja, em que as atitudes sociais convertem-se em opiniões pessoais e em que o conhecimento geral é particularizado, pessoal, sempre com relação a acontecimentos e situações reais e localizadas historicamente.

No tocante à sua ligação com o discurso, o modelo mental, segundo van Dijk (1997: 218) forma a base da construção textual localizada, ou seja, corresponde a "aquilo de que as pessoas falam, aquilo a que se referem". Apoiados nesse conceito, acreditamos que o modelo mental sirva de base para a compreensão e a interpretação de um discurso, seja pela construção de um modelo novo (quando a temática discursiva é desconhecida do enunciatário, por exemplo) ou pela atualização de um modelo já existente. Outro aspecto importante da concepção de modelo diz respeito ao fato de que, mais do que apenas uma representação, ele explicita a opinião, o ponto de vista que determinado indivíduo tem sobre um tópico

específico. Assim, modelos serão sempre pessoais e avaliativos, e, por isso mesmo, ideologicamente influenciáveis.

Como já referimos, nossas análises sobre modelos mentais serão embasadas em preceitos teóricos da ACD. Para ela, a análise de textos é um recurso que cria condições para uma tentativa de compreensão dos processos sociais envolvidos na produção de um discurso, focando a análise no modo como o enunciador produz um texto por meio das relações estabelecidas. A abordagem crítica do discurso é caracterizada por levar em conta as relações entre linguagem e sociedade, de maneira que se possa compreender as relações entre discurso, poder e desigualdades sociais (Carvalho, 2008).

Nossa análise contempla, mais detalhadamente, dois aspectos que consideramos importantes para a construção e/ou reatualização de um modelo mental específico: o contexto e a maneira como se dá a representação de um ator social.

#### **4.2 O contexto na crônica de Mainardi**

Segundo van Dijk (1983), uma análise crítica precisa contemplar as dimensões do contexto nas perspectivas histórica, política e social, uma vez que o contexto cumpre papel preponderante na formação de modelos mentais específicos. Assim, a despeito de os textos analisados nas páginas seguintes não contemplarem um assunto diretamente ligado à temática do episódio político conhecido como mensalão, foram produzidos em um momento no qual as denúncias relativas ao escândalo frequentavam as manchetes dos jornais e as conversas nas calçadas. A imagem do Presidente Lula, de seu partido e de seus partidários possivelmente

estava muito relacionada a conceitos e atitudes moralmente condenáveis por grande parcela da sociedade, como corrupção, mentira e desconfiança.

Diante desse quadro, parece-nos pertinente afirmar que o contexto histórico da época possuía grande peso e força para ser trazido pelo enunciador para seu discurso. Mesmo que, a princípio, o tópico mensalão não estivesse presente na crônica como um assunto a ser tratado ali, permeava o modelo de contexto dos enunciatários que entravam em contato com o discurso de Mainardi, favorecendo uma determinada interpretação de seu texto, em detrimento de outras possíveis interpretações.

Ao entrar em contato com um texto, segundo van Dijk (2001), o enunciatário recorre a um modelo de contexto que o orienta no processamento das informações contidas naquele discurso. Esse modelo se constrói a partir da vivência cotidiana que o enunciatário experimenta no tocante a eventos dos quais participa ou de representações inferidas a partir de eventos comunicativos, como, por exemplo, artigos em jornais e revistas ou conversas cotidianas. A existência de modelos de contexto permite ao enunciatário rapidamente identificar de que se trata em determinada situação comunicativa, ativando modelos mentais prévios que lhe ajudem na decodificação das informações que se lhe apresentam.

Vale salientar que, do ponto de vista do enunciatário, essa situação comunicativa engloba desde o reconhecimento do veículo informativo (por exemplo, um artigo de opinião numa revista ou um extrato bancário, e o que esperar discursivamente a partir daí), passa pelos atores sociais representados no discurso e chega até mesmo na identificação do enunciador. Assim, ao se defrontar com um

discurso de Mainardi na *Veja*, o enunciatário evocará um modelo de contexto que permitirá a recuperação de quem seja Mainardi, de que escreve uma crônica opinativa, em geral sobre política, com uma seleção lexical baseada no emprego de determinado registro linguístico e, mais importante, das ideias, opiniões e pontos de vista defendidos pelo enunciador.

Ao adotar a premissa de que modelos de contexto podem atuar ideologicamente, van Dijk (1997) afirma que, talvez, nossas opiniões sejam, então, ativações de modelos que possuímos acerca dos atores sociais ou de situações específicas. É pensando justamente nesse último aspecto que consideramos importante observarmos, mais atentamente, a maneira como Mainardi trabalha para criar um contexto que fundará a base sobre a qual desenvolverá suas crônicas opinativas.

#### **4.2.1 Análise do texto 1**

Na crônica "Ginecomastia, sanfoneiros, pobres" (doravante denominada Texto 1), Mainardi, nos três primeiros parágrafos, procura criar um modelo de contexto determinado e que oriente o restante de seu texto, afirmando a existência de um suposto desinteresse dos leitores da *Folha Online* – versão eletrônica do jornal impresso *Folha de S. Paulo* – para com o horário eleitoral, já que a notícia mais lida no *ranking* desse periódico tratava de um assunto teoricamente mais banal: a operação plástica de um comediante da TV.

Para dar sustentação a esse argumento, o enunciador apoia-se em dois conceitos que ele assume como verdadeiros: 1) o *ranking* de notícias mais lidas da *Folha Online* – um sistema de classificação gerado a partir do que os internautas

mais se interessam em ler no *site* – é dotado de algum grau de autoridade para que se criem (e se julguem) duas classes (opostas) de leitores: a) os interessados por política e b) os desinteressados pelo assunto; 2) o fato de uma notícia sobre o horário eleitoral não estar em primeiro lugar no *ranking* da *Folha Online* sugere um desinteresse dos leitores por assuntos políticos, em detrimento a outras temáticas, como a ginecomastia de um artista de televisão.

Para van Dijk (2005), o contexto criado pelo discurso revela marcas ideológicas importantes. Levando isso em conta, ao nos debruçarmos sobre o primeiro conceito apresentado por Mainardi, deparamo-nos com a questão central do porquê da citação de um jornal específico, a *Folha Online*, em detrimento de um outro qualquer. O periódico eletrônico *Folha Online* possui uma associação com o provedor de conteúdo para internet Universo On Line (UOL). Tanto é assim, que o jornal digital pode ser acessado diretamente a partir do portal de notícias do próprio UOL. Esse provedor pertence ao Grupo Abril, conglomerado que é proprietário da revista *Veja*, a mesma que publica a crônica semanal de Mainardi. É razoável acreditarmos, portanto, que tanto a *Folha Online* quanto a revista *Veja* compartilhem de uma mesma ideologia editorial, estando tão próximas nesse sentido, que o enunciador sente-se autorizado a citar o jornal em seu texto.

Acreditamos que a força da citação da *Folha Online* no discurso de Mainardi origina-se na posição institucional do jornal *Folha de São Paulo*, um veículo informativo tradicional, de grande circulação e possivelmente bastante conhecido pelo público. Assim, gozaria de autoridade suficiente para rotular leitores em interessados ou desinteressados com base em um sistema de *ranking* e ser acreditado pelos enunciatários, afinal, não se trata de um jornal de bairro, mas de

um suposto bastião da boa informação. Isso corrobora o que observamos em van Dijk (2006), segundo o qual o discurso midiático possui muita credibilidade junto ao leitor, agindo como um guardião da verdade. O que se salienta, porém, é o fato de o jornal citado pertencer ao mesmo grupo editorial de *Veja*, provavelmente compartilhando das mesmas bases ideológicas e visões de mundo.

A segunda inferência na qual o cronista se apoia é a ideia do ranqueamento de notícias como argumento para se classificar o grau de interesse das pessoas sobre determinado assunto. Em termos absolutos, a função de um *ranking* desse tipo é, de fato, listar as notícias por ordem de acesso, ou seja, classificá-las em mais lidas e menos lidas. Entretanto, relacionar esse conceito a um suposto interesse/desinteresse pelas notícias políticas parece-nos uma maneira de manipular o modelo de contexto do enunciatário por meio de uma falsa associação de ideias.

Obviamente, a *Folha Online* não é a única fonte de notícias de que as pessoas dispõem para se informar. É possível, por exemplo, que muitos leitores tenham optado por ler algo a respeito do programa eleitoral em outro jornal, outra revista, outro *site* de notícias ou assistindo ao noticiário na TV. É cabível supormos, portanto, que a notícia publicada na *Folha Online*, especificamente, não lhes tenha causado interesse ou, se causou, o foi em segundo plano. Sem informações contextuais adicionais que apoiem esse ponto de vista (como, por exemplo, saber se a *Folha Online* é a única fonte de informação dos leitores desse jornal eletrônico), apontar para um *ranking* como medidor de interesse é apenas uma inferência que se revela inexata. Finalmente, a valoração de uma notícia como mais ou menos importante é uma ação subjetiva, individual, não leva em conta aspectos lógicos e

exatos. Uma notícia que o cronista considera importante e digna de leitura em um *site* pode não sê-lo para outro indivíduo, ou não ser tão essencial a ponto de justificar uma busca no *site* do jornal no dia seguinte. Tal conduta, enfim, não implica necessariamente desinteresse pelo assunto. Entretanto, Mainardi prefere ignorar essa possibilidade, uma vez que isso enfraqueceria o argumento no qual procura fundar o modelo contextual de sua crônica: o de que parte da sociedade brasileira não dá a atenção necessária ao rumo político do País.

Essa postura corrobora o que encontramos em van Dijk (1995), para quem o fato de certas proposições, conceitos ou ideias não serem colocadas ao alcance do enunciatário dificultaria a tarefa de este criar modelos mentais alternativos e que pudessem ir de encontro àquele desejado pelo enunciadador, um indício bastante forte de manipulação discursiva.

#### **4.2.2 Análise do texto 2**

A construção de um modelo de contexto que oferece condições para o estabelecimento de um modelo mental específico por parte do enunciatário também é observada na crônica "Os bandidos e a CPMF", doravante denominada de Texto 2. Luiz Gushiken, ator social referenciado na crônica, foi, entre outros cargos públicos e privados, coordenador das campanhas presidenciais de Lula em 1989 e 1998, além de chefe da Secretaria de Comunicação da Presidência da República, cargo que lhe dava *status* de ministro. Acossado por denúncias relativas ao Mensalão, foi afastado de suas funções no fim de 2005 e, logo após a reeleição de Lula em 2006, deixou definitivamente o governo petista.

A definição de um modelo de contexto específico, assim como havia ocorrido no Texto 1, é a preocupação inicial de Mainardi, que utiliza o primeiro parágrafo para tal. De começo, localiza temporalmente o evento ("Aconteceu alguns dias antes do Natal") e, depois, procede a uma curta narração de um fato concreto: o assalto à chácara de Luiz Gushiken na cidade de Indaiatuba/SP, de onde foram roubados, entre outros itens, "uma quantia não especificada de dólares", sublinhando que essa informação fora dada pela polícia. É exatamente essa expressão que, colocada em evidência por Mainardi, será o fio condutor dessa crônica, muito mais do que o assalto em si ou os outros objetos roubados. Buscar entender por que o enunciador opta por referenciar um aspecto do evento em detrimento de outro é importante para continuarmos a compreender de que maneira Mainardi constrói o contexto no qual fundará toda sua crônica.

