

Rafaelly Andressa Schalleberger

**A REVISTA *VEJA* E O CASO DO MENINO BERNARDO: UM
OLHAR DA SEMIÓTICA DISCURSIVA SOBRE UMA
REPORTAGEM**

Passo Fundo, novembro de 2015.

Rafaelly Andressa Schallemberger

**A REVISTA *VEJA* E O CASO DO MENINO BERNARDO: UM
OLHAR DA SEMIÓTICA DISCURSIVA SOBRE UMA
REPORTAGEM**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade de Passo Fundo, como requisito para obtenção do grau de mestre em Letras, sob a orientação da Prof. Dra. Luciana Maria Crestani.

Passo Fundo

2015

CIP – Catalogação na Publicação

S298r Schalleberger, Rafaelly Andressa
A Revista Veja e o caso do Menino Bernardo : um olhar da semiótica discursiva sobre uma reportagem / Rafaelly Andressa Schalleberger. – 2015.
156 f. : il. color. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade de Passo Fundo, 2015.

Orientadora: Prof. Dra. Luciana Maria Crestani.

1. Análise do discurso. 2. Comunicação de massa - Semiótica. 3. Jornalismo - Linguagem. 4. Crime - Imprensa. 5. Redação de textos jornalísticos. I. Crestani, Luciana Maria, orientadora. II. Título.

CDU: 801.73

Catalogação: Bibliotecária Jucelei Rodrigues Domingues - CRB 10/1569

Dedico este trabalho a todos aqueles que hoje,
na minha pessoa, também recebem o título de mestre:
meus pais Ilton e Roseli, meu irmão Lucas e meu namorado Géverson.

AGRADECIMENTOS

Quando recebemos um título, não recebemos sozinhos. Muita gente se forma junto conosco. Hoje, junto comigo, há muitos outros mestres recebendo o diploma.

Recebe o título de mestre e o meu agradecimento meu pai Ilton, que financiou a maior parte do curso e, além disso, proporcionou-me outros momentos de estudo, como a participação em vários congressos, inclusive fora do estado, para que eu tivesse a oportunidade de aprender ainda mais. E quando as coisas ficaram mais apertadas do que de costume, a providência divina enviou um auxílio em forma de meia bolsa.

Recebe o título de mestre a minha mãe Roseli, que muitas vezes deixou de estudar para que eu pudesse fazê-lo. Que me buscava na rodoviária à meia noite quando chegava o ônibus de Passo Fundo. Que providenciava lanches, chocolate e chimarrão quando eu estava cansada e já não sabia o que escrever. Que pouco entende de teorias, mas que muito entende de amor.

Recebe o título de mestre, o meu irmão Lucas, que sempre foi compreensivo quando eu precisava estudar e não podia brincar com ele. Assim também as minhas companheiras peludas, Meggie e Pitanga, que ficavam dissertando comigo até tarde da noite.

É intitulado mestre, meu namorado Géverson, que embora sendo Engenheiro Químico, aprendeu sobre várias teorias linguísticas me ouvindo falar, encantada pelo curso que fazia. Também porque enquanto eu escrevia, ele diagramava, revisava, montava o sumário, editava. E quando não estava me ajudando, estava na obra, controlando a construção da nossa casa. Uma ajuda tão grande, que não cabe neste agradecimento. Vou precisar de uma vida a dois para ter tempo o suficiente de agradecer.

Agradeço aos meus professores, porque me mostraram campos de pesquisa da Linguística que eu jamais havia esperado percorrer. Em especial ao professor Ernani, pelas orientações de metodologia, à professora Telisa pela Teoria da Argumentação na Língua e pelas contribuições nas bancas. Ao professor Luís da PUCRJ, que tive o prazer de conhecer e de quem recebi várias contribuições e incentivo para a minha dissertação. Por fim, à minha orientadora “diva”, professora Luciana Crestani, primeiro por ter me apresentado a Teoria Semiótica, pela qual hoje tenho tanto amor; segundo por ter me auxiliado em toda a caminhada do mestrado, por muitas vezes ter me tranquilizado, por ter sido como uma mãe.

Especialmente por ter trabalhado junto comigo, porque entendo que esse trabalho é feito a quatro mãos. Pela organização e seriedade com que sempre dirigiu nossa pesquisa.

Meu muito obrigada à secretária do curso, Karine, que sempre esteve pronta para nos auxiliar, a fim de que tudo ficasse bem, entre protocolos, matrículas e papeladas.

Agradeço aos colegas de curso, porque nossa sala de aula era um ambiente de amizade e companheirismo. Em especial ao Pedro, que foi meu companheiro nas pesquisas, nas apresentações de trabalho, nos almoços, nos intervalos. Sentirei saudades.

Agradeço à direção da minha escola, especialmente à diretora Vanice, e à vice-diretora Rosemare, porque compreenderam as ausências e as compensações de horário para que eu pudesse desempenhar concomitantemente as atividades de professora e de mestranda. Também aos meus alunos, pela colaboração, porque no fundo, tudo o que aprendi, de uma forma ou de outra, será repassado para eles.

E agradeço a Deus, porque me possibilitou estar aqui, viver e aprender tudo isso.

Valeu a pena? Tudo vale a pena
Se a alma não é pequena.
Fernando Pessoa.

RESUMO

Esta pesquisa volta-se ao estudo das estratégias enunciativas empregadas pela Revista *Veja* na produção de reportagens. Tem como objetivo analisar as estratégias enunciativas e compreender os efeitos de sentido decorrentes da articulação de recursos verbais e não verbais na construção do texto que contribuem para a adesão do enunciatário ao discurso veiculado, mobilizando-o para a leitura/consumo da revista. O *corpus* é um texto sincrético, uma reportagem da Revista *Veja* impressa “Ele gritou, mas não deu tempo”. Esta análise tem como aporte teórico a Semiótica Discursiva. A escolha dessa abordagem teórico-aplicada justifica-se pelo fato de que a Semiótica Discursiva contempla os estudos dos elementos da superfície textual, que convergem para a persuasão do leitor. A abordagem teórica norteadora é de base enunciativo-discursiva, amparada em Greimas (2013, 2014) e em outros estudiosos do assunto, como Fiorin (1996, 1997, 2006, 2008, 2012), Barros (2002, 2003, 2005, 2012) e Gomes (2005, 2007, 2008, 2009). Na perspectiva do discurso jornalístico, destaca-se Hernandez (2004, 2006, 2009) e, a respeito da formação sócio-ideológica, Bakhtin (2011, 2014). Os procedimentos metodológicos correspondem a uma pesquisa bibliográfica e qualitativa, com análise do *corpus* selecionado. Como resultados, verificamos que na reportagem analisada são empregados diversos recursos para obter o arrebatamento do leitor. Esses recursos podem ser divididos em dois grandes grupos, os de ordem racional (fazer-saber) e os de ordem passional (fazer-sentir). No primeiro grupo, observamos os recursos da actorialização, ancoragem, a delegação de vozes em discurso direto aos atores do enunciado, a objetividade e neutralidade por parte do narrador que se enuncia em terceira pessoa (coerções genéricas do gênero reportagem). No segundo grupo, evidenciamos os elementos de ordem passional, como o emprego das fotografias, o tipo de letra, a diagramação, as legendas, certas escolhas linguísticas como o uso de adjetivos, tempos verbais (tanto pelo narrador, quando pelos interlocutores), emprego da categoria de pessoa pelos interlocutores (1ª ou 3ª), elementos que levam o leitor a compartilhar dos sentimentos do interlocutor. O uso de todos esses recursos faz com que o leitor deseje comprar a revista, não apenas para se informar (querer-saber), mas também para sentir (querer-sentir). Além disso, a estrutura narrativa do texto remete aos contos de fadas, como o da Cinderela e o da Branca de Neve, o que constitui um arquétipo de narrativa com que o leitor se identifica, na medida em que desperta memórias cristalizadas. Evidencia-se, então, que elementos concernentes ao nível discursivo e também à narratividade implicada no texto constituem estratégias voltadas à adesão do leitor ao discurso veiculado.

Palavras-chave: Revista *Veja*. Sincretismo de linguagens. Estratégias enunciativo-discursivas. Efeitos de sentido de ordem racional e passional.

ABSTRACT

This research focuses on the enunciative strategies used by the magazine *Veja* in producing its reporting. Our objective is to analyze the enunciative strategies and understand the effect on meaning arising from how verbal and non-verbal resources are joined together in building a text that aids in bonding the individual enunciated to the vehiculated discourse, turning him or her into a regular consumer of the magazine. The corpus is a syncretic text, an article from the printed edition of *Veja* titled "He cried out, but there was no time". This analysis has its theoretical basis in Discursive Semiotics. The choice for this theoretical-applied approach is justified by the fact that Discursive Semiotics has to do with the study of elements of the textual surface which converge in persuading the reader. The guiding theoretical approach is basically enunciative-discursive, supported in Greimas (2013, 2014) and in other scholars of the subject, like Fiorin (1996, 1997, 2006, 2008, 2012), Barros (2002, 2003, 2005, 2012) and Gomes (2005, 2007, 2008, 2009). From the perspective of journalistic discourse, Hernandez stands out (2004, 2006, 2009) and, with respect to socio-ideological formation, Bakhtin (2011, 2014). The methodological procedures are a bibliographic and qualitative search, with analysis of the selected corpus. As to results, we verified that in the article analyzed various resources are used to sweep the reader away. These resources can be divided into two large groups, those of rational order (doing-knowing) and those of emotional order (doing-feeling). In the first group, we observe the resources of actorialization, anchoring, the delegation of voices in direct discourse to the actors of the enunciated material, the objectivity and neutrality on the part of the narrator who enunciates himself in the third person (generic coercions in the reporting category). In the second group, we show elements of emotional order, like the use of photographs, typeface, diagramming, captions, certain linguistic choices like the use of adjectives, tenses (narrator as well as interlocutors), use of person category by the interlocutors (1st or 3rd), elements which move the reader to share in the feelings of the interlocutor. The use of all these resources makes the reader want to buy the magazine, not only for information (want-know), but also to feel (want-feel). In addition, the narrative structure of the text is reminiscent of fairy tales, like *Cinderella* and *Snow White*, which constitutes an archetype of narrative with which the reader identifies, insofar as these arouse crystalized memories. It is evident, then, that elements concerning the discursive level and also the narrativity implied in the text constitute strategies designed to bond the reader to the vehiculated discourse.