Segundo van Dijk (1997), ideias como relevância e importância fazem parte do conjunto de conceitos que explicam a distribuição e a ênfase da informação, atuando também nas relações funcionais estabelecidas entre os elementos proposicionais. De igual modo, tais conceitos servem para mostrar quão intimamente ligados estão o significado e a informação ou o conhecimento (no âmbito cognitivo); além disso, reside justamente no desejo de enfatizar essa ligação entre significado e informação o fato de algumas proposições serem mais focalizadas pelo enunciador em detrimento de outras, numa utilização que evoca, em algum grau, o caráter ideológico.

A despeito de a informação ser um conceito de caráter impreciso – afinal, o que é importante para um indivíduo pode não ser relevante para outro –, é possível discutir-se esse conceito com base nas implicações cognitivas que um determinado

dado, quando citado, explicitado ou elidido, terá para o entendimento do discurso e a série de inferências que pode acabar por ser suscitada a partir do modo como o enunciador resolve encaminhar certa informação. É por isso que, para van Dijk (1997), o conceito de importância mostra-se fortemente controlado pelo aspecto ideológico do discurso.

Além da importância, há também o conceito de relevância e, embora ambos compartilhem de propriedades em comum, são ideias distintas e complementares, afinal, como cita van Dijk (1997), "há informações relativamente dispensáveis que podem muito bem ser relevantes e vice-versa". Bastante dependente do contexto, uma informação pode ser mais ou menos relevante para um discurso (pois condiciona a interpretação de expressões posteriores), para o contexto de uma interação (por exemplo, porque esse conhecimento é indispensável a ações subsequentes) ou, de maneira mais geral, para as necessidades que dela têm determinados enunciatários.

Na crônica de Mainardi, em especial no Texto 2, observamos que as noções de importância e relevância apresentam-se bastante presentes e pertinentes. Afinal, é a partir de uma determinada informação e do grau de relevo imposto pelo enunciador que essa crônica se desenvolve. Especificamente, o cronista ressalta, no primeiro parágrafo, como dissemos antes, que a chácara de Luiz Gushiken fora assaltada e que, de lá, foram subtraídos alguns objetos: "(...) 10 mil reais em dinheiro, além de computadores, joias e, de acordo com a polícia, **uma quantia não especificada de dólares**". A expressão destacada por nós em negrito torna-se importante, porque é a partir dela que Mainardi desenvolverá sua crônica e acabará por criar uma representação específica de Gushiken.

O alto grau de importância e relevância dada por Mainardi a essa informação específica pode ser observada quando entramos em contato com o segundo parágrafo do texto, no qual o cronista escreve: "Eu me pergunto quanto pode ser uma quantia não especificada em dólares. 315? 3.150? 31.500? Quanto? Nos últimos anos, os petistas se acostumaram a lidar com grandes valores. 315.000 dólares?". A partir do momento em que Mainardi opta por desenvolver algum tipo de raciocínio relacionado a um dos itens roubados em especial, isso nos faz acreditar que, para o propósito do seu discurso, esse item é mais importante e relevante do que todos os outros objetos subtraídos da chácara de Gushiken, tão mais importante, que merece continuar a ser discutido logo a seguir. Não interessaria, então, para os propósitos de Mainardi, que computadores, joias e uma quantia em moeda brasileira tenham sumido, mas, sim, um valor inespecífico em dólares. Quando o cronista se atém a um dos objetos do roubo, fica claro para nós que ele se interessa bem pouco pelo assalto em si ou pela questão da criminalidade, até porque, se assim o fosse, é bem possível que os objetos roubados seriam classificados linearmente quanto ao seu grau de importância.

A despeito de a quantia de dólares ser inespecífica, Mainardi se permite especular quantos dólares teriam sido roubados da chácara, citando valores arbitrários e múltiplos em escala crescente, chegando à casa dos milhares e justificando isso pelo fato de, segundo ele, "os petistas se acostumarem a grandes valores". O mensalão – assim como o suposto envolvimento de diversos petistas no esquema – se fazia bastante presente naquele momento e, certamente, influenciava a representação que a opinião pública construía de atores sociais ligados ao Partido dos Trabalhadores a partir dos discursos produzidos pela imprensa escrita. O próprio Luiz Gushiken era acusado de ter cometido o crime de peculato, ou seja, a

apropriação indevida e irregular de dinheiro público para benefício e usufruto próprios, denúncia que, posteriormente, foi aceita pelo Ministério Público Federal (FOLHA, 2007). Assim, acreditamos ser razoável entendermos que Mainardi trabalha a contextualização do Texto 2 para evocar, na memória episódica de seus enunciatários, informações relevantes ideologicamente no sentido de dar suporte à representação que procurará construir de Gushiken, de seu partido e do Presidente por meio de sua crônica opinativa.

Como o dissemos, o grau de importância conferido a determinada informação se estabelece a partir das consequências cognitivas e da série de inferências que serão suscitadas por aquela informação; desta maneira, interessa a Mainardi trazer à memória de seu enunciatário, mesmo que de maneira indireta, informações que o ajudarão a estimular em seu leitor uma representação específica de Gushiken e que vá ao encontro do viés ideológico que pretende disseminar. Assim, o cronista não apenas sugere uma grande quantia de dólares (US\$ 315.000 – trezentos e quinze mil dólares), como também reforça que os petistas estariam acostumados a grandes valores. É importante observarmos que, a partir daqui, estimula-se no enunciatário a representação de que Gushiken provavelmente possuísse muito dinheiro em moeda estrangeira em casa.

Ainda como parte do processo de construção de um modelo de contexto específico, o cronista se questiona no parágrafo seguinte: "(...) o que há para comprar com dólares em Indaiatuba. O Mercadinho dos Sapatos negocia em dólares? A Sorveteria San Ramo negocia em dólares? A Loja Picapau negocia em dólares?". Mainardi, quando lança mão dessas perguntas retóricas, quer exatamente mostrar que a utilização do dinheiro, aquela mais óbvia e primária: o pagamento por

bens e serviços, em Indaiatuba, ou seja, numa cidadezinha do interior, não poderia ocorrer por meio de dólares. Mainardi quer levar a acreditar que uma quantia de dinheiro guardada em casa pode ter outra destinação ou outro propósito além daquele de, simplesmente, pagar por mercadorias e serviços. Outro aspecto que nos chama a atenção nesse parágrafo é o fato de Mainardi utilizar reiteradamente o substantivo "dólares" ao longo de cada pergunta retórica. Trata-se de uma prática que corrobora o que já discutimos anteriormente nesta Dissertação, à página 41, sobre a repetição ser uma estratégia bastante importante para a fixação de uma informação que seja fundamental para o encaminhamento que se quer dar a um determinado modelo mental privilegiado, em detrimento de possíveis outros.

A grande questão para entendermos melhor a manipulação contextual exercida por Mainardi no Texto 2 é, justamente, observar as possibilidades que ele oferece ao seu enunciatório, sobre dados da realidade que possibilitem ao seu leitor construir um modelo de contexto distinto do que se apresenta como "natural".

Como afirma van Dijk (1997), um modelo mental particular será tanto mais efetivo quanto maior for seu nível de generalização, abstração e descontextualização, atribuindo a membros de um determinado grupo social um padrão de ações repetidas e similares que consideramos erradas ou ruins. Levando isso em conta, acreditamos, então, que seja muito mais eficiente, em termos ideológicos, que o cronista crie cenários nos quais aquelas ações classificadas como condenáveis tornem-se perceptíveis, evitando hipóteses que pudessem enfraquecer sua proposta argumentativa e fortalecer a representação do ator social referenciado na crônica.

Desta maneira, apoiado em um momento histórico desfavorável a membros do Partido dos Trabalhadores, com denúncias de crimes e participação em negociatas com dinheiro público no escândalo do mensalão, Mainardi se utiliza de uma informação concreta (uma quantidade de dólares roubados), mas inespecífica, atribui-lhe um alto grau de importância e relevância e, estrategicamente, cria um modelo de contexto enviesado e desfavorável a Gushiken e, por extensão, a todos os demais petistas. O fato de não se saber a verdadeira quantia roubada dá a Mainardi liberdade para estabelecer um contexto tendencioso com vistas a influenciar seu enunciatário.

Por causa da instanciação de atitudes gerais de grupos em opiniões particulares e pessoais, as atitudes ideológicas possuem poder de influência na formação ou atualização de modelos de contexto (van Dijk, 1997), o que significa que, mesmo indiretamente, os modelos podem ser ideológicos. Assim, quando se considera tendenciosa ou manipuladora a maneira pela qual um enunciador opta por construir o modelo de contexto de seu discurso, quer-se dizer que ele empregou atitudes ideológicas para tal. Uma vez que tais modelos são a base mental do discurso, é por meio de modelos ideológicos que os próprios discursos podem tornar-se ideológicos ou ser interpretados como tal.

É evidente que não podemos, na análise a que nos propomos empreender, identificar os vieses ideológicos que motivaram Mainardi a adotar uma determinada estratégia de construção de contexto, pois o discurso do cronista não apresenta, de maneira direta e explícita, seu posicionamento ideológico. Assim, por mais que saibamos que todo discurso é ideológico por natureza, levamos em conta o alerta

que van Dijk (1997) nos faz, de que um discurso nem sempre apresenta, de maneira explícita e direta, as estruturas ideológicas que nos permitam identificá-lo como tal.

Entretanto, acreditamos ser possível afirmar que Mainardi, deliberada e ativamente, manipula seu enunciatário quando cria modelos de contexto baseados em dados incompletos e capciosos – informações que, justamente por sua imprecisão, oferecem margem para que o cronista suponha e especule inferências e interpretações que, em nenhum dos casos analisados, favoreceram os atores sociais envolvidos, Lula no Texto 1 e Gushiken no Texto 2, indícios que, se não são suficientes para nos dizer muito sobre o viés ideológico de Mainardi, servem muito bem para nos mostrar qual é a ideologia contra a qual ele investe e da qual, portanto, ele não compartilha. Ao 1) generalizar um *ranking* específico de um jornal e atribuir a ele força de autenticidade e poder para classificar leitores em interessados ou desinteressados em política e 2) ao especular sobre um montante desconhecido de dólares roubados – criando um contexto fictício, dada a ausência de informações concretos sobre a quantia roubada –, Mainardi proporciona condições para que seus enunciatários criem modelos mentais desfavoráveis de Lula, de Gushiken e, por extensão, do partido político ao qual pertencem.

Além do modelo de contexto manipulado, consideramos o fato de que o exame sobre a maneira como os atores sociais são representados por Mainardi em seu discurso também cumpre papel importante para entendermos o modelo mental

que o cronista procura oferecer ao seu enunciatório. A seção a seguir dedica-se a analisar como essa representação acontece em suas crônicas<sup>8</sup>.

### **4.3. A representação na crônica de Mainardi**

#### **4.3.1 Análise do texto 1**

Conforme discutimos anteriormente, no texto 1, Mainardi cria um modelo de contexto baseado em uma informação que, analisada mais de perto, mostra-se incompleta ou insuficiente para uma contextualização mais ampla: classificar o interesse político de um determinado segmento de leitores de um jornal a partir do aparecimento (ou não) de uma notícia no *ranking* de reportagens mais lidas deste mesmo periódico. O cronista assim menciona, no terceiro parágrafo: "O eleitor consciencioso pode deplorar a apatia política dos internautas da Folha Online, mas o fato é que a ginecomastia de Ceará é um assunto muito mais interessante do que o programa eleitoral". Observamos aqui que Mainardi cria duas categorias de leitores, representando-os de maneiras distintas: os conscienciosos, preocupados com os rumos políticos do país e que assistem a programas eleitorais, e os não-conscienciosos, alheios ao que se desenrola no contexto político e que se preocupam mais com notícias aparentemente fúteis, como a operação plástica de um comediante popular.

A partir do momento em que polariza os eleitores em tais grupos, Mainardi apresenta-se como pertencente a um deles, como podemos verificar no seguinte segmento do quarto parágrafo: "Acompanhei a estreia da propaganda de todos os

---

<sup>8</sup> Optamos por não criar um subitem específico para a análise do contexto na crônica "Teodoro e Teodorino" por acreditamos que, nesse texto em especial, ele não desempenhe um papel tão decisivo no sentido de influenciar a representação dos atores sociais. Assim, qualquer menção ao contexto será feita no decorrer da própria análise sobre a representação desses atores sociais.

candidatos a presidente. Menos a de Geraldo Alckmin (...) porque temo desistir de votar nele". Esse segmento chama nossa atenção por dois aspectos. Primeiro, porque serve para confirmarmos a posição na qual Mainardi se coloca, de eleitor consciencioso, de alguém que estaria preocupado em assistir ao horário eleitoral, de um indivíduo que provavelmente deplora o interesse difuso dos leitores do jornal Folha Online e, mais do que isso, o desinteresse deles pela política. Segundo, aspecto é que, a despeito disso, o cronista afirma ter preferido não assistir, justamente, ao programa do candidato em quem ele escolheu votar, Alckmin. Instala-se uma contradição no discurso de Mainardi, que parece ir de encontro à posição de leitor consciencioso que acabara de estabelecer para si – a de alguém interessado em saber sobre política e sobre os candidatos às eleições.

A contradição inscrita nessa representação de eleitor consciencioso que Mainardi vincula a si continua no quarto parágrafo, porém com o acréscimo das razões de sua ação. Nele, o cronista declara: "**Como já esclareci aqui na coluna**, pretendo evitar qualquer contato com sua campanha [de Alckmin], porque temo desistir de votar nele" (grifo nosso). É importante aqui o fato de que Mainardi opta por não recuperar a informação anterior por ser indicativo de que pressupõe um enunciatório cativo, leitores que o acompanham toda semana na *Revista Veja* e que, por isso, compartilhem visões de mundo similares às suas.

O esclarecimento ao qual Mainardi se refere encontra-se na crônica "Vote de nariz tapado", publicada em 19 de julho de 2006, na edição n. 1965 da *Revista Veja*. Lá, o cronista afirma textualmente: "(...) Disse e repito: vote em Geraldo Alckmin. É o melhor jeito de importunar os petistas". A partir da recuperação do intertexto, observamos que Mainardi opta por um candidato em especial, não por suas

possíveis qualidades como homem público ou por um programa de governo que chame sua atenção, mas porque se trata de um candidato que, segundo a ótica do cronista, tem potencial para fazer frente a Lula na eleição. Alckmin seria capaz de evitar que o PT vença e que sua ideologia, por extensão, prevaleça e dite os rumos do país.

Mainardi, como vimos, critica a apatia política dos leitores da *Folha Online*, indiretamente classifica-os como não conscienciosos, representa a si próprio como alguém interessado em política (afinal, assiste ao horário eleitoral), afastando-se desse mesmo grupo. Entretanto, ao afirmar que sua motivação pela escolha de certo candidato justifica-se por se tratar do "melhor jeito de importunar os petistas", deixa evidente que o critério de sua escolha não se baseou na biografia política ou na competência administrativa do candidato em algum mandato anterior.

Acreditamos, entretanto, que a contradição instalada no discurso do cronista pode ser explicada como uma postura irônica de Mainardi, que consideraria a política brasileira malfeita e que trilha caminhos muitas vezes absurdos, acabando por proporcionar ao país candidatos e governantes pobres quanto à capacidade administrativa ou à elevação moral. Com o tempo, a classe política passou a ter uma visão desgastada e desacreditada pela sociedade, um sentimento que se renovaria após cada escândalo noticiado, como o do Mensalão, e que fortaleceria nas pessoas o desinteresse pela política, ao mesmo tempo em que abriria espaço para a preocupação com notícias corriqueiras e até fúteis, como a operação plástica de um artista da TV.

Esse conjunto de características inerentes à figura do político, provavelmente, redundaria na pouca ou nenhuma importância que as pessoas dariam ao horário eleitoral, a notícias originadas a partir dele ou, até mesmo, ao rumo político do Brasil. Em virtude desse descompromisso histórico atribuído pelo eleitor à classe política, em época de eleições, não haveria uma relação de empatia “positiva” entre eleitores e candidatos, no sentido de se votar em um indivíduo com base em critérios coletivos e objetivos (programas de governo que atendam aos anseios e às necessidades do eleitorado, histórico de boa capacidade administrativa etc.). Ao contrário, prevaleceria uma empatia “negativa”, ou seja, o voto seria dado a partir de critérios individuais e subjetivos (aparência, trajetória de vida, pertencimento a uma determinada classe social). É essa postura que Mainardi condena e agrega à representação do eleitorado do presidente Lula e que justificaria seu voto em Alckmin: não porque se trata de um político competente, mas porque teria a capacidade de desafiar nas urnas um candidato que se tornou presidente apenas, segundo o cronista, por sua empatia “negativa”, a despeito de considerá-lo incapaz no tocante à administração pública.

Ainda como parte da estratégia de construção de uma autorrepresentação positiva, acreditamos que o cronista procura vincular a si um caráter de sabedoria e erudição, quando tem a preocupação de esclarecer seu enunciatário a respeito do significado do termo ginecomastia, no segundo parágrafo: "(...) A ginecomastia é o aumento do volume das mamas no homem. Em geral, é provocada por (...)". A sabedoria é uma qualidade respeitada e classificada como importante nas mais diferentes culturas. Segundo Bordieu (1977), trata-se de um capital simbólico que legitima o poder; para van Dijk (2008), é um bem valorizado pela cultura na forma de *status*, facilitando o acesso a esse mesmo poder. Ao acreditar que falte ao seu

enunciatório conhecimento suficiente para saber o que significa ginecomastia (do contrário, certamente, não se preocuparia em explicar) e, então, oferecer um esclarecimento, Mainardi fortalece seu próprio discurso, assim como sua crítica ao fato de as pessoas se preocuparem com um assunto que ele, cronista, não considera tão relevante.

O pertencimento a determinada classe social é outro aspecto que merece atenção na autorrepresentação de Mainardi. No quarto parágrafo do Texto 1, quando diz não ter assistido ao programa eleitoral do candidato Alckmin, o cronista relata: "Quando ele apareceu na tela, mudei imediatamente de canal, para um velho espetáculo musical na RAI." O fato que chama nossa atenção aqui é que, contrariamente à atitude tomada com relação ao termo ginecomastia, no que tange à RAI, Mainardi não se preocupa em esclarecer o seu enunciatório sobre o que significa o termo: uma emissora estrangeira de TV (italiana e com programas em língua nativa) disponível somente por assinatura paga de transmissão a cabo, restrita, portanto, a pessoas posicionadas em determinada faixa de renda. Segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel (2010), apenas cerca de 8% da população brasileira é usuária de algum sistema de TV por assinatura. Isso quer dizer que se trata de um serviço que não pode ser considerado popular e de acesso amplo. Identifica-se, assim, com seu enunciatório que entende ou usa a RAI. O cronista e seu enunciatório, enfim, ambos com acesso ao canal RAI, fariam parte da mesma classe social e, provavelmente, partilhariam de ideologias e visões de mundo parecidas.

Por outro lado, Mainardi busca se desvincular, no plano de construção de sua autorrepresentação, da cultura popular. Observamos essa tendência no segundo

parágrafo, quando diz: “Eu desconhecia o comediante Ceará. Ele é imitador de Sílvio Santos”. O cronista, ao revelar seu desconhecimento sobre uma “celebridade” televisiva que atua no popular programa humorístico *Pânico na TV*, que desfruta de audiência expressiva nas tardes de domingo<sup>9</sup>, permite inferir que não assiste a esse tipo de programa e que só tomou conhecimento da existência do comediante quando estava em busca de informações sobre política.

Até aqui, Mainardi foca-se especificamente na sua autorrepresentação. Procura vincular a si atributos que considera positivos, como o de indivíduo preocupado com o rumo político do país – traduzido em seu interesse por buscar notícias na *Folha Online* e sua decepção por constatar uma certa apatia dos leitores do jornal quanto a esse assunto. Além disso, mostra-se como alguém distante da cultura de massa e indica ser pertencente a uma camada social específica e privilegiada, com acesso aos serviços de TV por assinatura. Não há menções a atributos potencialmente negativos ou que pudessem impactar de maneira negativa o modelo mental que o enunciatário de Mainardi pudesse ter do cronista.

A partir do quinto parágrafo, entretanto, o enunciador centra sua atenção na representação do presidente Lula. Se levamos em conta o que o cronista afirmou sobre Alckmin, é de se esperar que a representação de Lula não será necessariamente favorável ou positiva. De fato, isso já confirma logo no quinto parágrafo, quando Mainardi comenta a respeito do programa eleitoral do candidato petista: “(...) Primeiro apareceu Lula, com um sorriso apatetado, dizendo as mentiras de sempre e penando para seguir o *teleprompter*”.

---

<sup>9</sup> Disponível em <http://virgula.uol.com.br/ver/noticia/diversao/2010/05/17/248799-panico-na-tv-bate-recorde-historico-de-ibope>. Acesso em 20/05/2010.

A primeira constatação é o visível tom agressivo e ofensivo adotado pelo cronista, baseado em observações de cunho pessoal que constrói sobre Lula, sempre colocado em posição ativa nas proposições. Avalia, depreciativamente, o sorriso do presidente. É apatetado – sinônimo para tolo, parvo ou pouco inteligente (Houaiss, 2009). A Lula também é atribuído o papel de um mentiroso frequente e contumaz. Finalmente, o cronista, ao sugerir que Lula pena para seguir o teleprompter, implicitamente, sugere que Lula não possui determinadas habilidades mínimas, mas importantes e essenciais para um governante.

A pretensa ligação e identificação de Lula com o povo também é referenciada como negativa pelo cronista, em especial uma suposta ligação com a população mais pobre; isso se dá no quinto parágrafo. O cronista diz que Lula tem a cara do povo, “um monte de gente feia e pobre”. Essa afirmação, para nós, serve não apenas para ligar Lula a um grupo social específico, mas também para confirmar nossa teoria de que Mainardi projeta sobre si e seu enunciatório típico a representação de que ambos fazem parte de uma classe social mais privilegiada e distante das noções de povo e de eleitor que não sabe votar conscientemente. Ora, se o cronista já manifestou publicamente seu voto em um adversário de Lula e também compara o Presidente a pessoas feias e pobres, então, certamente ele, Mainardi, não se vê como pertencente a esse grupo de indivíduos, o que corrobora nossa posição de que o cronista procura manter distância desse grupo social mais pobre, inclusive atribuindo-lhe um valor negativo, já que o liga à pessoa do presidente Lula.