Keywords: *Veja* magazine. Syncretism of languages. Enunciative-discursive strategies. Effects of feeling of rational and emotional order.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Estratégias para a obtenção da atenção do leitor.....	26
Quadro 2- Sistemas de tempos enunciativos	64
Quadro 3– Subsistema do sistema de tempos enuncivos.	66
Quadro 4- Subsistema de tempos enuncivos	67
Quadro 5– Instâncias enunciativas	71
Quadro 6– Sincretismo de linguagens	76
Quadro 7 – Relações entre texto verbal e fotografia	89
Quadro 8 - Sequência e categorias de análise.....	100

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Partes estruturais do gênero notícia/reportagem.....	23
Imagem 2 – Capa da Revista <i>Veja</i> às vésperas do julgamento do caso Isabella Nardoni	90
Imagem 3- Parte do infográfico do caso Isabella Nardoni	92
Imagem 4 - Letra dos títulos.....	133
Imagem 5 - Letra do corpo	134
Imagem 6 - Letra das legendas	135

LISTA DE FOTOS

Foto 1 - Pai e madrasta (p. 76).....	124
Foto 2 – Bernardo brincando com uma caixa de papelão (p. 77).....	125
Foto 3 – Felicidade de <i>Facebook</i> (p. 78).....	126
Foto 4 – Túmulo de Odilaine Uglione (p.79).....	128
Foto 5 – Bernardo triste (p. 80).....	129
Foto 6 – Cartazes na casa Boldrini (p. 81).....	130
Foto 7 – Velório de Bernardo (p. 81).....	131
Foto 8 – Avó no enterro de Bernardo (p. 82).....	132

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	GÊNEROS TEXTUAIS, RELAÇÕES DIALÓGICAS E IDEOLOGIA	19
2.1	Gêneros textuais	19
2.2	A Reportagem.....	22
2.3	Enunciação e ideologia.....	28
3	A REVISTA <i>VEJA</i> : RETRATO HISTÓRICO E ESTADO DA ARTE	35
3.1	<i>Veja</i> : retrato histórico	35
3.2	<i>Veja</i> para que todos vejam: estudos sobre a revista	42
4	A TEORIA SEMIÓTICA GREIMASIANA	45
4.1	Teoria Semiótica: retomada histórica e conceitos fundamentais	45
4.2	Nível fundamental	48
4.3	Nível narrativo.....	49
4.4	Nível Discursivo.....	52
5	ENUNCIÇÃO E EFEITOS DE SENTIDO: AS CATEGORIAS DE PESSOA, TEMPO E ESPAÇO.....	55
5.1	A pessoa	58
5.2	O espaço	61
5.3	O tempo	62
5.3.1	Dos advérbios de tempo	67
5.4	Mecanismos de instauração das categorias da enunciação no enunciado	68
5.4.1	A debreagem	69
5.4.1.1	Debreagem actancial	70
5.4.1.2	Debreagem temporal	72
5.4.1.3	Debreagem espacial.....	72
5.4.2	A Embreagem.....	73

6	RECURSOS NÃO VERBAIS E EFEITOS DE SENTIDO À LUZ DA ENUNCIACÃO	75
6.1	Os textos sincréticos	75
6.2	O verbal e a sensibilização do leitor	78
6.3	O não verbal e a sensibilização do leitor	80
6.4	Estratégias não verbais de persuasão do leitor	84
6.4.1	Foto	84
6.4.2	Infográfico	91
6.4.3	Letra	92
6.4.4	Diagramação	93
7	ORGANIZAÇÃO METODOLÓGICA	96
7.1	Resumo do caso Bernardo	96
7.2	O <i>corpus</i>	98
7.3	O suporte teórico, os passos e categorias de análise	98
8	ANÁLISE DOS DADOS	101
8.1	Instâncias enunciativas (delegação de vozes) - Enunciador/ enunciatário, narrador/ narratário e interlocutor/ interlocutário	101
8.2	Instância do narrador	102
8.2.1	Categoria de pessoa (1ª ou 3ª pessoa)	102
8.2.2	Actorialização dos sujeitos do dizer	104
8.2.3	Escolhas linguísticas utilizadas na descrição dos atores e dos fatos	106
8.2.4	Delegação de vozes pelo narrador	108
8.3	Instância do interlocutor	114
8.3.1	Categoria de pessoa em que se projetam os interlocutores no enunciado (1ª ou 3ª)	114
8.3.2	Escolhas linguísticas projetadas nos enunciados dos interlocutores (estratégias passionais e efeitos de sentido)	119
8.4	Linguagens não verbais	123
8.4.1	Fotos	124

8.4.2 Letra	133
8.4.3 Diagramação	135
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	137
REFERÊNCIAS	146
ANEXO A – Reportagem “Ele gritou, mas não deu tempo”	151

1 INTRODUÇÃO

A Semiótica Greimasiana, de origem francesa¹, que surgiu em meados dos anos 60 é uma das teorias que se preocupa com o sentido presente nos textos. Concebe “texto” como um todo organizado de sentido constituído de três níveis de estruturação – fundamental, narrativo e discursivo – que formam o Percurso Gerativo de Sentido. No nível discursivo, materializam-se as escolhas enunciativas voltadas à persuasão do leitor, tais escolhas configuram elementos de análise de nosso trabalho. Nessa perspectiva, embora se apresentem, no decorrer do estudo, os outros dois níveis do percurso de gerativo de sentido (fundamental e narrativo), é no nível discursivo que se concentra o interesse desta pesquisa.

A escolha de uma reportagem de revista como *corpus* de estudo está relacionada ao fato de que esse gênero textual precisa convencer das verdades nele veiculadas e, para tanto, diferentes estratégias de persuasão, tanto de ordem racional como passional, são projetadas no texto. Além disso, embora o foco principal do jornalismo seja informar, levar ao leitor os fatos, cada revista veicula os mesmos fatos de maneiras diferentes, cada uma oferece o seu enfoque, os textos constroem uma visão particular de mundo e manifestam os pontos de vista de seus interesses a respeito de um determinado assunto. Cada vez mais nos deparamos com um jornalismo sensacionalista e competitivo, que emprega diversos elementos para chamar a atenção do leitor.

Neste contexto, nossa intenção é compreender como palavras, expressões, tempos verbais, imagens são empregados nas reportagens com vistas à produção dos sentidos e ao convencimento do leitor sobre o ponto de vista que se deseja veicular. Ou seja, buscamos compreender quais as estratégias enunciativas empregadas para persuadir o leitor a crer no que está sendo veiculado. Para tanto, analisaremos uma reportagem veiculada pela revista *Veja*. A escolha de uma reportagem da *Veja* levou em conta os estudos que apontam a revista como uma das mídias impressas mais vendidas no Brasil e que está ao alcance da maioria da população, sendo que a versão impressa fica disponível, inclusive, online, com acesso

¹ Cabe esclarecer que há duas vertentes da teoria Semiótica. Uma delas foi desenvolvida nos EUA e seu principal representante é Charles Peirce. A outra, que será utilizada neste trabalho, é a Semiótica de origem francesa, cujo representante principal é Algirdas Julien Greimas.

gratuito². Além disso, a revista e a reportagem selecionadas têm como característica o uso de textos, fotos, infográficos, depoimentos de entrevistados, ou seja, mais informações. Isso contribui com a análise porque a revista precisa criar novas estratégias para convencer o leitor, já que é publicada semanalmente e o leitor, ao tomar contato com a reportagem da revista, certamente já terá lido ou ouvido sobre a notícia nos demais veículos de comunicação diários. Assim, a revista precisa trazer um material inédito e mais completo.

Esta tarefa de análise nos parece de extrema importância porque assim poderemos compreender como determinadas escolhas enunciativas atuam no texto conferindo-lhe sentido. Entendemos também que poderemos contribuir no ensino de sala de aula, e até mesmo da própria graduação em Letras a respeito dos jornais, das revistas e de suas intencionalidades, fazendo com que os alunos compreendam e também saibam reconhecer e empregar tais efeitos de sentido.

Deparamo-nos com o fato de haver poucos trabalhos científicos em nível de mestrado ou doutorado abarcando este tema. Da mesma forma, o *corpus* que escolhemos, a reportagem da Revista *Veja* "Ele gritou, mas não deu tempo" também não foi estudado academicamente.

A reportagem em questão aborda o assassinato do menino Bernardo Uglione Boldrini, que foi encontrado morto em uma cova, em Frederico Westphalen. Após o corpo do garoto ter sido encontrado, o pai e a madrasta foram presos como suspeitos, junto com uma amiga do casal e o irmão desta. A reportagem traz uma retrospectiva dos fatos, até o momento em que se decretou a prisão dos suspeitos. Vários elementos são empregados na reportagem, como fotos, depoimentos de pessoas próximas, e um resumo com as datas dos acontecimentos.

Ao final da pesquisa poderemos explicar como determinadas escolhas enunciativas produzem efeitos de sentido no texto e, como estes podem contribuir para a persuasão do leitor. Nosso tema é, portanto, as estratégias discursivo-persuasivas e efeitos de sentido em discursos da Revista *Veja*. Nosso problema de pesquisa busca saber quais são as estratégias discursivas utilizadas pela Revista *Veja* para persuadir o leitor a respeito do caso do Menino Bernardo, a partir da perspectiva da Semiótica Discursiva. O objetivo geral do trabalho é analisar as estratégias enunciativas e compreender os efeitos de sentido decorrentes da articulação de recursos verbais e não verbais na construção do texto que contribuem para a adesão do enunciatário ao discurso veiculado, mobilizando-o para a leitura/consumo da revista. Os objetivos específicos são: a) compreender como as escolhas enunciativas de

² O conteúdo completo de todas as edições da Revista *Veja* podem ser acessados gratuitamente no site *Veja* Acervo Digital <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/>>.

pessoa, tempo e espaço contribuem para a persuasão do leitor; b) identificar efeitos de sentido relacionados às escolhas enunciativas; c) compreender as características do gênero notícia/reportagem³ jornalística, a partir dos estudos bakhtinianos, e identificar marcas próprias desse gênero (estilo); e d) perceber como elementos não verbais (fotos, infográficos, estilo de letra, diagramação) contribuem para a significação do texto, produzindo sentidos.

Para tanto, escolhemos a Teoria Semiótica Francesa, especialmente o nível discursivo, para analisar nosso *corpus*, visto que essa trata dos efeitos de sentido e da persuasão exercida sobre o leitor. Justamente por isso, nossa pesquisa é de natureza aplicada, já que buscamos trazer contribuições a problemas específicos da área, baseada no método dialético.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, nossa pesquisa é bibliográfica, uma vez que para a análise do *corpus* nos embasamos em referencial teórico da área da Semiótica e em trabalhos acadêmicos já existentes em relação à Revista *Veja*. E assim, pretendemos contribuir com nossas conclusões a respeito do tema. Como trabalhamos com a dinamicidade dos dados, nossa pesquisa é de abordagem qualitativa.

A base teórica se dá, em relação à Semiótica Discursiva, essencialmente, com Greimas (2013, 2014), Fiorin (1996, 1997, 2006, 2008 e 2012), Barros (2002, 2003, 2005) e Gomes (2005, 2007, 2008, 2009). Em relação ao gênero notícia, amparamo-nos em Hernandes (2004, 2006, 2009) e em Bakhtin (2011, 2014). A partir do *corpus* selecionado e dos teóricos que embasam nosso estudo, faremos a descrição das estratégias discurso-persuasivas empregadas a fim de convencer o leitor da *Veja* a respeito do Caso Bernardo.

O trabalho está dividido da seguinte forma: no capítulo dois abordamos o gênero textual notícia, os elementos que o caracterizam e a ideologia e o dialogismo que perpassa o gênero. No capítulo três abordaremos o histórico da Revista *Veja* e uma breve retomada de trabalhos semelhantes, que tratem de crimes. O capítulo quatro é pautado pela Teoria Semiótica, a descrição dos níveis fundamental, narrativo e discursivo. Já no quinto capítulo faremos a continuação do nível discursivo pela perspectiva da enunciação, tratando das categorias de pessoa, tempo e espaço, e dos mecanismos de debreagem e embreagem. O último capítulo teórico aborda os recursos não verbais que contribuem para a persuasão do leitor, tais como

³ De acordo com o Dicionário de Comunicação (RABAÇA, 2001), não se deve utilizar o termo **reportagem** para designar um tipo de notícia descritiva mais apurada e ampla. Na verdade, a **reportagem** é o processo que vai desde a captação dos dados até a produção do texto, e a **notícia** é o produto final. Mesmo assim, para este trabalho, tomaremos **reportagem e notícia** como sinônimos, dado o uso corrente dos termos em vários meios, inclusive no jornalístico.

fotos, letra e diagramação. O capítulo sete apresenta a metodologia de análise. O capítulo da análise contempla os apontamentos confrontando os dados obtidos no *corpus* com o referencial teórico. Por fim, tecemos as considerações finais.

2 GÊNEROS TEXTUAIS, RELAÇÕES DIALÓGICAS E IDEOLOGIA

Neste capítulo, abordaremos o conceito de gênero discursivo/textual, baseado em Bakhtin (2011, 2014), Marcuschi (2005), Faraco (2009) e, mais especificamente, o gênero notícia através dos estudos de Hernandes (2006). Daremos ênfase às características do texto jornalístico da Revista *Veja*, que é nosso objeto de estudo e às abordagens da Semiótica, através dos estudos de Greimas (2014). Também conceituaremos ideologia, dialogismo, formação socioideológica (escrita conforme o Marxismo e Filosofia da linguagem) e vozes monologizantes, pressupostos bakhtinianos.