A valoração negativa de Mainardi quanto à ideia de povo registra-se no quinto parágrafo: “[Lula] (...) continua com uma cara autenticamente pobre. (...) O maior

atrativo de Lula é sua cara. O eleitor pobre olha para ele e vota”. Nesse trecho, consideramos importante apontar para a representação proposta pelo cronista de que o eleitor típico de Lula não vota no candidato por, supostamente, critérios racionais, como a existência de um programa de governo que atenda seus anseios ou alguma característica observável que seja fruto de uma análise cuidadosa. Em vez disso, Mainardi representa o eleitor de Lula como alguém incapaz de escolher um candidato por critérios outros que não sejam os emotivos: a semelhança física e de trajetória de vida. Ao enunciar que o candidato petista tem a cara do povo, o cronista, de certa maneira, iguala candidato e eleitores, ou seja, Lula – a despeito do poder adquirido com a Presidência – é tão feio e pobre quanto seu eleitorado, ao passo que estes – por votarem usando critérios ligados à emoção e não à razão – são tão desprovidos de inteligência e apatetados como o próprio petista.

Finalmente, no último parágrafo da crônica, localiza-se uma última característica vinculada a Lula por Mainardi no sentido de encaminhar para uma representação específica do candidato petista: a incompetência. Podemos observar isso quando o cronista escreve: "Lula só conseguiu chegar até o fim de seu mandato porque tucanos e pefelistas calcularam que seria melhor poupá-lo (...)". O advérbio “só” potencializa a suposta incapacidade de Lula para exercer um cargo executivo, já que ele terminou seu mandato apenas porque a oposição assim o permitiu. Lula, assim, não deteria o poder nem para decidir sobre seu próprio mandato. Apesar de a figura do Presidente da República, em tese, representar o poder máximo de uma nação democrática, o poder de fato estaria, isto sim, nas mãos de outro grupo social, que teria o teórico poder de decidir sobre a continuidade ou não de Lula no cargo.

Na atenção na análise do Texto 1, destaca-se a despreocupação do cronista em procurar utilizar recursos linguísticos que suavizassem suas observações e seus pontos de vista, fazendo da representação que procura construir do candidato petista algo menos agressivo e escancarado. Assim, é escasso o uso de eufemismos ou verbos auxiliares, a seleção lexical resvala na descortesia, com o uso de termos como “apatetado”, “monte de gente”, “cara”. Mainardi dialoga com seu leitor por meio da ironia e da crítica direta, não havendo a preocupação de se fazer parecer imparcial. O cronista não tem o temor de ser visto por seu enunciatório típico como alguém contrário à ideologia representada por Lula, seu partido político e seu eleitorado, dado que seu público leitor compartilha de sua ideologia e pertence ao mesmo grupo social que ele. Sem o temor de ser avaliado ou julgado como um enunciador de opiniões enviesadas, o cronista sente-se autorizado, então, a expor de maneira vigorosa suas opiniões e suas visões de mundo.

#### **4.3.2 Análise do Texto 2**

Vimos, quando da análise do contexto do Texto 2, que Mainardi, a partir de uma informação incompleta – uma quantia inespecífica de dólares roubados de Luis Gushiken, oferece um modelo de contexto enviesado e manipulado que servirá como pano de fundo para que a representação que faz de Gushiken tome uma direção determinada.

No quarto parágrafo, Mainardi afirma: “Luis Gushiken deve ser dos meus. Deve fazer de tudo para sonegar a CPMF<sup>10</sup>.” Depois, prossegue: “Só isso justificaria

---

<sup>10</sup> CPMF: Contribuição Provisória sobre Movimentações Financeiras, a CPMF foi um imposto criado pelo Governo Federal que taxava todas as operações financeiras realizadas em bancos, como depósitos, saques e transferências. Começou a vigorar em janeiro de 1997, foi suspensa em janeiro

aqueles 10 mil reais em dinheiro. Luis Gushiken é um desobediente fiscal”. É interessante observarmos o emprego do advérbio “só”, na medida em que ele limita as opções que Mainardi oferece ao seu enunciatário sobre o porquê de Gushiken guardar dinheiro vivo em casa – Gushiken é um possível sonegador. O cronista não se preocupa em oferecer outras possibilidades e, com isso, permitir que seu enunciatário formule por si um juízo opinativo sobre o que levaria Gushiken a tal prática; ao contrário, Mainardi trata de logo sentenciar o petista, evitando oferecer outras explicações que, possivelmente, pudessem ser favoráveis a uma representação positiva de Gushiken.

Nesse ponto, há um fator que consideramos fundamental para que possamos caracterizar o discurso de Mainardi como manipulador. A CPMF<sup>10</sup> era um tributo descontado diretamente na fonte, em qualquer movimentação financeira, não oferecia espaço para sonegação.

Além disso, mesmo que a facilidade e a praticidade de se movimentar dinheiro por uma agência bancária justificassem o emprego desse tipo de serviço no dia a dia, um indivíduo que optasse por não fazê-lo (não pagar a CPMF), não poderia ser caracterizado como desobediente fiscal. Entretanto, não há esclarecimento algum a esse respeito; abre-se espaço, assim, para algum grau de manipulação cognitiva do enunciatário, no sentido de criar condições para que este formule um modelo mental negativamente enviesado de Gushiken. Essa atitude corrobora o que van Dijk (2008) nos ensina sobre a influência, muitas vezes abusiva, que o manipulador exerce sobre o enunciatário, no sentido de formular enunciados que vão ao encontro de seus interesses.

---

de 1999 e reativada novamente em julho do mesmo ano. Foi definitivamente suspensa em dezembro de 2007 (BRASIL, 2010).

Com base nessa representação construída a partir de um modelo de contexto manipulado, ainda no quarto parágrafo, Mainardi afirma: “Eu já disse que os petistas se acostumaram a lidar com grandes valores. Eles se acostumaram a pagar todos os seus fornecedores por fora, como ficou amplamente demonstrado durante a crise de 2005”. Aqui, é possível observamos a transferência do eixo acusatório, que se distancia de Gushiken e se move para todos os petistas. Assim, num primeiro momento, Mainardi representa Gushiken como um possível sonegador fiscal e, assim, corrupto, para, então, estender esse mesmo conceito negativo a todos os membros de um grupo político-social específico, no caso, àquele do qual Gushiken faz parte. Para corroborar seus argumentos, o cronista cita especificamente o ano de 2005 e atribui a ele o vocábulo “crise”, mas não entra em detalhes a respeito. No caso, ele provavelmente se refere ao momento no qual eclodiram as principais denúncias relativas ao Mensalão e com as quais se ligavam alguns políticos da base do governo, em especial membros do Partido dos Trabalhadores. Quando opta por apenas citar o ano, Mainardi conta que seu enunciatário típico possui, em sua memória episódica, informações relativas ao período referido; em outras palavras, que o leitor possua um modelo mental contextualizado sobre as denúncias e a própria existência do Mensalão, de maneira que se torne mais fácil associar determinadas ações tidas como negativas a membros do PT.

Por fim, no sentido de reforçar a imagem negativa que constrói sobre membros do PT, Mainardi, agora enfocando o próprio Poder Executivo (logo, o Presidente Lula), comenta: “De certa maneira, os bandidos armados e encapuzados trabalham para o governo”. Aqui, por mais que exista uma preocupação em suavizar a afirmação por meio da expressão “De certa maneira”, há referência direta e explícita do Governo Federal com criminosos. Atribui-se àquele um papel que pode

oferecer algumas leituras importantes: a) de incompetência administrativa, já que se passa a noção de que a sociedade é vítima de violência e é um dever do Estado combatê-la, algo no qual fracassa; b) de complacência e conivência do governo com essa mesma violência, no sentido de que ela estimularia as pessoas a guardarem seus bens em bancos, obrigando, portanto, que pagassem impostos; e c) de que o próprio governo fosse constituído de bandidos e criminosos, conceito reforçado pela passagem “Os bandidos (...) agem como fiscais da Receita informais”.

No tocante à autorrepresentação, assim como observamos no Texto 1, também aqui – ainda que em menor intensidade – Mainardi procura vincular a si e ao seu grupo uma autorrepresentação positiva, que se oponha de maneira vigorosa àquela que busca construir do ator ou grupo social referenciado em sua crônica. Em relação a isso, no texto 2, encontramos este segmento no sexto parágrafo: “Se eu pudesse, faria como Luis Gushiken e guardaria todo o meu salário em casa (...) subtraindo do governo o imposto que ele embolsa sempre que tenho de movimentar minha conta bancária”.

Aqui, Mainardi não apenas enfatiza o fato de ser um pagador de impostos, reforçando a distância que ele e seu grupo social têm de Gushiken, como também evidencia seu suposto descontentamento com a política de impostos do governo petista, como se pode observar pelo uso da expressão “Se eu pudesse”, ou seja, de que pagaria por obrigação e não por alguma concordância ideológica. Estrategicamente, entretanto, ao utilizar a forma verbal “subtraindo”, não vincula a si o mesmo caráter de sonegador ao qual associou Gushiken, mas o de um indivíduo que apenas opta por não colaborar com a arrecadação de impostos.

### 4.3.3 Análise do Texto 3

Se, na análise contextual das duas crônicas anteriores, destacou-se a desconstrução dos modelos de contexto trazidos por Mainardi – o que nos exigiu uma abordagem mais interpretativa no sentido de questionar o grau de integridade das informações veiculadas por ele – no Texto 3, esse viés analítico mostra-se menos presente, uma vez que o papel desempenhado pelo contexto é menos decisivo quanto à maneira como o cronista encaminha sua crônica em relação à construção de modelos mentais específicos.

A despeito dessa particularidade, no entanto, a representação negativa também é a tônica do Texto 3, “Teodoro e Teodorino”, que traz como ator social discursivamente referenciado o presidente Lula. Logo no primeiro parágrafo, o cronista procura construir uma representação do presidente baseada em um efeito de comparação entre ele e seu filho Lulinha – como também é conhecido Fábio Luis Lula da Silva – e Teodoro Obiang Nguema Mbasogo – presidente da Guiné Equatorial – e seu filho, a quem o enunciador chama de Teodorino: “Lula e Lulinha são como Teodoro e Teodorino”. Trata-se de uma proposição simples, com o presidente brasileiro e seu filho ocupando posição inicial tópica (eles é que são semelhantes a Teodoro, e não o contrário) e sendo igualados ao chefe de Estado africano.

Consciente de que, talvez, seu enunciatário não possua, em sua memória de longo prazo, informações suficientes para recuperar ou construir um modelo mental satisfatório do presidente Teodoro, o cronista, logo a seguir, preocupa-se em fornecer determinados dados que acredita serem úteis aos propósitos de seu

discurso: “(...) conhecido como ‘O Chefe’, é o ditador da Guine Equatorial. Está no poder desde 1979 (...) Tem um canal de TV”. Um pouco mais à frente, ainda no primeiro parágrafo, Mainardi declara: “(...) só consegui encontrar esses dois casos de presidentes em exercício cujos filhos controlam canais de TV: Lula e Lulinha, Teodoro e Teodorino”.

Acreditamos que haja pouco espaço para dúvidas em afirmar que as informações trazidas ao conhecimento do enunciatário permitem que este construa uma representação bastante negativa sobre o presidente africano, afinal, Teodoro é associado à figura de um ditador – um tipo de figura política que não goza de uma representação muito favorável dentro de uma sociedade regida por princípios democráticos como a brasileira; além disso, é citado o suposto apelido de Teodoro, “Chefe”, bastante intimidador e que denota concentração de poder.

Como observamos no início da crônica, a primeira atitude de Mainardi consiste em igualar Lula e Teodoro por meio de uma proposição simples e curta: “Lula e Lulinha são como Teodoro e Teodorino”. A partir do momento em que são colocados no mesmo nível pelo enunciador, cremos que a representação de um possa interferir de maneira poderosa na do outro. Desta maneira, ao referenciar o presidente africano de maneira negativa, Mainardi cria condições para que seu enunciatário construa um modelo mental igualmente desfavorável do presidente brasileiro, que estaria associado a um ditador e a atos ditatoriais. No sentido de reiterar e acentuar essa ligação entre ambas as representações, o cronista afirma que apenas os filhos de ambos os presidentes controlam canais de TV, mais uma vez fazendo uso de uma estrutura paralela de representação: “(...) Lula e Lulinha, Teodoro e Teodorino”.

No segundo parágrafo, Mainardi continua a reforçar a associação que construiu entre Lula e Teodoro, principalmente por meio do uso de estruturas paralelas de comparação, que mais uma vez ocorre aqui: “O canal de Teodorino é o RTV Asonga. O de Lulinha é o Play TV (...)”. É notável, portanto, a preocupação do cronista em constantemente associar representações de um e de outro, mesmo que seja por meio de atores sociais secundários, como os filhos dos presidentes, referenciados por apelidos que remetem a seus pais, conseqüentemente, a suas representações negativas.

O processo de construção de uma representação negativa do filho do presidente Lula, que se iniciou com a comparação de ambos a um ditador africano e seu filho, continua no segundo parágrafo: “O sócio esperto de Lula, Fernando Bittar, é quem realmente manda na emissora. Lulinha é encarregado apenas de emprestar seu nome e embolsar os lucros.” Não podemos saber, evidentemente, de que maneira o enunciador chegou a essa conclusão, mas acreditamos que a seleção lexical pela qual Mainardi opta ao construir a proposição citada reforça a tentativa de vinculação do modelo mental de Lulinha a mais um aspecto negativo, o de alguém que ganharia dinheiro de uma maneira vista pelo cronista como pouco honesta. Em primeiro lugar, há a utilização do advérbio “realmente” para enfatizar o grau de responsabilidade de Fernando Bittar na condução dos negócios da empresa. Quando emprega esse advérbio, o cronista procura desconstruir o modelo de contexto que ele acredita ter sido erigido pelo enunciatário: o de que Lulinha possuiria voz ativa e posição central de comando de sua empresa. Mainardi, assim, desvincula de Lulinha uma característica potencialmente positiva – o mérito da capacidade administrativa – e, em seu lugar, liga uma característica diametralmente oposta e negativa: Lulinha somente seria sócio da empresa para ficar com os lucros,

sua posição como um dos administradores da empresa, portanto, não se daria por competência, mas por um interesse difuso, que Mainardi trata de deixar claro ao utilizar a expressão “embolsar os lucros”, reforçando-a e isolando-a com o uso de outro advérbio, “somente”.

A estratégia de converter uma característica positiva em negativa na representação de Lula e seu grupo social também pode ser verificada no terceiro parágrafo do Texto 3. Nesse segmento, a primeira preocupação de Mainardi repousa em associar o petismo, na figura do presidente, a uma ação específica e virtualmente positiva: o combate, por meio de denúncias, a uma espécie de tráfico de influência que facilitaria a concessão de canais de comunicação a políticos nordestinos influentes. Entretanto, logo a seguir, ele subverte essa característica e a transforma em algo negativo quando afirma: “Agora que Lulinha tomou posse de um canal de TV, ninguém parece se preocupar com isso.” e acrescenta: “Eu sempre desconfiei de que o real desejo de Lula fosse virar um José Sarney”. Lula, a partir desse momento, passa a ser associado como pertencente ao mesmo grupo dos atores sociais a quem ele próprio denunciava antes de ascender ao poder. Essa ligação é reforçada quando o cronista o iguala a um dos hierarcas nordestinos que concederiam privilégios a si próprios ou a parentes, em uma estrutura paralela de comparação semelhante à utilizada previamente na crônica: “Lula e Lulinha são como Sarney e Sarneyzinho”.

A representação de Lula como um ditador ganha mais força no quarto parágrafo, no qual Mainardi afirma: “O arrendamento de um canal de TV pela Gamecorp não é só uma arbitrariedade política: é uma ilegalidade”. O emprego da estrutura verbal “não é só” pressupõe que o cronista já qualifica o arrendamento

como um abuso de poder típico de um ditador. Há um juízo de valor categórico à ação de Lula, vista como uma arbitrariedade, um ato de despotismo e, além disso, seria algo fora da lei. Esta última característica, aliás, é associada não apenas a essa ação de Lula ou ao próprio presidente, mas a todo um grupo social, tal qual observamos no fim do quarto parágrafo: “(...) a análise sobre o lulismo, por algum motivo, sempre acaba no mesmo lugar: no Código Penal”, com a utilização do neologismo “lulismo”.

Reveste-se de importância a menção ao código de leis penais e sua ligação com o grupo social do qual Lula faz parte, porque Mainardi utiliza a Constituição Federal, durante todo o quinto parágrafo, para suportar e justificar sua afirmação de que a ação de Lula quanto à concessão do canal de TV fora ilegal. Há, portanto, uma divisão de valores bem nítida: de um lado, o presidente ignora princípios constitucionais, comete supostas ilegalidades e age de maneira abusiva favorecendo o próprio filho, é um criminoso cujos atos são dignos de enquadramento no Código Penal; de outro, o cronista, apoiado na Carta Magna, observa os princípios constitucionais que o presidente ignora e adota uma postura de denúncia e de defesa dos valores de cidadãos de bem.

A estratégia de colocar-se no polo oposto ao grupo social do qual o presidente faz parte é uma estratégia de autorrepresentação que, como vimos anteriormente, surge de maneira recorrente nas crônicas analisadas e também se faz presente no Texto 3. Para reforçar essa representação de si mesmo, ainda no terceiro parágrafo, Mainardi afirma: “(...) ninguém parece se preocupar com isso [o arrendamento do canal de TV], em particular os pelegos lulistas que controlam o sindicato dos jornalistas”.

Destaca-se a utilização hiperbólica do pronome indefinido “ninguém” na proposição, um elemento de contraste e realce à própria atitude de Mainardi de escrever uma crônica a respeito do assunto abordado. O cronista seria, então, um indivíduo diferente da maioria: coloca-se como distante e de perfil moral distinto dos indivíduos a quem denominou de “pelegos” lulistas.

Segundo o Dicionário Houaiss (2010), a palavra pelego é um sinônimo pejorativo para indivíduos servis e bajuladores, assim como para uma espécie de agente do governo infiltrado em organizações sindicais. Mainardi, aqui, busca evidenciar que não faz parte do grupo de jornalistas que silenciam – por conveniência política ou ideológica – na apuração e divulgação de denúncias que envolvam o presidente Lula, seu partido ou seu governo. Pelo contrário, há a exacerbação de uma postura ativa e investigativa do cronista, reforçada no quarto parágrafo, em especial no trecho: “Nas últimas duas semanas, amolei um monte de especialistas no assunto (...)”. O cronista, em posição tópica, coloca-se na busca por respostas, numa atitude contrastiva e diferenciada quanto a outros jornalistas que optaram pelo silêncio. Assim, sua representação é sempre positiva.

#### **4.4 Discussão das análises**

A partir da análise do *corpus*, pudemos estabelecer alguns laços de similaridade entre as crônicas, ou seja, recorrências que perpassam os textos e nos permitem observar um quadro mais amplo e definido da maneira como Mainardi maneja seu discurso.

Segundo Dividino e Faigle (2004) e de acordo com o que já discutimos na página 41 desta Dissertação, a repetição de padrões é uma estratégia bastante

importante para a fixação de informações na memória. Desta maneira, por exemplo, a transmissão de ideologias via discurso será tanto mais eficaz quanto maior for a quantidade de dados mobilizados da fugaz memória de curto prazo para a duradoura memória de longo prazo. É a partir de processos de repetição que modelos mentais preferenciais serão criados com maior probabilidade de sucesso e mais facilmente acessados posteriormente. Complementando esse conceito, relembremos van Dijk (2004) ao dizer que um discurso é sempre insuficiente em si mesmo quanto à sua interpretação. O enunciador necessita, portanto, evocar ali informações anteriores de outros discursos, dados que ajudem o enunciatário na tarefa de construir um modelo mental mais completo e, por consequência, adquirir maior compreensão sobre do que se trata o discurso.

Salientada a importância da repetição de padrões no discurso, a primeira similaridade que pudemos verificar foi o fato de todas as crônicas analisadas versarem sobre política ou acabarem sendo direcionadas para esse assunto. Mainardi, portanto, mostra-se preocupado ou, ao menos, indica que sua atenção centra-se bastante no cotidiano político brasileiro. Em um contexto de escândalo originado pelas denúncias do Mensalão, não consideramos surpreendente esse tipo de interesse; ao contrário, é até esperado porque, como ensina Schneider (2008), a crônica opinativa, a despeito de não manter um compromisso de perenidade e durabilidade, trata de temáticas atuais da vida cotidiana a partir de uma visão pessoal e intimista.

Outro padrão recorrente do *corpus* analisado é que, a despeito de versarem sobre temáticas políticas, as crônicas estudadas terminam sempre por fazer referência ao Presidente Lula, mesmo que indiretamente. Ainda que outros atores

sociais constituam o supertópico, é Lula o principal alvo das opiniões e pontos de vista de Mainardi. Na crônica “Ginecomastia, sanfoneiros, pobres”, a despeito de o assunto que motivou a crônica ser o desinteresse de eleitores quanto ao noticiário eleitoral, é o Presidente Lula o político citado como um suposto exemplo de governante incompetente que é eleito por causa do desinteresse das pessoas em abordar a política como um assunto sério. Já no texto “Os bandidos e a CPMF”, apesar de Luis Gushiken e o assalto a sua residência serem o supertópico, a crônica se desenrola e termina por referenciar não mais esse membro do PT, mas o “governo”, como um todo, numa generalização comum para o Poder Executivo, encabeçado por Lula. Finalmente, em “Teodoro e Teodorino”, que trata sobre a aquisição de um canal de TV pelo filho do Presidente, há novamente associação ao Presidente, desta vez, de maneira até mais explícita, já que Fábio Luis, o filho, é referenciado como Lulinha, uma alusão ao pai.

Como já citamos à página 48 desta Dissertação, a criação de modelos mentais específicos visa, como resultado final, influenciar ideologicamente a atitude de membros da sociedade. Nesse sentido, a função do discurso é penetrar e fincar raízes na memória coletiva, controlar o quanto puder as representações sociais de um indivíduo, uma vez que essas representações são as responsáveis pelo controle das ações cotidianas de alguém. Desta maneira, evocar o Presidente Lula nas mais diversas situações e contextos oferece a possibilidade de os enunciatários passarem a ter uma determinada atitude frente a esse ator social e suas ações. Quando os contextos forem negativos, a atitude será negativa. É justamente o que predomina nas crônicas de Mainardi: o Presidente Lula e os membros do PT sempre são referenciados em contextos negativos, um esforço que, pela nossa análise, o cronista não se preocupa em revelar ou reforçar.

Essa ausência de um mínimo simulacro de imparcialidade por parte do jornalista é outro padrão recorrente nas crônicas estudadas. Mainardi não se preocupa em dotar sua estratégia discursiva de um pretenso viés de neutralidade. Seus pontos de vista sobre o Presidente Lula e os membros do PT, sempre bastante contundentes, acabam por dotar o discurso de Mainardi uma espécie de necessidade implícita de que o enunciatário não disponha de qualquer outra coisa que não seja uma visão extremamente negativa e pessimista dos atores sociais referidos. Mainardi não se preocupa em atenuar suas críticas ou adotar uma postura mais moderada, já que está se expondo como jornalista, condição que se reveste de mais importância quando se sabe que tal discurso é publicado semanalmente na revista de maior circulação do País.