2.1 Gêneros textuais⁴

Quando nascemos, já estamos submersos no mundo das palavras, uma vez que nossos pais conversam conosco. Apreendemos o mundo através dos sons e das primeiras palavras como “mamãe” e “papai”, que simbolizam o que têm grande significado para nós. Ao passar dos anos, percebemos que não somente estamos imersos nas palavras, mas também nos gêneros textuais nas quais elas são veiculadas. Assim, quando pequenos, sabemos diferenciar o jornal do papai, ou a revista de moda da mamãe. Também diferenciamos a receita de bolo, da bula do remédio. Nenhuma informação nos é veiculada solta, mas sempre contextualizada nos moldes de um gênero textual. Segundo Marcuschi (2005, p. 17), “[...] é inegável que a reflexão sobre gênero textual é hoje tão relevante quanto necessária, tendo em vista ser ele tão antigo como a linguagem, já que vem essencialmente envolto em linguagem”.

Neste ponto, poderíamos questionar o que é exatamente um gênero textual, como poderíamos defini-lo. Bakhtin (2011, p. 261-262) nos explica que

todos os diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem. Compreende-se perfeitamente que o caráter e as formas desse uso sejam tão multiformes quanto os campos da atividade humana, o que, é claro, não contradiz a unidade nacional de uma língua. O emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse

⁴ Neste trabalho, optamos por utilizar o termo gênero textual ao invés de gênero discursivo, por entendermos que os discursos se materializam sempre em determinado texto, seja ele verbal (oral ou escrito), não verbal (pintura, imagens) ou sincrético (que reúne recursos verbais e não verbais). Para essa delimitação nos embasamos em Fiorin (2006).

ou daquele campo da atividade humana. Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua mas, acima de tudo por sua construção composicional. Todos esses três elementos – o conteúdo temático, o estilo, a construção composicional – estão indissolivelmente ligados no todo do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um determinado campo da comunicação. Evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis de enunciados*, os quais denominamos *gêneros do discurso*⁵.

Portanto, além de conhecermos as palavras, a forma correta de ordená-las nos enunciados (não há ninguém que diga “O ler vou jornal”, mas sim “Vou ler o jornal”, salvo algum problema cognitivo), também (re)conhecemos o gênero textual, ou seja, a forma como o texto é veiculado. E podemos citar vários exemplos, como: o jornal, a bula de remédios, a lista telefônica, o bilhete, a carta, entre muitos outros. Cada um tem um formato específico e veicula um tipo de informação ao mesmo tempo em que utiliza determinadas formas de enunciar.

Nas receitas de culinária, para exemplificar, utilizam-se os verbos no imperativo (coloque a farinha, acrescente uma pitada de sal, asse até dourar, etc.). Quanto ao formato composicional, a receita contém uma divisão (título, ingredientes e modo de fazer). Possui uma estrutura, de certa forma, delimitada e um estilo próprio. Outro exemplo é o da carta. Em seu formato composicional, deve constar data, saudação e despedida. Tais elementos, bem como o espaço da página onde costumam/devem aparecer, fazem parte de sua estrutura. Já a forma de enunciar será variada, dependendo do destinatário. Uma carta enviada por uma empresa a um cliente, por exemplo, empregará a linguagem mais culta. Já uma carta entre familiares ou amigos trará expressões do dia a dia, marcas de oralidade.

Bakhtin (2011) faz uma diferenciação entre gêneros **primários e secundários**, levando em conta algumas das características que os qualificam. Sobre eles, Faraco (2009, p. 132) explica que

os primeiros são os gêneros da vida cotidiana (em geral, embora não exclusivamente, orais). Constituem-se e se desenvolvem em circunstâncias de uma comunicação verbal espontânea e estão em relação direta com seu contexto mais imediato. Trata-se dos gêneros da conversa familiar, das narrativas espontâneas, das atividades efêmeras do cotidiano. Os segundos aparecem em circunstâncias de uma comunicação cultural mais elaborada (em geral, mas não necessariamente, escrita). São os gêneros que se geram e se usam nas atividades científicas, artísticas, políticas, filosóficas, jurídicas, religiosas, de educação formal e assim por diante.

⁵ Grifos do autor.

Dessa forma, quando estamos conversando com nossos amigos ou familiares, usamos um dos gêneros primários, em que a linguagem é mais informal e descontraída. Nesse caso, ao enunciar em uma roda de amigos, usamos expressões que jamais usaríamos ao falar com um chefe ou ao escrever um texto para um jornal, por exemplo. Já quando lemos uma reportagem em uma revista, percebemos o uso de uma linguagem mais apurada, séria, de distanciamento, que normalmente caracteriza os gêneros secundários. Entretanto, devemos ressaltar que, em geral, essa divisão é apenas metodológica, já que, em vários deles, no dia a dia, encontraremos uma mescla de características próprias de diferentes gêneros, primários e secundários. Para o nosso estudo, trataremos de uma manifestação do gênero secundário, já que trabalharemos com uma reportagem da revista *Veja*.

Embora possa parecer que todos os gêneros textuais já tenham sido descritos e definido o formato padrão de cada um, não é isso que ocorre. O próprio Bakhtin (2011, p. 262) nos explica o contrário quando diz:

a riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana e porque em cada campo dessa atividade é integral o repertório de gêneros do discurso que cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e se complexifica em determinado campo.

A cada dia surgem novos gêneros textuais, citamos como exemplo o e-mail, que ganhou forças com o advento das tecnologias da informática. Por outro lado, outros gêneros tendem a desaparecer, como o telegrama e a carta pessoal. Hoje são poucas as pessoas que enviam cartas aos amigos e familiares, o que era muito comum no passado. Na atualidade, esse gênero é mais utilizado pelas empresas para mandar notícias, propagandas aos seus consumidores. Até mesmo o bilhete, antes colocado na geladeira, hoje faz parte do mural do *facebook*, um novo suporte para o gênero textual. Ou seja, os gêneros textuais, os suportes e as formas de enunciar, estão em constante evolução.

Os gêneros também “conversam” entre si, e dentro de um poema pode-se encontrar uma receita, ou dentro de uma receita, um poema, como tantas “receitas de amor” que circulam pela internet. Fiorin (2006), retomando o termo proposto por Bakhtin (2014), chama esse fato de **hibridização**, explicando que ela ocorre quando se mesclam a estrutura própria de um gênero e o conteúdo temático de outro. Isso decorre do fato de que as atividades humanas são complexas e criativas. Nesse sentido, o que ocorre é que, em virtude das

escolhas pessoais, muitas vezes características de um gênero se reproduzem noutros, por isso Bakhtin (2011) diz que os gêneros são **relativamente** estáveis.

Embora alguns gêneros textuais sejam menos flexíveis, com poucas possibilidades de variação, como o requerimento, o ofício ou um edital, há outros que nos oferecem muitas possibilidades de adaptação e criatividade, como uma música ou um poema. Como afirma Marcuschi (2005, p. 18) eles não devem ser vistos como “modelos estanques nem como estruturas rígidas, mas como formas culturais cognitivas de ação social corporificadas de modo particular na linguagem [...]”.

Já que os gêneros textuais são adquiridos junto com a língua, ao longo de nossa vida, pode parecer que estes sejam estruturas simples e de conhecimento de todos. Entretanto, nem sempre é assim. A pessoa que não teve contato com um determinado gênero durante a sua vida, terá dificuldades em reconhecê-lo e compreendê-lo, quando se deparar com ele pela primeira vez. Bakhtin (2011) comenta que até mesmo a pessoa que tem um alto domínio de vocabulário e gramática pode se sentir desconfortável e não compreender determinadas conversas de sua própria língua por não dominar um gênero textual. É o caso, por exemplo, de um alto executivo que tente manter uma conversação em uma estação de ônibus. Não é que ele não entenda o que digam, mas pode não estar acostumado a esse gênero. Outra situação semelhante é a de um mestrando que pela primeira vez irá escrever uma dissertação e, num primeiro momento, terá dificuldades em elaborá-la devido ao desconhecimento da estrutura e do estilo do gênero. A partir do contato com esse gênero, aos poucos, internalizam-se as suas particularidades.

Definido o conceito de gênero textual e suas implicações, passamos a abordar as características que definem nosso objeto de estudo: o texto jornalístico, mais especificamente, a reportagem.

2.2 A Reportagem

A primeira característica que podemos citar é o fato de o gênero textual reportagem/notícia pertencer aos gêneros secundários do discurso e, portanto, ter uma linguagem mais apurada. O objetivo deste gênero é informar os leitores sobre os fatos que aconteceram. Nesse contexto, tem como coerção genérica a imparcialidade e a “objetividade”, ou seja, deve apenas expor os fatos, sem manifestar opiniões pessoais acerca desses. Nesse

sentido, o articulista lança mão de determinadas estratégias enunciativas que criam efeitos de objetividade, como o relato dos fatos em 3ª pessoa e a não utilização de termos (adjetivos, advérbios, modalizadores, etc.) que possam denotar no texto posicionamentos pessoais/subjetivos. Tais aspectos serão mais detalhados no capítulo sobre a enunciação e os efeitos de sentido no texto verbal. No entanto, embora se dissemine a ideia da imparcialidade nas reportagens jornalísticas, nenhum texto é imparcial.

Basicamente, a notícia é formada por três elementos: a **manchete**, o **lead** e o **corpo** (HERNANDES, 2006). A **manchete** é a chamada, o título. Ela busca despertar o interesse do leitor para que a reportagem seja lida. Quanto mais criativa ou atrativa for a manchete, maiores as chances de que a atenção do leitor seja despertada. O **lead**⁶ é o resumo, em letras menores que segue a manchete. Ele busca explicar melhor o título e é mais uma tentativa de chamar a atenção do leitor. E por fim, o **corpo** em si, onde o texto da reportagem se encontra. Vejamos o exemplo:

Imagem 1 – Partes estruturais do gênero notícia/reportagem

The image shows a screenshot of a news article from G1 RS. The article title is "'Ofensas eram diárias', diz ex-babá em audiência sobre caso Bernardo". Below the title is a sub-headline: "Testemunha em processo trabalhou em casa após morte da mãe de menino. Outra ex-babá começou a ser ouvida no Fórum de Três Passos." The author is Caetano Freitas, and the location is Três Passos. The article text begins with: "Duas ex-babás do menino Bernardo Boldrini foram ouvidas na tarde desta segunda-feira (8) na condição de testemunhas de acusação no Fórum de Três Passos, na Região Noroeste do Rio Grande do Sul. A primeira delas a depor, Elaine Wentz, relatou um ambiente familiar agressivo da família do menino, que, segundo ela, era alvo de ofensas diárias." The article continues with a quote from Elaine: "Com a madrasta, o relacionamento era tranquilo no início. Depois, ela começou a contrariá-lo. Quando eles começaram a se xingar, as ofensas eram diárias".

Three blue arrows point from the article to labels on the right:

- The top arrow points from the main title to the label **MANCHETE**.
- The middle arrow points from the sub-headline to the label **LEAD**.
- The bottom arrow points from the first paragraph of the article to the label **CORPO**.

Fonte: FREITAS (2014).

⁶ Embora já exista a palavra “lide” em língua portuguesa, optamos por empregá-la em inglês (lead), já que, nas obras de muitos autores que embasam nosso estudo, ainda encontra-se dessa forma.

É preciso diferenciar, neste momento, mais alguns conceitos: **acontecimento**, **fato** e **notícia**. Aparentemente, eles são o mesmo, ou, ao menos, se relacionam. Mas, para o jornalismo, eles têm significados diferentes. De acordo com Hernandes (2006, p. 23-24):

Acontecimento⁷- é a manifestação de qualquer fenômeno que passou a ter significado para um ser humano.

Fato- trata-se da primeira eleição e da apropriação que um determinado jornal faz de certos acontecimentos, selecionados por ter determinado valor argumentativo. Selecionar um fato aponta a existência de uma visão de mundo. Tornar algo visível, presente, é, antes de tudo, determinar-lhe valor. Significa, simultaneamente, omitir ou esquecer outros aspectos envolvidos.

Notícia – é, por sua vez, uma hierarquização de fatos, também fruto de uma visão de mundo, dentro de um objetivo de despertar curiosidade, crenças, sensações e ações de consumo do próprio meio de comunicação [...].