Acreditamos que essa postura de Mainardi se deva a outra recorrência encontrada no *corpus* analisado: a comunhão que o cronista busca com seu enunciatário, a tentativa de se colocar no mesmo grupo que ele, de compartilhar princípios ideológicos semelhantes, ainda que pela manipulação. Quando o cronista coloca-se lado a lado como seu enunciatário e se indigna com as ações do Presidente Lula e do PT, ele pretende que seu enunciatário compartilhe da mesma indignação. É um dos objetivos do discurso de Mainardi distanciar seu leitor de Lula e dos atos condenáveis que pratica. Nossas análises mostraram que, para conseguir tal intento, o cronista busca instaurar uma relação de afetividade, de vínculo emocional entre o seu enunciatário e as informações que mobiliza para a formação de um modelo mental específico a respeito do Presidente Lula e dos petistas, corroborando o que Dividino e Fagle (2004) nos ensinam a respeito. A associação desses atores sociais a ações nocivas e negativas geraria um sentimento de antipatia no enunciatário, favorecendo o armazenamento dos dados na memória de

longo prazo, o que, como vimos, redundaria na criação de um modelo mental desfavorável.

Como o dissemos, uma vez que o cronista trabalha para que seu enunciatário típico se integre no mesmo grupo que o do jornalista – seja por classe social, seja porque comunga de princípios ideologicamente semelhantes aos seus –, torna-se desnecessário propiciar a esse enunciatário um modelo mental de jornalista moderado, comedido em suas críticas e mais próximo de um viés de neutralidade do que de parcialidade mais explícita. Mainardi aposta na credibilidade de seu discurso, na força de seu capital simbólico como jornalista formador de opinião, adotando uma posição polêmica de confrontação aberta e linguagem agressiva a todos os valores que considera não pertencentes à sua própria ideologia.

Há, em suma, um processo de polarização que, a partir de nossas análises, mostrou-se como uma estratégia recorrente utilizada pelo jornalista. Existe um esforço constante, por parte deste, para que o modelo mental de Lula e os petistas, construído pelo enunciatário, seja francamente antitético ao dele próprio e, por consequência, do cronista. Segundo van Dijk (2005), a polarização é uma estratégia argumentativa cuja função é expressar atitudes baseadas em normas e critérios que satisfazem as crenças e visões de mundo de um grupo social específico. Por meio daquela, procura-se sustentar a visão desse grupo como a única verdadeiramente aceitável, condenando como equivocados os pontos de vista de grupos opostos.

Ainda segundo van Dijk (1995), uma das muitas formas de influenciar a estrutura de um modelo mental (e, por consequência, o entendimento discursivo) é a manipulação de qual informação seja importante a partir de um dado critério. Isso

quer dizer que, no caso da polarização, Mainardi opta por trazer ao seu discurso informações relevantes que embasem e fortaleçam a visão de mundo do seu próprio grupo como a correta, ao mesmo tempo em que coloca menos ênfase ou até mesmo oculta dados que fortaleceriam o ponto de vista de um grupo social contrário (no caso, o do Presidente Lula e dos petistas). Trata-se de uma estratégia eficiente no sentido de tentar conduzir o mais possível o processamento mnemônico dos enunciatários em direção ao seu próprio posicionamento ideológico, confirmando, mais uma vez, o que encontramos em Dividino e Fagle (2004) e que discutimos à página 41.

Comprovando esse ponto de vista teórico, observamos que o cronista sempre atribui valor às ações de Lula e dos petistas como negativas, atribuindo-lhes conceitos como incompetência, imoralidade, corrupção e até criminalidade. Ao mesmo tempo, Mainardi faz questão de associar ao seu próprio grupo ações ou pensamentos que valora como positivos e que sejam um exato contraponto às ações criticadas por ele. Por outro lado, não há, em algum momento de nossa análise, qualquer valoração minimamente positiva às ações e atitudes tomadas por Lula e demais membros do PT. Nesse sentido, aliás, revelou-se bastante presente em nossas análises a opção que Mainardi faz pela ausência de modalizadores, como eufemismos e verbos no futuro do pretérito do indicativo, quando constrói proposições que colocam o presidente Lula e os petistas como atores responsáveis por ações negativas, ou quando forma juízos de valor a respeito deles.

A observação de uma polarização entre o exogrupo e o endogrupo em nossa análise comprova o conceito do quadrado ideológico proposto por van Dijk (2005),

discutido por nós na página 66 desta pesquisa. Com base nele, o quadro 1 a seguir sumariza as características positivas e negativas verificadas para ambos os grupos:

<b>COISAS BOAS NOSSAS (MAINARDI)</b>	<b>COISAS RUINS DELES (LULA / PT)</b>	<b>COISAS BOAS DELES (LULA / PT)</b>	<b>COISAS RUINS NOSSAS (MAINARDI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sabedoria</li> <li>• Desapego à noção de povo</li> <li>• Boa situação financeira</li> <li>• Capacidade crítica para escolher candidatos</li> <li>• Obediência fiscal</li> <li>• Preocupação com a corrupção</li> <li>• Postura ativa na apuração de denúncias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouca instrução</li> <li>• Apego à noção de povo</li> <li>• Situação financeira precária</li> <li>• Incapacidade crítica para escolher candidatos</li> <li>• Sonegação fiscal</li> <li>• Corrupção endêmica</li> <li>• Tráfico de influência</li> <li>• Postura ativa na prática de atos moralmente condenáveis</li> <li>• Incapacidade administrativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Não há menção alguma sobre características positivas de Lula e dos petistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Não se apresentam pontos negativos. As atitudes do endogrupo sempre são colocadas como corretas e positivas</li> </ul>

**Quadro 4.1.** Quadrado ideológico aplicado aos modelos mentais de Mainardi e Lula/PT.

O quadro 4.1 é bastante significativo quando levamos em conta o papel fundamental que os modelos mentais desempenham na compreensão do discurso.

De acordo com van Dijk (2008), o enunciador empregará determinadas estratégias discursivas no sentido de ativar modelos preferenciais, ou seja, o modo pelo qual esse enunciador deseja que o enunciatário compreenda seu discurso, restringindo a liberdade de interpretação. Uma vez que os atores sociais referenciados nas crônicas (principalmente o Presidente Lula) são indivíduos conhecidos no cenário político nacional, é bem possível que o enunciatário já possua um modelo mental prévio a respeito deles com base em informações apreendidas em outros discursos, de fontes jornalísticas ou não. Deste modo e no tocante à disseminação ideológica, compete ao discurso de Mainardi enfatizar determinadas características em detrimento de outras, como maneira de buscar alterar o modelo mental geral do enunciatário sobre determinado ator social, transformá-lo em um modelo preferencial e, com isso, incutir uma visão de mundo ao leitor que é, de fato, a visão do próprio cronista.

Trata-se de uma estratégia argumentativa que ilustra as observações de van Dijk (2003), segundo o qual raramente um enunciatário será capaz de recuperar todas as informações anteriores a respeito de um indivíduo ou de um acontecimento. Isso quer dizer, finalmente, que características positivas do Presidente Lula e dos petistas presentes num modelo mental geral do enunciatário tendem a ser mais facilmente ignoradas (ou esquecidas) quando a atualização do modelo se dá a partir do contato recorrente com discursos nos quais se trabalham predominantemente características negativas sobre atores sociais. É o caso das crônicas de Mainardi.

Nossas análises permitem registrar que, de maneira recorrente, o jornalista de *Veja* utiliza-se de fatos concretos a partir dos quais procede a um julgamento de valor sobre as ações que imputa ao grupo social referenciado em seus textos. É

uma linha de conduta esperada, já que, como menciona Sá (2002), a crônica jornalística tem como uma de suas funções transmitir ao leitor um juízo de valor sobre fatos e ideias de ocorrência concreta e cotidiana.

De acordo com van Dijk (2003), o contexto situacional é o responsável por atualizar constantemente o modelo mental de um indivíduo. Nesse sentido, observamos que Mainardi, como mencionamos na análise, aproveita-se do elevado grau de subjetividade das informações veiculadas em suas crônicas para criar modelos de contexto que sejam favoráveis à sustentação de pontos de vista especulativos e inferenciais que, por sua vez, estimulem modelos mentais desfavoráveis.

Segundo van Dijk (2008), há potencial abuso de poder quando um jornalista decide não informar seu enunciatório de maneira satisfatória ou integral. Por meio de nossas análises, é justamente esse o retrato que temos do discurso de Mainardi. Ele opta por não proceder a uma contextualização mais ampla, preferindo, isso sim, um modelo contextual mínimo, de dados escassos e que parecem contraditórios, propício para argumentos especulativos, inferenciais e pressupostos. Trata-se de um cenário que favorece juízos de valor com base ideológica e a criação de uma realidade dos fatos convergente com a visão de mundo específica de um grupo determinado, no caso, o do cronista. É uma conduta discursiva, enfim, que encontra eco nas palavras de van Dijk (1997: 109), para quem as ideologias “representam (...) uma verdade que serve para seus próprios fins”.

As informações trazidas por Mainardi são, de fato, incompletas e oferecem margem para especulações. A grande questão, porém, é que as especulações

levantadas revelam-se sempre lesivas à representação daqueles atores sociais. No discurso do cronista, não existem inferências que contribuam para um modelo mental positivo e isso, para nós, é estratégico e prova de manipulação discursiva.

Há um constante jogo de valores na crônica de Mainardi que consiste em traçar uma linha entre o que é ser correto e o que não é, polarizando, de um lado e de outro, visões de mundo e ideologias nessa dicotomia entre certo e errado, entre o que deveria ser e o que de fato é.

## CONCLUSÃO

O estudo do discurso da mídia em geral – especificamente, no nosso caso, do jornalismo impresso – é uma das mais significativas tarefas da pesquisa crítica de cunho discursivo-analítica (van Dijk, 1991). Essa atenção pode ser justificada quando nos damos conta do grau de importância de que se reveste esse tipo de discurso em nossa vida cotidiana. Muito de nosso conhecimento social e político, além de nossos pontos de vista sobre o mundo, derivam dos textos midiáticos que temos à disposição para contato diário. Necessitamos da mediação do jornalismo por meio de sua produção discursiva, para termos acesso ao mundo como um todo e aos fatos e atores sociais particulares que lhe dão sentido e dinâmica.

De acordo com Carvalho (2008), a linguagem é um fenômeno social, o que evidencia que tanto os indivíduos como as instituições e os grupos sociais possuem significados e valores específicos, expressados sistematicamente por meio da linguagem. Esta não é, assim, apenas uma forma de representação do mundo, mas igualmente de ação sobre o mundo e o sobre o outro. A palavra tem peso e quem a utiliza sabe de sua importância.

Com base nos estudos de van Dijk sobre a sociocognição e nas formulações da Análise Crítica do Discurso, propusemo-nos a examinar, no discurso de Diogo Mainardi, regularidades na construção de um modelo mental específico e preferencial de representação.

De um modo geral, em resposta a esse objetivo, a análise do *corpus* evidenciou que o cronista de *Veja*, de fato, constrói seu discurso de modo a encaminhar o enunciatário para a criação de um modelo mental específico e

preferencial sobre o Presidente da República, Luís Inácio Lula da Silva, e de membros do Partido dos Trabalhadores (PT). A esse respeito, observa-se um esforço constante do jornalista em associar os atores sociais a características negativas a sua representação como pessoas públicas, ignorando qualquer menção a aspectos positivos, caracterizando esse grupo social de uma maneira bastante desfavorável. Como reforço dessa representação negativa, Mainardi conduz seu discurso de maneira a persuadir o enunciatário a tomar para si as opiniões e pontos de vista expressos nas crônicas. Há uma tentativa do jornalista de criar uma relação empática com o leitor, colocando ambos – cronista e enunciatário – como pertencentes a um mesmo grupo e opostos ao outro grupo (presidente e PT), com características ideológicas e sociais totalmente divergentes.

Essa representação polarizada consiste na associação frequente do grupo social de Lula e dos petistas a conceitos tradicionalmente condenados, repudiados pelo senso comum, como corrupção, imoralidade e incompetência. Além disso, enfatizam-se também concepções consideradas desfavoráveis especificamente pelo grupo ao qual o jornalista e seu enunciatário pertencem, como fraco grau de instrução, apego à noção de povo/popular e incapacidade de pensamento crítico.

A polarização referida por nós corresponde ao passo final de um processo que se inicia pela manipulação do contexto nas crônicas, a partir do oferecimento de informações incompletas ou insuficientes para o estabelecimento de um contexto mais estável e que permita ao enunciatário a construção de um modelo mental mais robusto, completo e menos parcial. Pelo contrário, o contexto no discurso de Mainardi é direcionado de maneira a permitir que o jornalista adote uma linha de argumentação especulativa, baseada em pressuposições e inferências que,

invariavelmente, resulta em modelos mentais desfavoráveis, fortalecendo o viés ideológico do grupo social do cronista. Essa contextualização manipulada é necessária porque, como citamos à página 67, uma sequência de proposições só será coerente quando for possível extrair delas um modelo que envolva relações de causa ou condição dos fatos apresentados. Em outras palavras, um contexto específico é condição necessária para que os argumentos inferenciais e especulativos de Mainardi ganhem força persuasiva.

É importante observar, também, que o espaço (curto) destinado a crônica na revista parece oportuno no sentido de Mainardi não poder se estender em relação, por exemplo, ao contexto.

Conforme discutimos no Capítulo II, a noção de controle da atitude de um indivíduo ou grupo para um fim específico envolve o conceito de controle cognitivo, o que, por sua vez, implica limitação social de alguma ordem. Nesse sentido, quando Mainardi – apoiado na posição institucional que um veículo midiático ocupa e na sua capacidade de alcance – enfatiza “defeitos” e nega ou esconde “virtudes” de um ator social como o Presidente da República, está agindo cognitivamente sobre uma parcela considerável de indivíduos, limitando as ações destes no sentido de desestimular a criação de modelos alternativos de Lula com base em informações deliberadamente não divulgadas ou manipuladas.

Para van Dijk (2008), estabelece-se o abuso de poder sempre que as empresas jornalísticas – por meio de seus discursos – lançam mão de recursos que modelem uma visão de mundo predeterminada ao enunciatário, um ponto de vista que seja compatível com determinados interesses em detrimento de outros grupos,

violando-se, assim, normas ou valores fundamentais da boa informação. Por causa disso, a adoção de modelos mentais distorcidos e manipulados, disseminados pela mídia impressa, possui uma capacidade de influência importante na realidade cotidiana, suscitando práticas sociais originadas em pontos de vista que acabam por promover relações assimétricas de poder entre certos grupos ou setores da sociedade.

Nossas análises mostraram que há grande preocupação de Mainardi em oferecer ao seu enunciatário condições para a construção de modelos mentais específicos. Para nós, isso é um indício da importância desse tipo de representação possui e do seu papel relevante para a disseminação de ideologias. É nesse sentido, portanto, que concluímos, por fim, que a adoção de modelos mentais preferenciais constitui, *per se*, uma estratégia argumentativa para a transmissão de valores ideológicos particulares – respondendo ao segundo objetivo desta Dissertação.

De acordo com o que mencionamos à página 10, na Introdução desta pesquisa, a existência de uma quantidade virtualmente ilimitada de discursos passou a ser uma realidade com o desenvolvimento e o aperfeiçoamento de veículos midiáticos como rádio, TV e Internet, fazendo com que a mídia escrita ganhasse adversários de peso na luta constante pela atenção dos consumidores de informação. Nesse sentido, passou a ser ainda mais necessário que o discurso conseguisse chamar a atenção para si de alguma maneira, de modo a se destacar em meio a tantos outros.

Por conta disso, textos como o de Diogo Mainardi, em virtude de sua capacidade de alcance e do capital simbólico que carrega, merecem atenção, além

de tudo, por serem significativos aos estudos do discurso, pelo viés da manipulação ideológica.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANVISA. (2010). *Mapa da TV por assinatura*. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br>. Acesso em: 01/09/2010.
- AQUINO, Z. G. O. (1997). *Conversação e conflito – um estudo das estratégias discursivas em interações polêmicas*. Tese de doutorado. São Paulo: FFLCH/USP.
- BAKHTIN, M. (1979 [1953]). Os gêneros do discurso. In: Bakhtin, M. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes.
- BOURDIEU, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice* (Tradução de R. Nice). Cambridge: Cambridge University Press.
- \_\_\_\_\_. (1984). *Homo Academicus*. Paris: Minuit.
- BOURDIEU, P.; PASSERON, J.C. (1977). *Reproduction in education, society and culture*. Beverley Hills: Sage.
- BRASIL. (1997). *Contribuição Provisória sobre Movimentação ou Transmissão de Valores e de Créditos e Direitos de Natureza Financeira*. Ministério da Fazenda. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CPMF/InformacoesCPMF/default.htm>. Acessado em: 07/09/2010.
- CANDIDO, A. (1992). *A crônica: o gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil*. Campinas: Unicamp.
- CARVALHO, F. de A. (2008). *O gênero editorial e a polêmica do Ensino Religioso*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: FFLCH/USP.
- CASCUDO, C. (1998). *Dicionário do Folclore Brasileiro*. 10. ed. Rio de Janeiro: Ediouro.
- CORRÊA, T. S. (2005). Breve história das revistas. Disponível em: [http://cursoabril.abril.com.br/coluna/materia\\_84318.shtml](http://cursoabril.abril.com.br/coluna/materia_84318.shtml). Acesso em: 23/fevereiro/2010.

DIVIDINO, R. Q.; FAIGLE, A (2004). Distinções entre memória de curto prazo e memória de longo prazo. Disponível em: [www.ic.unicamp.br](http://www.ic.unicamp.br). Acessado em 15/agosto/2009.

DOLZ, J.; SCHNEWLY, B. (2004). *Gêneros e progressão em expressão oral e escrita - elementos para reflexões sobre uma experiência Suíça (Francófono)*. In: Rojo, R.; Cordeiro, G. S. (Orgs.). *Gêneros orais e escritos na escola*. São Paulo: Mercado de Letras.

FAIRCLOUGH, N. (1985). Critical and descriptive goals in discourse analysis. *Journal of Pragmatics*, 9.

\_\_\_\_\_. (1989). *Language and Power*. London: Longman.

\_\_\_\_\_. (1995). *Critical discourse analysis: the critical study of language*. London: Longman.

\_\_\_\_\_. (2001). *Discurso e mudança social*. Brasília: UNB.

FISKE, S.T.; TAYLOR, S.E. (1991). *Social cognition* (2nd edn.). New York: McGraw Hill.

FOLHA ONLINE. (14/janeiro/2010). *Lula diz que preço não é fator determinante para escolha de caças*. Disponível em [www.uol.com.br/folha](http://www.uol.com.br/folha). Acessado em: 03/fevereiro/2010.

FOUCAULT, M. (1997[1975]). *Vigiar e punir: história da violência nas prisões*. Petrópolis: Vozes.

FOWLER, R.; HODGE, B.; KRESS, G.; TREW, T. (1979). *Language and control*. Paris: Routledge.

GHILARDI, M. I. (1995). *Do texto ao contexto*. Letras, Puccamp, v. 14, n. 1/2.

GRAMSCI, A. (2002). *Cadernos do cárcere*. COUTINHO, C. N. (org.); NOGUEIRA, M. A.; HENRIQUES, L. S. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, v. 3.

GUIMARÃES, E. (1999). *A articulação do texto*. 7. ed. São Paulo: Ática.

- GOUVEIA, C.A.M. (2002). Análise Crítica do Discurso: enquadramento histórico. In: Mateus, M.H.; Correia, C.N. (eds.). *Saberes no Tempo: homenagem a Maria Henriqueta Costa Campos*. Lisboa: Colibri.
- HABERMAS, J. (2002). *O discurso filosófico da modernidade*. São Paulo: Martins Fontes.
- HALLIDAY, M. A. K. (1985). *An introduction to functional grammar*. Londres: Edward Arnold.
- HALLIDAY, M. A. K.; HASAN, R. (1989). *Language, Context and Text: Aspects of Language in a Social-semiotic perspective*. Oxford: Oxford University Press.
- HORKHEIMER, M. (1972). "Traditional and Critical Theory". In *Critical Theory: Selected Essays*. Londres: Herder & Herder.
- IG. (6/janeiro/2010). *Sobrevivente das bombas atômicas de Hiroshima e Nagasaki morre no Japão*. Disponível em <http://ultimosegundo.ig.com.br>. Acessado em: 03/fevereiro/2010.
- IPSOS MARPLAN. *Renda familiar e individual mensal no Brasil – 2008*. Disponível em: [www.ipsos.org.br](http://www.ipsos.org.br). Acesso em 25/fevereiro/2010.
- IVC (2009). *Circulação de jornais e revistas – 2009*. Disponível em: [www.ivc.org.br](http://www.ivc.org.br). Acesso em: 25/fevereiro/2010.
- JÄGER, S. (2001). Discourse and knowledge: theoretical and methodological aspects of a critical discourse and dispositive analysis. In: Wodak, R. & Meyer, M (eds.) *Methods of Critical Discourse Analysis*. Londres: Sage.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1996). Text et Context. *Sciences cognitive, Linguistique & Intelligence Artificielle*, 6, 39-60.
- MAINARDI, D. (2008). *Lula é minha anta*. Rio de Janeiro: Record.
- MAINGUENEAU, D. (2001). *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Contexto.

MANNHEIM, K. (1936). *Ideology and utopia*. London: Routledge.

MARCUSCHI, L. A. (2002). Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: Dionísio, Â. et al. *Gêneros textuais e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna.

MARX, K.; ENGELS, F (2002 [1933]). *A Ideologia Alemã (Feuerbach)*. São Paulo: Hucitec.

MELO, J. M. (1994). *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes.

MELLO, Z. H. de (1998). *Enciclopédia da Música Brasileira: erudita, folclórica, popular* (2.ed. rev. e atual.). São Paulo: Art Editora/Itaú Cultural.

MEURER, J. L. (1997). Esboço de um modelo de produção de textos. In: Meurer, J.L.; Motta-Roth, D (orgs.). *Parâmetros de textualização*. Santa Maria: Ed. da UFSM.

MOISÉS, M. (1979). *A Crítica Literária*. São Paulo: Melhoramentos.

NEGRI, L.; GREGOLIN, R. (2003). *Subjetividade e autoria*. Revista Letras (Curitiba), v. 59, p. 261-278.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. (2002). *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro: Campus.

RESENDE, V. M.; RAMALHO, V. (2006). *Análise de Discurso Crítica*. São Paulo: Contexto.

SÁ, J. de. (2002). *A crônica*. 6. ed. São Paulo: Ática.