A partir da explicação de Hernandes (2006), já é possível perceber que o que lemos nos jornais e nas revistas não é **exatamente** o que aconteceu. Para o jornalismo e para a linguística, sempre há o **acontecimento**, ou seja, um acidente, uma premiação, um casamento, entre outros; contudo, ele não será veiculado exatamente como é, até porque cada um vê o **acontecimento** de maneira diferenciada (subjéctiva). Disso se origina o **fato**. Em um acidente, por exemplo, vários jornalistas comparecerão ao local e cada um relatará o **fato** de uma forma diferente, porque o vê através de sua visão de mundo⁸. Assim, teremos tantas notícias diferentes quantos forem os jornalistas que as reportarem: um atentar-se-á para o número de feridos; outro destacará o estado dos carros; outro conseguirá uma entrevista exclusiva, mas nunca teremos o mesmo ponto de vista. Mesmo que o acontecimento seja o mesmo, ele chegará até nós pelo olhar de alguém (o que constitui o **fato**). Portanto, a notícia veiculada em revista, por exemplo, a *Veja*, traz o **acontecimento**, mas não o traz sozinho, traz uma visão de mundo sobre ele. Assim, não podemos dizer jamais que pelos jornais, revistas, televisão, sabemos dos acontecimentos. Na realidade, recebemos uma visão de mundo, uma visão do jornalista que fez a matéria. E, por fim, a **notícia** é o produto final, depois da coleta de dados e da matéria escrita pelo profissional.

Precisamos levar em consideração que o gênero textual notícia precisa ser vendido, precisa ser “comprável”. E o que se compra? Compramos aquilo que nos interessa, que desperta nossa atenção, nossos sentimentos. Fazer uma reportagem é também pensar em

⁷ Grifos do autor.

⁸ Trataremos das questões ideológicas mais adiante.

marketing. Se as pessoas não gostam do que o jornalista escreve, não comprarão o jornal ou a revista. Hernandez (2006) destaca que os critérios empregados pelo jornalista para selecionar uma notícia devem ser o *ineditismo*⁹ (porque o leitor quer ler aquilo que ainda não sabe), a *improbabilidade* (porque aquilo que o leitor não espera muitas vezes chama mais a atenção), o *interesse* e a *empatia* (atingir o maior número de pessoas) e, por fim, a *proximidade* (quem é do Rio Grande do Sul se interessa mais pelas notícias do Sul, e não tanto pelas de São Paulo, por exemplo).

Outra questão acerca do gênero reportagem é que com a evolução dos meios de comunicação e, em especial, da informática, novos *softwares* vêm surgindo e mudando o conceito de fazer jornalismo. Se antigamente havia apenas um papel simples, coberto de letras pretas trazendo as notícias, hoje há diversos tipos de papéis, projetos gráficos, e a possibilidade de utilizar muitos recursos na elaboração das notícias, entre cores, imagens, tipos de letras. É válido destacar que atualmente há jornais veiculados na *web*, que complementam o jornal ou a revista publicada em meio impresso, e também jornais exclusivamente veiculados em meio digital. Esses jornais apresentam novas possibilidades enunciativas, uma vez que dispõem de recursos de imagens, sons, vídeos, e a participação imediata do leitor, através dos comentários. Contudo, como nosso objeto de pesquisa é uma reportagem veiculada no suporte papel, vamos nos ater aos recursos utilizados nesse tipo de suporte para fidelizar o leitor. Hernandez (2006, p. 207-208) define alguns dos recursos¹⁰ que visam qualificar o jornalismo, e principalmente, prender a atenção do leitor:

Verbal, manifestado tipograficamente – diz respeito às letras, aos tipos gráficos e às suas possibilidades de concretização, como cores, texturas, tamanhos que geram títulos, matérias, legendas.

Fotográfico – inclui imagens fotográficas obtidas por meios convencionais ou digitais.

Pictórico – abrange produtos de arte e de técnicas de representar, numa superfície, formas que vão do figurativo ao abstrato. Inclui charges, ilustrações, quadrinhos, vinhetas, além de produções digitais que criam, inclusive, efeitos de terceira dimensão.

Misto – infográficos, fusões que apresentam um todo de sentido com base na utilização dos outros conjuntos significantes citados.

Diagramáticos – linhas, fundos, caixas coloridas ou vazadas. A maioria desses recursos tem como função auxiliar na organização visual e não remete a conteúdos.

⁹ Grifos do autor.

¹⁰ Detalharemos estes recursos no capítulo seis, onde abordaremos os textos sincréticos e suas contribuições para os efeitos de sentido e persuasão dos leitores.

Ou seja, não é apenas o texto, mas uma foto que contextualiza o fato, que o torna mais “real” para o leitor, já que nela se “concretiza” a imagem da pessoa, ou do acidente que está sendo abordado. As diferentes cores e tamanhos de letras remetem àquilo que devemos ler primeiro, ou que é mais importante. E quando não compreendemos muito bem as informações, ou não dispomos de tempo para lê-las na íntegra, um infográfico pode ser de grande valia para ajudar na rápida compreensão do que está sendo noticiado. A diagramação auxilia no visual, na melhor organização e na harmonia da página que lemos.

A mídia também dirige nosso olhar para aquilo que desejam que vejamos. Hernandez (2006) explica que quanto maior o tamanho de uma figura, maior o valor dela em relação às demais, mais importante é a notícia à qual ela está interligada. Da mesma forma, quanto maior uma reportagem, em termos de páginas que ocupa, maior a sua importância. Ao contrário, quanto menor o espaço a ela destinado, menor sua relevância. Hernandez (2006, p. 191), exemplifica com o seguinte quadro:

Quadro 1 - Estratégias para a obtenção da atenção do leitor

Estratégia do plano de expressão	Categorias topológicas de expressão	Correspondência no plano de conteúdo
<p>Primeira lei: o valor de uma unidade noticiosa é proporcional ao espaço a ela concedido. Dar mais espaço valoriza. Dar menos espaço desvaloriza. A lei também vale para os elementos. Por exemplo, se as fotos ocupam mais espaço, somos comunicados de que as imagens estão sendo mais valorizadas.</p>	<p>maior área ocupada x menor área ocupada</p>	<p>maior potencial de atenção x menor potencial de atenção</p>
<p>Segunda lei: tudo que estiver na parte de cima tem mais valor do que na parte de baixo. A lei é válida tanto para a relação entre unidades noticiosas numa mesma página (ou conjunto de páginas) quanto para elementos de uma única unidade noticiosa. Nos diários, há raros casos em que há um bloco maior no meio da página do que em cima. Nessa situação, a primeira lei prevalece.</p>	<p>parte de cima x parte de baixo</p>	
<p>Terceira lei: a máxima valorização espacial de uma revista ou diário acontece na capa ou na primeira página. Nesse espaço, o enunciador informa o assunto ou assuntos que considera mais importantes na edição.</p>	<p>exterior x interior</p>	
<p>Quarta lei: o início de uma unidade noticiosa é o espaço mais valorizado. Essa lei leva à colocação das principais informações e dos elementos de mais impacto sempre no começo.</p>	<p>inicial x final</p>	

Fonte: HERNANDES (2006, p. 191).

As oposições, como as explicitadas no quadro, são, na perspectiva da Semiótica, as bases sobre as quais se constroem as significações dos textos. Nesse sentido, o quadro apresentado por Hernandez (2006) mostra como se articulam, no plano de expressão¹¹, determinadas estratégias de disposição de elementos voltadas à persuasão do leitor. A partir do quadro é fácil perceber que a importância da notícia está, primeiramente, relacionada ao espaço que ela recebe na revista (maior área x menor área). Quanto mais importante, maior o espaço a ela destinada; quanto menos espaço, menos importância tem a notícia. Em segundo lugar, opõem-se a parte superior e a inferior, ou seja, a reportagem que estiver em cima, será a mais importante. Logo, a que estiver embaixo, será de menor relevância. A terceira lei (exterior x interior) diz que o que está noticiado na parte exterior da revista tem mais destaque do que estiver apenas na parte interior. Assim, as reportagens mais importantes estarão na capa. E por fim, a quarta lei (início x final) estabelece que o início de uma reportagem é a parte que recebe mais atenção, por isso, na manchete, ou no *lead*, geralmente já se obtém as informações que mais interessam. Se assim se desejar, pode-se ler a notícia completa, para se obter mais informações e esclarecimentos, mas o título e as primeiras linhas já dão conta de situar o leitor acerca do fato. Em resumo, o mais importante será encontrado na capa. Nas reportagens, o que for de maior relevância virá na parte superior, ocupando uma grande área. Os principais fatos já serão encontrados nas primeiras duas linhas.

Como já abordamos anteriormente nesse capítulo, as reportagens são permeadas pela ideologia, porque o jornalista que escreve sempre apresenta um recorte da realidade, do acontecimento em si. Embora escreva com marcas de objetividade, emprega a subjetividade para selecionar o que será apresentado ao leitor, levando em conta o que a empresa o “autoriza” a dizer e lançando mão de estratégias que podem despertar no leitor o desejo de ler/comprar a revista. No próximo tópico conceituaremos ideologia, de acordo com Bakhtin (2014), e as implicações desta nos meios de comunicação.

¹¹ Para a semiótica, o texto nasce da união de um plano de conteúdo com um plano de expressão (FIORIN, 1997). O plano de conteúdo é o assunto, a história em si. O plano de expressão é a **forma** utilizada pelo enunciatador para veicular o que deseja. Nesse sentido, o plano de expressão pode ser a escrita, a pintura, a fotografia, a fala. Como exemplo, tomemos Romeu e Julieta, de Shakespeare. O plano de conteúdo é a história do amor impossível. O plano de expressão poderá adquirir vários formatos, como por exemplo, o livro, a peça teatral, a historinha em quadrinhos, um filme.

2.3 Enunciação e ideologia

Como já havíamos abordado no início do capítulo, todo o enunciado é ideológico, e no jornalismo, por exemplo, jamais haverá a neutralidade, pois um jornalista sempre retratará os fatos a partir da sua visão de mundo.

Bakhtin (2014, p. 36) afirma que “a palavra é o fenômeno ideológico por excelência¹²”. É preciso especificar o que é **ideologia** para este autor e para o grupo de pensadores ao qual ele pertence. Faraco (2009, p. 46) explica que nos textos do chamado Círculo de Bakhtin (grupo de estudiosos que se reunia para discutir questões filosóficas):

a palavra **ideologia** é usada, em geral, para designar o universo dos produtos do "espírito" humano, aquilo que algumas vezes é chamado por outros autores de cultura **imaterial** ou produção **espiritual** (talvez como herança de um pensamento idealista); e igualmente, de formas da consciência social (num vocabulário de sabor mais materialista)¹³.

Em outras palavras, **ideologia** é o universo que engloba a arte, a filosofia, a ciência, a ética, a política, enfim, as várias manifestações do ser humano. Ressaltamos que para este estudo tomaremos ideologia a partir das ideias de Bakhtin, embora para outras teorias essa palavra tenha definições um pouco diferentes. Para este autor “tudo que é ideológico possui um *significado* e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, “tudo que é ideológico é um *signo*. Sem signos não existe ideologia¹⁴”. (BAKHTIN, 2014, p. 31). Um exemplo de signo ideológico que o autor nos traz é o pão e o vinho, que se tornam símbolos religiosos na comunhão cristã. Fora deste contexto, contudo, não possuem este significado. É o ponto que nos interessa é que um signo pode sofrer a ação da ideologia, como no recorte da realidade por parte de um jornalista, por exemplo, já que “um signo não existe apenas como parte de uma realidade; ele também reflete e refrata uma outra. Ele pode distorcer essa realidade, ser-lhe fiel, ou apreendê-la de um ponto de vista específico, etc.” (BAKHTIN, 2014, p. 33).

Embora, em um primeiro momento, possa parecer que os jornalistas apenas descrevem os fatos e as notícias são isentas de marcas de personalidade e de opiniões, na verdade, eles deixam transparecer a sua visão de mundo. Eles nos relatam as informações pelo seu viés,

¹² Grifo do autor.

¹³ Grifos do autor.