SCHNEIDER, C. I. (2008). Escritas do "Eu". A crônica machadiana entre a literatura e o jornalismo. *Revista de Literatura, História e Memória*, v. 4, n. 4.

SUAREZ, L. S.; CARRO, M. J. (2000). *La opinión periodística: argumentos e géneros para persuasión*. Buenos Aires: Docência.

VAN DIJK, T. A. (1991). The interdisciplinary study of news as discourse. In: Bruhn-Jensen, K. & Jankowski, N. (eds.) *Handbook of Qualitative Methods in Mass Communication Research*. London: Routledge.

\_\_\_\_\_. (1993). Discourse and cognition in society. In: Crowley, D. & Mitchell D. *Communication Theory Today*. Oxford: Pergamon Press.

\_\_\_\_\_. (1993). *Elite discourse and racism*. Newbury Park: Sage.

\_\_\_\_\_. (1995). Power and the news media. In: Paletz, D. (ed.) *Political Communication and Action*. Cresskill, NJ: Hampton Press.

\_\_\_\_\_. (1997). Semântica do discurso e ideologia. In: Pedro, E. *Análise Crítica do Discurso*. Lisboa: Caminho.

\_\_\_\_\_. (2000). *El discurso como interacción social: Estudios sobre el discurso II*. Barcelona: Gedisa.

\_\_\_\_\_. (2001). Multidisciplinary CDA: a plea for diversity. In: Wodak, R. & Meyer, M (eds.) *Methods of Critical Discourse Analysis*. Londres: Sage.

\_\_\_\_\_. (2003). *Ideologia y discurso*. Barcelona: Ariel.

\_\_\_\_\_. (2005). *Discurso, notícia e ideologia*. Estudos na ACD. Porto: Campo das Letras.

\_\_\_\_\_. (2008). *Discurso e Poder*. São Paulo: Contexto.

VAN DIJK, T.; KINTSCH, W. (1983). *Strategies of discourse comprehension*. Nova York: Academic Press.

WODAK, R. (2001). What CDA is about - a summary of its history, important concepts and its developments. In: Wodak, R.; Meyer, M (eds.) *Methods of Critical Discourse Analysis*. Londres: Sage.

WOLLENHAUPT, S. F. (2004). *O gênero coluna esportiva: informação e opinião*. Dissertação de Mestrado. Santa Maria: UFSM.

## ANEXOS

### **Anexo A – Ginecomastia, sanfoneiros, pobres** (ed. n. 1970, de 23/08/2006)

1. O programa eleitoral começou na terça-feira. No dia seguinte, a notícia mais lida na Folha Online era sobre o comediante Ceará. Nada sobre Lula. Nada sobre Geraldo Alckmin. Nada sobre Heloísa Helena.
2. Eu desconhecia o comediante Ceará. Ele é imitador de Silvio Santos. De acordo com a Folha Online, foi parar no hospital por causa de uma ginecomastia. A ginecomastia é o aumento do volume das mamas no homem. Em geral, é provocada por medicamentos ou distúrbios hormonais.
3. Ceará sofreu uma cirurgia plástica para a retirada das mamas e, poucas horas depois, já estava perfeitamente restabelecido. O eleitor consciencioso pode deplorar a apatia política dos internautas da Folha Online, mas o fato é que a ginecomastia de Ceará é um assunto muito mais interessante do que o programa eleitoral.
4. Acompanhei a estreia da propaganda de todos os candidatos a Presidente. Menos a de Geraldo Alckmin. Como já esclareci aqui na coluna, pretendo evitar qualquer contato com sua campanha, porque temo desistir de votar nele. Quando ele apareceu na tela, mudei imediatamente de canal, para um velho espetáculo musical na RAI. Li que a trilha sonora do programa de Alckmin, assim como a de Lula, foi feita por um sanfoneiro. Precisamos urgentemente de uma reforma política que proíba o emprego de sanfoneiros na propaganda eleitoral.
5. O programa de Lula foi muito simples e eficiente. Primeiro apareceu Lula, com um sorriso apatetado, dizendo as mentiras de sempre e pensando para seguir o teleprompter. Depois apareceu o retrato de um monte de gente feia e pobre. O locutor disse: "Lula tem a cara do povo". É verdade. Nos últimos quatro anos, Lula enriqueceu. Colocou jaquetas nos dentes e Botox na testa. Mas continua com uma cara autenticamente pobre. Mais do que Alckmin. Mais do que Heloísa Helena. Mais do que Cristovam Buarque. O maior atrativo de Lula é sua cara. O eleitor pobre olha para ele e vota.

6. Lula só conseguiu chegar até o fim de seu mandato porque tucanos e pefelistas calcularam que seria melhor poupá-lo, aplicando-lhe um astuto "impeachment nas urnas". O que nenhum deles parece ter compreendido foi que a contrapartida do impeachment nas urnas era a anistia nas urnas. Foi para isso que Lula trabalhou nos últimos meses. Se sua cara de povo o reeleger, o lulismo será perdoado de todos os seus crimes. Aos eleitores, restará apenas discutir sobre a ginecomastia.

**Anexo B – Os bandidos e a CPMF** (ed. n. 1992, de 24/01/2007)

1. Aconteceu alguns dias antes do Natal. Bandidos armados e encapuzados invadiram a chácara de Luiz Gushiken em Indaiatuba e roubaram 10.000 reais em dinheiro, além de computadores, jóias e, de acordo com a polícia, uma quantia não especificada em dólares.
2. Eu me pergunto: quanto pode ser uma quantia não especificada em dólares. 315? 3 150? 31 500? Quanto? Nos últimos anos, os petistas se acostumaram a lidar com grandes valores. 315.000 dólares?
3. Eu me pergunto também o que há para comprar com dólares em Indaiatuba? O Mercadinho dos Sapatos negocia em dólares? A Sorveteria San Remo negocia em dólares? A Loja Picapau negocia em dólares?
4. Luiz Gushiken deve ser dos meus. Deve fazer tudo para sonegar a CPMF. Só isso justificaria aqueles 10.000 reais em dinheiro. Luiz Gushiken é um desobediente fiscal. Eu já disse que os petistas se acostumaram a lidar com grandes valores. Eles se acostumaram também a pagar a todos os seus fornecedores por fora, como ficou amplamente demonstrado durante a crise de 2005.
5. Se eu pudesse, faria como Luiz Gushiken e guardaria todo o meu salário em casa, em moeda sonante, subtraindo do governo o imposto que ele embolsa sempre que tenho de movimentar minha conta bancária. Só que eu não posso fazer isso. Porque aqui há uma enorme quantidade de bandidos armados e encapuzados, que invadem nossas casas e levam tudo embora, tanto os reais quanto as quantias não especificadas em dólares, como aconteceu com o heróico desobediente fiscal Luiz Gushiken.
6. De certa maneira, os bandidos armados e encapuzados trabalham para o governo. Eles asseguram que nenhum de nós jamais poderá escapar da CPMF e de outros impostos. Os bandidos armados e encapuzados agem como fiscais da Receita informais. Uma mente um pouco mais perturbada do que a minha poderia

até desconfiar que o governo descuida deliberadamente da segurança pública porque ela representa uma importante garantia de arrecadação fiscal.

7. O governo federal acaba de divulgar que sua arrecadação de impostos subiu 4,45% em 2006. Atingiu o maior nível de sua história. Assim como já havia atingido o maior nível de sua história em 2005.
8. Parte do dinheiro arrecadado será restituída a partir deste ano. É o que prevê o PAC, o plano de aceleração da economia do Lula. O dinheiro não será restituído a mim. Não. Continuarei pagando igual. Talvez até mais, porque assim eu paro de ser besta. O dinheiro será repassado a alguns setores da economia escolhidos a dedo por Lula, sob a forma de benefícios fiscais. É o que se chama de política industrial. Em vez de tomar dinheiro de um e distribuir a todos, Lula toma de todos e distribui a um.
9. Eu já subsidiei usineiros pernambucanos, industriais amazonenses e cineastas gaúchos. Agora decidiram que eu tenho de subsidiar a indústria calçadista, as tecelagens e os fabricantes de TV digital, como se isso bastasse para competir com a China.
10. Por falar em China, quanto ele tinha em Indaiatuba? 3 150 000 dólares?

**Anexo C – Teodoro e Teodorino** *(ed. n. 1961, de 21/06/2006)*

1. Lula e Lulinha são como Teodoro e Teodorino. Teodoro Obiang Nguema Mbasogo, conhecido como "O Chefe", é o ditador da Guiné Equatorial. Está no poder desde 1979. Teodorino é seu filho. Tem um canal de TV. Internetei para cima e para baixo e, no mundo inteiro, só consegui encontrar esses dois casos de presidentes em exercício cujos filhos controlam canais de TV: Lula e Lulinha, Teodoro e Teodorino.
2. O canal de Teodorino é o RTV Asonga. O de Lulinha é o Play TV, antigo Canal 21, arrendado à Gamecorp pela Rede Bandeirantes. O contrato de arrendamento entre as duas empresas vale por dez anos. Inicialmente, a Gamecorp transmitirá seus programas por seis horas diárias, mas a idéia é se estender pelo dia todo. O sócio esperto de Lulinha, Fernando Bittar, é quem realmente manda na emissora. Lulinha é encarregado apenas de emprestar seu nome e embolsar os lucros.
3. Por mais de trinta anos, Lula e seus parceiros denunciaram o chamado coronelismo eletrônico, o sistema de favorecimento que garantiu a concessão de canais de TV, em nome próprio ou de parentes, a hierarcas nordestinos como José Sarney, Fernando Collor de Mello, ACM, Jader Barbalho, Garibaldi Alves, Albano Franco, Tasso Jereissati. Agora que Lulinha tomou posse de um canal de TV, ninguém parece se preocupar com isso, em particular os pelegos lulistas que controlam os sindicatos de jornalistas. Eu sempre desconfiei que o real desejo de Lula fosse virar um José Sarney. Pronto: virou. Lula e Lulinha são como Sarney e Sarneyzinho.
4. O arrendamento de um canal de TV pela Gamecorp não é só uma arbitrariedade política: é uma ilegalidade. Nas duas últimas semanas, amolei um monte de especialistas no assunto, que me apontaram todas as normas que estão sendo flagrantemente violadas pelos benfeitores de Lulinha. Eu sei que essas questões legais são uma chatice, mas a análise sobre o lulismo, por algum motivo, sempre acaba no mesmo lugar: no Código Penal.

5. Um canal de TV não pode ser explorado por uma empresa que tenha mais de 30% de seu capital social nas mãos de estrangeiros. Está no artigo 222 da Carta Constitucional. A Lei nº 10610, que regulamenta a matéria, considera "nulo qualquer acordo, ato ou contrato que, direta ou indiretamente, de direito ou de fato, mediante encadeamento de outras empresas ou por qualquer outro meio indireto", confira aos acionistas estrangeiros mais de 30% de um canal de TV. É o caso de Lulinha. O capital social da Gamecorp, de 5,2 milhões de reais, saiu quase integralmente da Telemar. A Telemar é uma empresa aberta, negociada nas bolsas de São Paulo e de Nova York. De acordo com os dados fornecidos pela própria operadora, os acionistas estrangeiros possuem 54,3% de seu capital social, superando amplamente o limite de 30%. Ou seja, o contrato de Lulinha é ilegal. Pior: é inconstitucional.
6. Lula, "O Chefe", não cairá por causa disso. Mas espero que seja o suficiente para melar o negócio de seu filho.

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)