¹⁴ Grifos do autor.

construindo uma versão da verdade. Crestani (2010a, p. 234) explica que os enunciados são sempre subjetivos, na medida em que retratam as escolhas de um sujeito e, “assim como manipulam a escrita, de modo a realizar escolhas que denotem subjetividade ou objetividade nos textos, os sujeitos também ‘manipulam’ a construção da verdade (consciente ou inconscientemente)”. Isso ocorre porque, em primeiro lugar, como sujeitos, somos todos seres ideológicos, provenientes de uma determinada formação social, com diferentes crenças e valores. Depois, porque a “verdade”, conforme Crestani (2010a, p. 234), “só pode ser noticiada por meio da linguagem (discurso) e, portanto está atrelada à subjetividade”. Então, cada jornalista retratará um acontecimento de forma diferente, de acordo com a sua visão de mundo, e os interesses mercadológicos da revista que representa.

Seguindo esse raciocínio, Greimas (2014) avança explicando a diferença entre **fazer-saber** e **fazer-crer** (persuadir). Para Greimas (2014), um texto não busca apenas **fazer-saber**, ou seja, informar. Ele busca essencialmente **fazer-crer**, ou seja, persuadir o leitor a acreditar naquilo que é retratado. Assim, tomando este conceito no âmbito do jornalismo, a ideia que se tem é a de que, inicialmente, ele vá **fazer-saber**, ou seja, fazer com que o sujeito fique ciente de algo. Contudo, o jornalismo faz mais do que isso, ele usa o **fazer-crer** (persuadir), ou seja, faz com que o sujeito faça um julgamento assertivo a propósito de alguma coisa, institui a “verdade” do jornal. Dessa forma, compreendendo que todos os enunciados são ideológicos, quanto melhor o discurso do jornalista, em termos de estratégias persuasivas empregadas, mais irá **fazer-crer**.

Faraco (2009, p. 47) lembra que, “para o Círculo, a significação dos enunciados tem sempre uma dimensão avaliativa, expressa sempre um posicionamento social valorativo. Desse modo, qualquer enunciado é, na concepção do Círculo, *sempre ideológico*¹⁵ - para eles, não existe enunciado não ideológico”. Da mesma forma, Greimas (2014) afirma que hoje “não se espera mais do sujeito da enunciação a produção de um discurso verdadeiro, mas de um discurso que gere o efeito de sentido de “verdade” [...]”.

Greimas (2014, p. 117) faz a seguinte pergunta: “o que o enunciador faz para seu discurso pareça verdadeiro? Com quais critérios e procedimento julgamos os discursos dos outros verossímeis?” E como resposta institui:

o discurso é esse lugar frágil em que se inscrevem e se leem a verdade e a falsidade, a mentira e o segredo; modos de veridicção resultantes da dupla contribuição do

¹⁵ Grifos do autor.

enunciador e do enunciatário; suas diferentes posições não se estabelecem senão na forma de um equilíbrio mais ou menos estável que provêm de um acordo implícito entre os dois actantes da estrutura da comunicação. É esse acordo tácito que é designado pelo nome de contrato de veridicção (GREIMAS, 2014, p. 117).

Para que estabeleça o contrato de veridicção de que fala Greimas (2014), é preciso que o leitor/narratário tome como verdadeiro o que o jornalista/narrador relata. O jornalista precisa, conforme Greimas (2014), **fazer-parecer-verdadeiro** aquilo que enuncia. “Compreende-se, então, por que na epistemologia de nossos dias, o conceito de verdade é substituído, de forma cada vez mais frequente, pelo de eficácia”. (GREIMAS, 2014, p. 124). Para que o leitor seja persuadido a acreditar na “verdade” proposta, vários recursos persuasivos são empregados. Citaremos apenas um como exemplo, o da objetividade¹⁶. O jornalista para nos convencer daquilo que deseja, apaga a marca de pessoa **eu** no seu enunciado e projeta tão somente o **ele**. Assim, permite que o enunciado fale por si mesmo, empregando determinadas pessoas e/ou tempos verbais, demonstrando neutralidade.

A respeito disso, Bakhtin (2011, p. 265) explica que “as condições menos propícias para o reflexo da individualidade na linguagem estão presente naqueles gêneros do discurso que requerem uma forma padronizada, por exemplo, em muitas modalidades de documentos oficiais, de ordens militares, nos sinais verbalizados da produção etc.” Nesses, a linguagem utilizada traz um aspecto de distanciamento do leitor e de imparcialidade. Como exemplo, citamos a reportagem de 27/08/2014 do jornal G1, cuja manchete diz “Bernardo fazia tudo sozinho', diz dentista do menino em audiência”. O *lead* explica: “Depoimento foi a portas fechadas nesta terça no Fórum de Três Passos. Informação foi divulgada pela assessoria de imprensa do TJ-RS.”. Ou seja, quem diz algo não é o jornalista, mas sim o dentista e a assessoria de imprensa do TJ. A subjetividade do narrador fica mascarada, através das escolhas linguísticas não “escutamos” a voz do narrador do texto, embora ela esteja presente. Esse distanciamento, nada mais é do que um efeito de sentido.

Cada vez mais, os meios de informação, como revistas e jornais, tornam-se objetos mercadológicos e, como já demonstrado, para que sejam vendidos, precisam chamar a atenção dos leitores. Portanto, quanto mais “bombásticas” forem as reportagens, mais chances de que sejam vendidas. Hernandez (2004, p. 13) explica que “a força de um meio de comunicação de massa – e de seu discurso – pode ser calculada pelo total de corações e mentes que cativa”. Assim, embora vários fatos transformem-se em notícia, são destacadas aquelas que trazem

¹⁶ No capítulo cinco, destinado à Teoria Semiótica descreveremos estes recursos detalhadamente.

escândalos, tragédias, tudo que seja “vendível”. A parcialidade, antes mais velada, hoje em dia está explícita e produzem-se efeitos de sentido e efeitos de verdade.

Todo o enunciado, para Bakhtin (2014, p. 96), “é único e não reiterável”. Voltando aos jornais, como cada enunciado é único e irrepitível, nunca temos uma cópia, mas sim muitos textos que falam do mesmo fato, e muitas respostas aos enunciados (caráter responsivo dos enunciados). Bakhtin nos explica que um enunciado nunca está isolado no mundo, mas sempre interligado a outros. É sempre uma resposta a outro. Assim, o diálogo nunca termina. Não entendemos diálogo, neste caso, como a conversa, mas sim, como o encadeamento de enunciados. “Toda enunciação, mesmo na forma imobilizada da escrita, é uma resposta a alguma coisa e é construída como tal. Não passa de um elo da cadeia dos atos de fala”. (BAKHTIN, 2014, p. 101). Por exemplo, a respeito de um acontecimento jornalístico, o fato jamais será esgotado porque sempre haverá algum jornalista trazendo uma nova versão, uma adaptação, uma novidade aos fatos. E, ao primeiro, encadeia-se toda a série de novos enunciados. Complementamos com Bakhtin (2014, p. 101):

Toda inscrição prolonga aquelas que a precederam, trava uma polêmica com elas, conta com as reações ativas da compreensão, antecipa-as. Cada inscrição constitui uma parte inalienável da ciência ou da literatura ou da vida política. Uma inscrição, como toda enunciação monológica, é produzida para ser compreendida, é orientada para uma leitura no contexto da vida científica ou da realidade literária do momento, isto é, no contexto do processo ideológico do qual ela é parte integrante.

Uma resposta só pode ser conhecida e determinada dentro de seu contexto. E para Bakhtin (2014), há tantas significações possíveis quantos contextos possíveis. São essas diferentes significações que serão usadas pelas classes dominantes para impor a sua ideologia. “A classe dominante tende a conferir ao signo ideológico um caráter intangível e acima das diferenças de classe, a fim de abafar ou de ocultar a luta dos índices sociais de valor que aí se trava, a fim de tornar o signo monovalente”. (BAKHTIN, 2014, p. 48). Não é que não existam outros pontos de vista sobre um mesmo fato, mas a classe dominante tenta impor o seu ponto de vista como o verdadeiro, como único, como monovalente. É dessa forma que comprovamos, mais uma vez, o fato da não-neutralidade dos meios de comunicação de massa.

Também compreendemos que, quando falamos, sempre orientamos nossas palavras a alguém. Portanto, o processo de comunicação sempre se dá entre **eu** e **o outro**. Nesse sentido, uma revista que veicula informações sempre tem um público específico e usará a linguagem adequada para atingir àquele público. Da mesma forma, sabemos que, na elaboração de enunciados, são eleitas formas de dizer que visam fazer-criar, convencer os leitores – e não

apenas os leitores assíduos, mas também leitores eventuais – sobre o ponto de vista que ali se defende. Em resumo, os meios de comunicação de massa estão a todo o momento buscando formar opiniões. No entanto, não devemos ver o leitor como um sujeito passivo. Bakhtin (2014, p. 137) explicitará que “compreender a enunciação de outrem significa orientar-se em relação a ela, encontrar o seu lugar adequado no contexto correspondente”.

A cada enunciação que estamos em processo de compreender, fazemos corresponder uma série de palavras nossas, formando uma réplica. Portanto, “a compreensão é uma forma de *diálogo*; ela está para a enunciação assim como uma réplica está para a outra no diálogo. Compreender é opor à palavra do locutor uma *contrapalavra*” (BAKHTIN, 2014, p. 137). Podemos argumentar que, no caso dos meios de comunicação de massa, há muitas pessoas que se deixam convencer pelo que a mídia impõe, convencem-se de que a realidade veiculada pela televisão, por exemplo, é a única realidade, assim como de que as opiniões veiculadas por uma revista são as únicas verdades.

No caso de nosso objeto de pesquisa, uma revista, esta escreve buscando agradar ao público que visa atingir. Contudo, para que isso ocorra, ela precisa alinhar seu discurso com os ideais dessas classes, ou fazer com que essas classes, que deseja atingir, se identifiquem com o discurso que veicula. Isso é feito através das estratégias linguísticas que levam o leitor a crer. Do contrário, os leitores não concordarão com as ideias que esta veicula.

Em complementação Greimas (2014, p. 124) afirma que:

A negociação que precede, recobre e condiciona a operação gestual da troca se apresenta, então, como um fazer cognitivo recíproco, isto é, como um *fazer persuasivo*¹⁷ que tem diante de si um *fazer interpretativo inverso* e igualmente exigente.

Portanto, para que os leitores concordem com o que dizem as reportagens, precisam primeiro ser persuadidos pelo jornalista, porque independente do nível de escolaridade, todo o leitor possui um fazer interpretativo. Para exemplificar o poder de uma revista, o poder da mídia na imposição de sua voz, de sua verdade social, citamos Amaral (2011, p. 259):

A imprensa sempre teve papel destacado na via política brasileira, e esse protagonismo ficou ainda maior a partir do impeachment de Fernando Collor. A queda do primeiro presidente eleito por voto direto depois da ditadura foi impulsionada por reportagens das revistas *Veja* (entrevista com Pedro Collor, que acusava de corrupto o irmão presidente) e *IstoÉ/Senhor* (entrevista de Eriberto França, descrevendo as ligações financeiras entre Collor e o empresário César

¹⁷ Grifos do autor.

Farias). Tornou-se impossível para os poderosos ignorar as denúncias da imprensa. Mesmo com tiragens pequenas demais para o tamanho da população brasileira, jornais e revistas ditavam o tom dos noticiários de rádio e TV e, com o tempo, dos portais da internet.

A mídia que derruba um presidente, que faz denúncias, não é uma mídia neutra, mas sim uma voz que tem uma posição ideológica definida e está disposta a tudo para defendê-la. Amaral (2011, p. 259-260) segue as explicitações:

Fernando Henrique perdeu um ministro da aeronáutica, um presidente do Inbra [...] um presidente do BNDS [...], um ministro das comunicações [...] e teve de lidar com meia dúzia de grandes escândalos de mídia [...]. Antes do mensalão, Lula já tinha perdido o subchefe de Assuntos Legislativos (caso Waldomiro), a ministra da Assistência Social [...] e um presidente do Banco do Brasil [...]. O que todos esses escândalos tinham em comum, independentemente do governo em que ocorreram, foi terem sido levantados por jornais e revistas, e não por políticos da oposição pela polícia ou pelo Ministério Público [...].
No ambiente de descrédito generalizado das instituições e dos políticos – do governo ou da oposição -, a imprensa assumiu, na prática, o poder de julgar e condenar, em sua missão de fiscalizar os poderes da República. A capacidade de derrubar ministros e levar congressistas e governadores à renúncia (ou à cassação) tornou-se a medida do poder de cada veículo e critério para avaliar o desempenho dos seus repórteres.

Esse trecho mostra que vários ministros foram denunciados e perderam seus cargos, demonstrando o poder que a mídia tem. E não falamos de um governo em específico, mas, como deixam claro os comentários de Amaral (2011), a mídia estava contra todo e qualquer governo. Algumas emissoras e algumas revistas defendiam os partidos políticos de esquerda, outras os partidos políticos de direita, outras nenhum dos dois e dessa disputa surgia a heteroglossia e os vários lados de uma mesma história política, que levou a população ao descrédito total na política. Quanto melhor o jornalista, mais sensacionalista, mais escândalos, mais políticos derrubados. Como vimos em Bakhtin (2014), nenhum enunciado é neutro, sempre traz uma determinada formação axiológica.

Contraditoriamente, Gurovitz, diretor de redação, escreve na Carta ao leitor da revista Época (4 ago. 2014, nº 844, p. 8) o seguinte comentário:

[...] cabe à imprensa manter-se equidistante das paixões partidárias, de modo a evitar acusações que sirvam de pretexto às restrições da sua liberdade. Nada mais nocivo à liberdade de expressão do que um jornalismo panfletário e partidário. Nada mais nocivo do que as opiniões estridentes e irresponsáveis que grassam em blogs de ocasião, redes sociais e nos veículos que perderam a noção de que o compromisso jornalístico deve ser, em primeiro lugar, com a verdade dos fatos. Contra esses males, o melhor antídoto é o jornalismo profissional. O jornalismo praticado em ÉPOCA e nos demais veículos das Organizações Globo.

Esse jornalista reproduz o discurso inerente à classe, de que o jornalismo é limpo, livre, não partidário. Contudo, conforme Bakhtin (2011) essa neutralidade nunca existiu, já que todos os enunciados são marcados pela subjetividade. Não há enunciado que seja neutro. Não nos referimos apenas ao gênero jornalístico, mas a todos os gêneros, porque a subjetividade é inerente à linguagem. Há, sim, estratégias enunciativas que projetam efeitos de sentido de objetividade e neutralidade e que são características de determinados gêneros textuais, como a notícia. No entanto, sabemos que cada revista apresenta um ponto e vista sobre os fatos, defende um posicionamento, escreve para um público alvo, portanto com manifestações completamente diferentes, inclusive de sensacionalismo.

Neste capítulo, vimos o que são os gêneros textuais, como se organizam, especificamos o gênero notícia e as partes que o compõe. Discutimos a respeito dos princípios propostos por Bakhtin, de que nenhum enunciado é neutro e, portanto, todo jornalismo é tendencioso de alguma forma, já que é marcado pela subjetividade de quem o escreve ou da equipe em questão. Também percebemos que sempre existirão diferentes vozes sociais, e que cada uma delas tenta impor a sua como dominante.

No capítulo seguinte, caracterizaremos melhor a revista *Veja*, com base nos estudos que existem até o presente momento sobre ela, a partir de várias teorias linguísticas e de comunicação.

3 A REVISTA *VEJA*: RETRATO HISTÓRICO E ESTADO DA ARTE

Neste capítulo, descreveremos resumidamente o histórico da Revista *Veja*, seu início, forma de venda, de escrita, público-alvo e algumas estratégias enunciativas utilizadas pelo veículo para persuasão do leitor. Também abordaremos estudos existentes sobre o tema, dando ênfase àqueles que têm como base a Semiótica de linha francesa e analisam notícias de assassinato, semelhantes ao nosso objeto de estudo. Para isso, tomaremos como base os escritos do semioticista Nilton Hernandes, cujas pesquisas enfocam a Revista *Veja*, e em outros autores que também escreveram sobre o tema.

3.1 *Veja*: retrato histórico

A Revista *Veja* começa seu percurso quando Roberto Civita volta do exterior, em 1958, e convence seu pai, Victor Civita (que já estava interessado no assunto) a montar uma revista que “não deveria ser uma ilustrada, e sim um semanário de notícias nos moldes das norte-americanas Time e Newsweek” (HERNANDES, 2004, p. 30). Buscavam um novo padrão de fazer jornalismo, uma revista mais colorida, mais “bombástica”, menos papel e tinta e mais emoção. Então, convidaram o jornalista Mino Carta para coordená-la.

Veja foi lançada em setembro de 1968 (FRANÇA, 2011) e, logo de início, não deu lucro, exceto nas duas primeiras edições. Depois, começou a despencar em vendas. E, não bastasse isso, a revista foi censurada por oito anos, durante o período da ditadura militar do Brasil (1964-1985). Hernandes (2004, p. 31) descreve que “duas edições foram apreendidas. O governo militar cortou toda e qualquer verba de publicidade, inclusive das estatais”. Nessa mesma época de dificuldades, o jornalista Mino Carta acabou saindo da revista. O histórico diz que “a autonomia do diretor de redação estava prevista em contrato, o que dificultava o controle das edições. Ministros do presidente Ernesto Geisel detestavam Mino. Quatro deles exigiram tirá-lo da direção da revista”. (HERNANDES, 2004, p. 31). Contudo, segundo Hernandes (2004), tais fatos têm outra faceta. Hernandes (2004, p. 31) explica que Mino Carta foi demitido em dezembro de 1975 e ele mesmo explicou que com tantas prisões de jornalistas e censura à revista, Victor Civita, para não ficar mal com o governo, acabou entregando Mino Carta. Carta teria retratado que foi “oferecido pelos senhores Civita ao

ministro da justiça Armando Falcão, como prova de que eles queriam se livrar de quem, na opinião deles, provocava a censura”. (HERNANDES, 2004, p. 31). O futuro de Carta foi promissor e logo após ter sido libertado fundou a *Isto É* (1976), que hoje é uma das principais concorrentes da revista *Veja* e, mais adiante, em 1994, criou a revista *Carta Capital* e tornou-se diretor desta.

Sendo Mino que havia auxiliado a elevar as vendas, estas voltaram a despencar e Roberto Civita resolveu fazer algo a respeito. Segundo Hernandez (2004), Roberto Civita fez uma reunião com representantes de outras revistas e bancas e fechou o acordo de que, se o autorizassem a vender a assinatura da Revista *Veja*, ele não venderia mais nenhuma revista da Editora Abril por assinatura, por dez anos. Leia-se que naquela época, por volta de 1975, as vendas por assinaturas eram proibidas. As revistas eram compradas separadamente nas bancas. Era um acordo entre os editores e vendedores. A nova proposta foi aceita e *Veja* passou a ser vendida nas bancas ou por assinatura. As demais, como Quatro Rodas, Cláudia, entre outras, permaneceram sendo vendidas apenas nas bancas. Foi só através dessas assinaturas que a Revista *Veja* passou a dar lucro. Hoje, a revista é a mais comprada no país e uma das mais lidas no mundo (HERNANDES, 2004).

No capítulo anterior, explicamos que sempre que escrevemos algo, escrevemos para alguém, com um objetivo. Dessa forma, sabemos que *Veja*, desde o início teve muito bem delimitado o público para quem iria escrever. E isso acontece até hoje. A Revista escreve para o público que é assinante, para o leitor que a compra na banca regularmente e, também, para o leitor eventual, que ela busca fidelizar. Mesmo assim, França (2011, p. 65) defende que todos acabam lendo, vendo ou ouvindo

suas imagens e manchetes às quais é impossível ficar indiferente, dada a sua onipresença nas bancas e em variados locais, como salas de espera, salões de beleza, barbearias e outros espaços públicos: mesmo quem não a lê, tem a oportunidade de visualizar sua capa.

Silva (2011, p. 104) descreve que em 2008 o público leitor de *Veja* podia ser representado por 47% de homens e 53% de mulheres; sendo que 40% deles eram casados, 68% dos assinantes tinham ensino superior, dos quais 24% já eram pós-graduados; 73% pertenciam às classes A e B; e 30% assinavam a revista há pelo menos cinco anos; 55% tinham entre 20 e 49 anos. Tomando essas estatísticas, percebemos que a Revista se destina a um leitor jovem, mas não imaturo, que tem um bom nível de escolaridade, acima da média

nacional. É um leitor que tem boas condições financeiras, no mínimo. Silva (2011) destaca também o grande número de empresários que leem o periódico. Como caracteriza Silva (2011, p. 104), “corresponde ao que se poderia chamar de ‘formadores de opinião’, uma classe privilegiada de brasileiros que estudaram, trabalharam e integram a elite econômica do país”. Hernandes (2004, p. 14) complementa essa ideia quando afirma que:

há uma quantidade considerável de brasileiros que diante de suas páginas coloridas, papel brilhante, se identifica com a “realidade” apresentada. São leitores com um grau de escolaridade acima da média nacional. Em um Brasil de grande pobreza social e cultura, esse grupo forma uma espécie de elite. VEJA os influencia na tomada de decisões.

Como vemos, embora a revista atinja as classes mais abastadas, ninguém passa indiferente por ela, visto que está disponível nos mais diversos ambientes. Assim, ela forma opinião das mais diversas classes sociais, contudo sua escrita é destinada ao público que descrevemos. Os diversos estudiosos que pesquisamos¹⁸ são unânimes em descrever o fato de que *Veja* não conta os acontecimentos, ela escreve sobre eles a partir do seu viés, a partir do seu olhar. Hernandes (2004, p. 14) explica que “os valores que VEJA defende e transmite são os capitalistas, neoliberais, apresentados pela revista por meio do eufemismo de ‘livre iniciativa’”. Esses valores não são para toda a população, já que no capitalismo sempre haverá os excluídos, e os textos de *Veja* destinam-se aos grandes empresários com mercados altamente lucrativos.

Assim, é importante compreender como esses textos são selecionados e preparados, como algo vira notícia para a *Veja*. Hernandes (2006, p. 25) retoma o conceito de que a realidade existe, mas sempre vamos vê-la pelo viés de um jornalista:

Este trabalho não nega a existência da realidade. Só existe acesso ao “real”, porém, por via dos discursos, da linguagem, de uma visão de mundo. Qualquer jornalista, por mais cuidadoso que seja, submetido ou não aos valores da empresa onde trabalha, não consegue deixar de eleger um acontecimento a partir de uma ideologia, de inseri-lo numa escala de valores para transformá-lo em fato e em unidade noticiosa.

Acrescentamos a isso que, em se tratando da Revista *Veja*, a manipulação parece ser ainda maior. No estudo de Mezari (2009), as revistas *Veja* e *Época* foram comparadas, concluindo-se que as reportagens escritas pela *Veja* foram mais sensacionalistas. Hernandes

¹⁸ Hernandes (2004, 2006), França (2011), Napoleão e Oliveira (2008), Moraes (2007, 2008) e Mezari (2009).

(2006) esclarece que um mesmo fato gerou notícias com realidades distintas em diferentes revistas. Para ele:

os jornais sempre reportam realidades filtradas, resultado de um processo com três fases: 1) “pinçagem” ou escolha do que é considerado “relevante”; 2) remontagem dos pontos que interessam para criar uma sensação de realidade e verdade; e 3) esquecimento ou negação do que é notado como inoportuno ou desimportante na situação retratada (ou de tudo o que poderia contradizer a tese resultante dos itens 1 e 2) (HERNANDES, 2006, p. 27).

É possível perceber, com isso, que, como leitores, estamos distantes do acontecimento em si, mas próximos das escolhas, dos recortes que o autor da matéria faz, a partir de sua formação ideológica. A matéria é “o recorte da realidade que um grupo social faz e julga mais conveniente legitimar para uma camada social mais ampla” (HERNANDES, 2006 p. 29). Como demonstrado, o recorte que *Veja* deseja fazer é aquele que contenta aos mais abastados. Já não temos mais a realidade, mas uma manipulação dela, como convém à revista e aos leitores.

Questionamo-nos se os leitores, que são acima da média nacional, com grau elevado de instrução não se indagam a respeito dos fatos que estão lendo. Parece-nos claro que sim, contudo através das estratégias de persuasão, os leitores se identificam com as ideias e aceitam o que é veiculado. A Revista impõe as suas versões da realidade como se essas fossem a **única** verdade. E faz isso usando estratégias linguísticas muito conhecidas pelos jornalistas.

Uma das estratégias é o uso da **objetividade**. Hernandez (2006, p. 29) descreve que os textos “[...] estão rigorosamente dentro das regras da chamada construção de um material jornalístico ‘objetivo’. Não aparecem opiniões. Os depoimentos estão entre aspas, há a utilização da terceira pessoa”. A objetividade apaga a voz da empresa e do narrador (que enuncia em nome dela). Os fatos parecem verdadeiros porque este mesmo grupo, dos leitores de *Veja*, compactua com os ideais que *Veja* defende. Esta objetividade é um efeito de sentido que fideliza o leitor, porque a revista demonstra um jornalismo sério, um distanciamento e um profissionalismo em relação ao que veicula.

Outra estratégia de convencimento utilizada na construção das notícias é a **actorialização**¹⁹. Basicamente, em uma reportagem que trate de um acidente de carro, por exemplo, as pessoas envolvidas tornam-se personagens, como se as notícias fossem

¹⁹ Explicaremos este conceito detalhadamente no capítulo destinado à Teoria Discursiva.

“historinhas”. Mas são pessoas reais que o texto cita, os envolvidos no acidente. Esses “atores” têm seus nomes divulgados, idade, profissão, cidade de origem, etc. Tais elementos contribuem para dar veracidade ao fato.

Ainda, em muitas reportagens são inseridas fotos dessas pessoas, para que o leitor acredite que realmente houve o acontecimento, o acidente. Através da foto o leitor visualiza o local, visualiza os carros danificados e verifica que realmente o fato veiculado é real.

Acrescentam-se também, depoimentos de pessoas reais que estiveram ali e vivenciaram o evento. Ao final do depoimento, aparecem informações sobre a pessoa, como nome, idade, profissão ou grau de parentesco com os envolvidos no acidente, por exemplo. Todos esses recursos são **efeitos de realidade e de verdade**, que buscam convencer ao leitor na medida em que concretizam os atores, a cena, as “falas” destes.

Confirmam-se essas afirmações com Hernandes (2006, p. 79) que lembra “a necessidade de os textos apresentarem ‘gente de carne e osso’, ou seja, discursos com grande carga figurativa icônica para provocar a empatia, a identificação do leitor com a história contada”.

Seguindo as especificações de recursos de persuasão do leitor de *Veja*, temos o **distanciamento** do enunciador em relação ao enunciado, não se usa o “eu”. *Veja* refere-se a si mesma, como “*Veja*”. Por exemplo: “A equipe *Veja* investigou e traz com exclusividade...”, “*Veja* questionou os assessores do ministro a respeito da falta de água em São Paulo...”. Hernandes (2006, p. 31) confirma que “o uso da terceira pessoa numa reportagem dá a impressão de que o próprio assunto se apresenta para o público”.

Seguindo nosso raciocínio, outra forma de prender o público e convencê-lo do que se pretende, são as **estratégias ligadas ao sensível**. Uma forma é empregar uma foto, por exemplo, que atraia a atenção e sirva para sensibilizar as pessoas (HERNANDES, 2006). É por isso, que a capa de *Veja*, em geral, tem uma foto arrebatadora. Hernandes (2004, p. 25) descreve o processo de seleção “o caminho da apuração das matérias segue paralelo ao da construção das estratégias visuais. Diagramação, fotografias, gráficos entre outros recursos, são pensados, geralmente, para reafirmar os conceitos emitidos na parte verbal”. Com o advento das novas tecnologias e recursos gráficos, cada vez mais recursos são mobilizados para o convencimento do leitor a respeito de determinadas ideias e fatos. A foto, por exemplo, faz sentir o que a outra pessoa passou. O infográfico esclarece uma informação que pelo texto não ficou totalmente clara. O próprio designer gráfico da *Veja*, Neri, explica que muitas

matérias recebem menos destaque ou não são lidas por não terem o fator da imagem (HERNANDES, 2004). Assim esses recursos mobilizam o leitor pela **sensibilização**, porque quando uma foto é empregada e o leitor tem acesso ao depoimento dos sobreviventes da tragédia, ele tem um contato mais direto e pode ser levado a sentir o que essas pessoas sentiram. A reportagem não só informa, ela também sensibiliza.

Um recurso que não deve ser esquecido é a **diagramação**. É o lugar das partes da reportagem na página.

A distribuição espacial das unidades (fotos, títulos, matérias, legendas, logos, etc.) em mídia impressa é chamada diagramação. É a diagramação que cria e determina os padrões – como o corpo da letra, o número de colunas para as matérias utilizadas nas páginas, o tipo de posicionamento de fotos – e trabalha sobre eles. (HERNANDES, 2004, p. 50)

A distribuição dos elementos verbais (textos, legendas) e não verbais (imagens, fotos) também é uma estratégia para fisgar a atenção do leitor e convencê-lo daquilo que se diz. Há alguns elementos menores (como as cores de fundo e os tipos de letra, por exemplo) que conferem grande significado e são particularmente estudados pela Semiótica²⁰. O editor não usa uma cor de fundo por acaso. Da mesma forma, uma letra mais grossa representa um assunto mais sério e uma letra mais fina algo mais leve. *Veja* convencionou as letras que usa. “Nas capas de *Veja*, por exemplo, são comuns dois tipos de letras. Para assuntos mais sérios, há a *Frankfurt Gothic Heavy*, padrão também dos títulos internos [...]” (HERNANDES, 2004, p. 54). “Em assuntos mais leves, como os de comportamento, a preferida é a *Times New Roman*, também a letra utilizada nas matérias [...]” (HERNANDES, 2004, p. 56). Cada pequeno elemento é fundamental na busca pela atenção do leitor e para convencê-lo das “verdades” veiculadas pela revista. E, assim, o leitor assina o contrato fiduciário, que é “um contrato de fé, não um contrato de papel”, (HERNANDES, 2004, p. 57) e aceita as verdades noticiadas.

Quando o contrato fiduciário é firmado, *Veja* coloca-se como senhora das informações. Hernandez (2004, p. 71) demonstrou que “a revista coloca sua função jornalística no mesmo nível de importância dos fatos mostrados. É um elogio, uma afirmação com objetivo de reforçar os laços existentes entre VEJA e seu público”. Isso se dá, essencialmente pelo lapso temporal. Uma revista semanal tem uma semana para ser construída, ou seja, mais tempo que o jornalismo diário, contudo, se não trouxer nenhuma

²⁰ Abordaremos tais elementos detalhadamente no capítulo seis, destinado aos recursos visuais.

novidade, não fará com que o público tenha interesse nela. É o mesmo caso do Fantástico, na Rede Globo, por exemplo. As notícias são antigas, mas a reportagem é atual, porque eles explicam que fizeram uma reportagem exclusiva, que entrevistaram mais pessoas, que tiveram acesso a mais informações. É a chamada “cobertura completa”. E como *Veja* faz a “cobertura completa” no meio impresso sente-se no direito de tecer suas próprias opiniões a respeito dos fatos.

Hernandes (2006, p. 206) reforça que “o leitor instaurado pela revista não é o que nada sabe. Ele espera uma ‘contextualização’ e, ao mesmo tempo, um ‘diferencial’ na abordagem da notícia”. Analisando diversos jornais, Hernandez (2006, p. 269) conclui que “todos os noticiários estudados tentam construir efeitos de neutralidade em relação às notícias, menos *Veja*. A voz que tudo sanciona da revista, contudo, é muito mais uma coerção do que uma escolha qualquer para construir o *ethos*²¹ do enunciador”. E assim, marcando o seu ponto de vista claramente, “VEJA se coloca como dona de um saber maior que o do leitor”. (HERNANDES, 2004, p. 129). *Veja* usa as estratégias de distanciamento de neutralidade e de objetividade como as demais revistas. Contudo, em determinados momentos ela manifesta o seu posicionamento em relação aos fatos e busca convencer o leitor daquilo que defende.

Só podemos concluir, que “VEJA constrói um discurso autoritário”. (HERNANDES, 2004, p. 179). Ela construiu uma forma de escrever, uma forma de se posicionar, um nome na sociedade.

Diante da apresentação da “verdade última”, é de pouca utilidade mostrar-se parcial ou imparcial. VEJA se coloca acima dessa discussão. Se o diabo precisar ser citado, ele não merece direito de defesa. O texto da revista, no entanto, tenta compensar a posição autoritária, de saber absoluto, com um tom didático, de pai para filho, na relação com o leitor. Tudo é explicado em detalhes, com grande uso de figuras de linguagem, de expressões pitorescas. (HERNANDES, 2004, p. 179)

Até o presente momento, conseguimos citar alguns recursos de convencimento que a as diferentes mídias podem empregar para persuadir no leitor, e demonstramos através da Revista *Veja*, já que, neste trabalho temos como *corpus* uma reportagem de tal revista. A seguir, traremos um panorama dos trabalhos já existentes a respeito destes efeitos persuasivos em revistas, especialmente na revista *Veja*.

²¹ De acordo com Fiorin (2012, p. 139) “o *ethos* é uma imagem do autor, não é o autor real; é um autor discursivo, um autor implícito”. Assim, o *ethos* não se explica no enunciado, mas na enunciação, pode ser apreendido pelas marcas da enunciação deixadas no enunciado.

3.2 *Veja* para que todos vejam: estudos sobre a revista

Nesta seção, apontamos outros autores que tratam desse mesmo assunto, em artigos, dissertações e teses. Há um número significativo de contribuições ao mundo acadêmico a respeito de *Veja*. Contudo, cada estudo foca num aspecto diferente.

França (2011) preocupou-se em analisar capas da Revista *Veja* ao longo de 40 anos, e enfatizou o sensacionalismo das capas, e o fato de que “o leitor já espera um determinado posicionamento da revista com relação a determinados acontecimentos. Isso só é possível porque a revista conseguiu estabelecer um espaço discursivo próprio com o passar dos anos”. Essas ideias enfatizam o que já havia sido proposto por Hernandez (2004, 2006). Destacamos também o seu estudo feito a respeito dos diversos tipos de fotos, que usaremos no capítulo sobre textos sincréticos. O autor aborda basicamente que cada tipo de foto busca convencer ao leitor de uma maneira diferente. Mas o padrão *Veja* é uma foto grande, um título com letras grossas, grandes e, algumas vezes, pequenas em outras manchetes. Em suas conclusões o autor destaca outro ponto crucial que já mencionamos: *Veja* deseja que vejamos o mundo através de seus olhos. Contudo, através do olhar de *Veja*, só vemos a elite. Conforme França (2011) “na memória de *Veja* não há muito espaço para o pobre, o negro, o índio, as outras religiões que não a católica, o ateu, o homossexual, lugares diferentes de São Paulo, Rio de Janeiro e a Floresta Amazônica”. Que tipo de mundo *Veja* retrata? Uma parte, uma pequena leitura, uma pequena parcela.

França nos instiga a questionar ainda mais quando informa que é dever do jornalista “combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gêneros, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza” (FRANÇA, 2011, p. 243). Neste capítulo, já apontamos que *Veja* não tem o objetivo de contemplar a diversidade.

Oliveira e Napoleão (2008), propõem-se a demonstrar a (des)construção da imagem do presidente Lula nas capas da Revista *Veja* e conseguem explicitar a relação desta com o PSDB. Explicam que, em termos de política, *Veja* apoia esse partido e, da forma como veicula as notícias, está sempre enaltecendo seus candidatos e desclassificando os de outros partidos, especialmente os do PT. Em relação à política, o estudo demonstra que as capas e as reportagens de *Veja* se tornaram “espetacularização” e estão sempre à procura de um escândalo novo. A partir da (des)construção da imagem do presidente Lula, (des)constrói-se

também a ideia de um jornalismo objetivo e imparcial. *Veja* denuncia falcatruas como se fosse a “dona da verdade”, sendo que ela é a primeira a construir “versões da verdade”.

Avaliando produções que se destinaram a análise de crimes, como é o caso de Suzane Von Richthofen, que em 2002 foi presa acusada de, com o auxílio do namorado, ter assassinado seus pais (para ficar com a herança) percebemos diferentes olhares. Moraes (2007) explica que pelo percurso da Semiótica, Suzane passa de sujeito manipulado a sujeito manipulador. Ou seja, primeiro ela se diz obrigada pelo namorado Daniel a matar seus pais. Depois, descobre-se que ela teria manipulado o rapaz, por causa do dinheiro, a cometer o crime. Para a revista, Suzane não é inocente, porque ou se deixou manipular pelo rapaz participando da morte dos pais, ou manipulou-o para que ele o fizesse. De qualquer forma, é culpada, é uma assassina.

Complementando este estudo, Moraes (2008) analisa apenas a capa da revista da mesma edição. Nela Suzane aparece com passarinhos, bichinhos inofensivos, e o fundo tem duas cores: uma escura e outra clara. Seria ela a boa moça, inocente? Ou a vilã? Como vimos, *Veja* não deixa escolha. *Veja* não deixa que o tribunal apure os autos e decida. *Veja* tem opinião própria e a sua opinião incrimina Suzane. Moraes (2008, p. 4) explica que “não podemos esquecer o contexto em que isso se dá: a edição da revista antecedia o julgamento de Suzane. *Veja* assume o papel de justiceira, julga antes mesmo que a Justiça o faça”. Além disso, a autora conclui que *Veja* usa imagens tendenciosas para conquistar o leitor e convencê-lo do seu julgamento.

Na mesma linha de estudo, citamos Mezari (2009) que compara as capas da Revista *Veja* e *Época* em relação ao caso Isabella Nardoni. Como era de se esperar, a própria capa trazia a resposta à pergunta de todos os leitores: “Quem foram os assassinos de Isabella Nardoni?”. *Veja*, como sempre, traz a resposta: “foram eles – Alexandre Nardoni e Anna Carolina Jatobá”. A autora ressalta os recursos visuais, a imagem da menina na capa, e a questão de que, da forma como foi veiculado por *Veja*, o alto apelo fez com que todas as mães se mobilizassem. “A revista aproveitou o momento de solidariedade do povo brasileiro para ouvir a mãe da menina, chamando ainda mais a atenção do público para a reportagem” (MEZARI, 2009, p. 11). Mais uma vez, a revista ao invés de informar, realiza um sensacionalismo, e incrimina o pai e a madrasta da menina, sendo que quem deveria fazer isso era o júri.

Neste capítulo, retratamos o histórico da Revista *Veja*, alguns recursos de persuasão que ela emprega para convencer seus leitores e, também, abordamos alguns estudos existentes sobre a revista. Deu-se atenção especial aos casos de crimes, como o de nosso objeto de estudo. Percebemos, a partir dos estudos apontados, que há vários estudos que abordam os textos sincréticos e deste ponto de vista, sentimo-nos desafiados a estudar e oferecer nossas contribuições ao grupo científico. Ressaltamos que os estudos se basearam na análise de textos sincréticos e de alguns elementos linguísticos, além dos níveis fundamental e narrativo, entretanto há poucos estudos sobre a revista *Veja* no que diz respeito ao nível discursivo²², onde se manifestam as estratégias enunciativas empregadas para persuasão do leitor, que é o que nos propomos a fazer. Ou seja, propomo-nos a analisar recursos enunciativos empregados pela revista *Veja* numa das reportagens sobre o caso do menino Bernardo, verificando que tipo de estratégias verbais e não verbais são empregadas na composição textual e que efeitos de sentido essas estratégias projetam no texto.

No próximo capítulo, apresentaremos o referencial teórico em que a análise será embasada: a Teoria Semiótica, abordando tópicos essenciais para nossa pesquisa, como os níveis de análise, com especial atenção ao nível discursivo e aos recursos argumentativos nele empregados para a persuasão do leitor.

²² O nível discursivo comporta os estudos da enunciação, pois é nele que se materializam as escolhas do enunciador/narrador voltadas à persuasão do enunciatário/narratário.

4 A TEORIA SEMIÓTICA GREIMASIANA

Neste capítulo, descreveremos os pressupostos teóricos da Teoria Semiótica de linha francesa, já que com base nela analisaremos os mecanismos enunciativos utilizados no texto para a persuasão do leitor. Daremos ênfase ao percurso gerativo de sentido, em especial, ao nível discursivo, porque ele é o mais próximo da superfície do texto, no qual se encontram as escolhas enunciativas do enunciador para persuadir o enunciatário.

4.1 Teoria Semiótica: retomada histórica e conceitos fundamentais

Até por volta dos anos de 1960, as análises linguísticas preocupavam-se com a gramática descritiva, com normas, regras e diferenças entre as línguas, contudo, não tratavam do sentido das palavras, muito menos das frases e textos. O termo "Semiótica" foi utilizado em fins do século XIX, por Michael Bréal, para designar o estudo do sentido. Esse linguista estabeleceu que o objetivo desse ramo do conhecimento era investigar as mudanças de sentido das palavras, a fim de determinar os mecanismos que regulam essas alterações (FIORIN, 1997).

Logo após, surge a Semântica, que começa a preocupar-se com o sentido das palavras e das frases, mudando um pouco o foco, da descrição, para o sentido. Fiorin (1997, p. 11) explica que "a Semântica define-se, normalmente, como 'estudo do significado' ou 'teoria da significação'", ou seja, a Semântica preocupa-se com o significado das palavras e das frases. A Semiótica (enquanto teoria), que surgiu logo em seguida, introduz uma ruptura a essa perspectiva quando propõe o estudo do significado do texto. Para a Semiótica, o objeto de análise é o texto, os significados inscritos no texto.

Assim, em meados dos anos 60, surge a Teoria Semiótica de linha francesa, a qual, segundo seu criador, Algirdas Julien Greimas (2013, p. 455) "deve apresentar-se inicialmente como o que ela é, ou seja, como uma teoria da significação. Sua primeira preocupação será, pois, explicitar sob forma de construção conceitual, as condições da apreensão e a produção do sentido". Barros (2005, p. 11), explicita que a teoria "tem por objeto o texto, ou melhor, procura descrever e explicar o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz". Assim, o foco deixou de ser a estrutura e passou a ser o conteúdo do texto, ou seja, aquilo que se diz

usando as mais diversas estruturas, e como estes recursos enunciativos podem influenciar na persuasão. Como tantas outras, esta teoria também teve muitas críticas, mas não se pode negar o mérito de ter reintroduzido as preocupações com o sentido do texto nos estudos linguísticos (BARROS, 2005).

A evolução nas análises foi tão profunda e modificou tanto as estruturas da época que Barros (2005, p. 11) afirma:

A mudança de posicionamento frente aos fatos de linguagem levou ao aparecimento de propostas teóricas diversas que concebem o texto, e não mais a frase, como unidade de sentido e que consideram, portanto, que o sentido da frase depende do sentido do texto.

A partir dessas mudanças, a Semiótica foi estabelecendo suas técnicas de análise. Postulou-se que uma teoria que vise a estudar a significação/sentidos de um texto, era preciso atender a três condições. De acordo com Greimas (2012, p. 433-434) as três condições são:

- a) Deve ser **gerativa**²³, vale dizer, concebida sob forma de investimentos de conteúdos progressivos, dispostos em patamares sucessivos, que vão dos investimentos mais abstratos aos mais concretos e figurativos, de tal maneira que cada patamar possa receber uma representação metalinguística explícita.
- b) Deve ser **sintagmática**, e não mais apenas taxionômica, procurando assim dar conta não de unidades lexicais particulares, mas da produção e da apreensão dos discursos. [...].
- c) A Semântica deve ser **geral**: sendo as línguas naturais, tanto quanto os mundos naturais, lugares de aparecimento e de produção de semióticas múltiplas, deve-se postular a unicidade do sentido e reconhecer que ele pode ser manifestado por diferentes semióticas ou por várias semióticas ao mesmo tempo (no caso do espetáculo, por exemplo): é por isso que a semântica depende de uma teoria geral da significação.

A Semiótica propõe, então, o Percurso Gerativo de Sentido, que explica como se engendram e constroem os sentidos do texto, partindo das estruturas mais abstratas às mais concretas, e atende aos três critérios postulados. O fato de ser gerativo está relacionado aos três níveis de análise do discurso: nível fundamental, narrativo e discursivo, em que, a cada nível, vai-se tornando mais concreto o conteúdo do texto, o discurso vai se materializando. É sintagmático porque concebe o texto não como um grande amontoado de frases, mas como um todo de sentido em que as partes precisam estar interligadas. A manifestação de singularidades (frases e palavras), juntas, estruturadas, compõe um todo de sentido: o texto. Assim, também os elementos dos três níveis do percurso gerativo estão interligados. Tanto as

²³ Grifo do autor.

estruturas mais profundas, como as de superfície são essenciais para a compreensão do todo de sentido. Os sentidos não se dão sozinhos nas frases, mas um nível precisa do outro para significar²⁴. E o geral diz respeito ao fato de que um mesmo conteúdo pode ser veiculado por diferentes planos de expressão – o conteúdo de Romeu e Julieta de Shakespeare, por exemplo, pode vir manifesto em forma de livro, de filme, de peça teatral, de gibi –, bem como por englobar diferentes linguagens (verbal e não verbal) manifestas num mesmo plano de expressão, formando os textos sincréticos, cujo sentido decorre da união de verbal e não verbal. Em outras palavras, a Semiótica contempla o estudo de textos em geral, sejam verbais, não verbais ou sincréticos.

Segundo Barros, a noção de percurso gerativo do sentido é fundamental para a Teoria Semiótica e pode ser resumida como segue:

- a) o percurso gerativo do sentido vai do mais simples e abstrato ao mais complexo e concreto;
- b) são estabelecidas três etapas no percurso, podendo cada uma delas ser descrita e explicada por uma gramática autônoma, muito embora o sentido do texto dependa da relação entre os níveis;
- c) a primeira etapa do percurso, a mais simples e abstrata, recebe o nome de nível fundamental ou das estruturas fundamentais e nele surge a significação como uma oposição semântica mínima;
- d) no segundo patamar, denominado nível narrativo ou das estruturas narrativas, organiza-se a narrativa, do ponto de vista de um sujeito;
- e) o terceiro nível é o do discurso ou das estruturas discursivas em que a narrativa é assumida pelo sujeito da enunciação. (BARROS, 2005, p. 13).

O percurso gerativo é um caminho para compreender a estruturação do texto e extrair-lhe o que tem de mais importante: o sentido. O conteúdo em si, as personagens e suas ações, as formas e estratégias utilizadas para dizer o que o texto diz, os efeitos de sentido são objeto de estudo da Semiótica. Desconstroem-se os textos até obter-se deles o que há de mais profundo. É certo que o autor do texto não segue esse percurso para criar sua obra. Essa é uma ferramenta metodológica de estudo do texto. Como já especificado, o percurso gerativo de sentido é composto de três níveis que apresentaremos a seguir.

²⁴ No próximo capítulo, demonstraremos de que forma o uso de tempos verbais, de adjetivos, substantivos, modificam a interpretação do discurso e como eles causam efeitos de sentido.

4.2 Nível fundamental

O nível fundamental define-se, conforme Greimas, 2014, p. 436) “por seu caráter abstrato [...]”. É o nível mais profundo e comporta a categoria semântica de base formada por dois termos opostos. A categoria de base deste nível é sempre uma oposição, por exemplo, vida *versus* morte. Barros (2005, p. 14) explica que “as categorias fundamentais são determinadas como positivas ou eufóricas e negativas ou disfóricas”. Ou seja, eufórico é o valor defendido pelo autor, e disfórico é o termo refutado por ele. Fiorin (1997, p. 20) explica que:

Cada um dos elementos da categoria semântica de base de um texto recebe a qualificação semântica /euforia/ versus /disforia/. O termo ao qual foi aplicada a marca /euforia/ é considerado um valor positivo; aquele a que foi dada a qualificação /disforia/ é visto como um valor negativo. [...] Euforia e disforia não são valores determinados pelo sistema axiológico do leitor, mas estão inscritos no texto.

Para demonstrar estes conceitos, tomemos como exemplo um trecho (que resume a ideia geral do texto) retirado da revista *Veja* (edição 2097, 28 jan., 2009), cujo título é “Aborto: A realidade dos consultórios²⁵”.

“Enquanto as questões éticas, religiosas e científicas ficam sem resposta, mais médicos brasileiros optam por ajudar suas pacientes decididas a interromper uma gravidez indesejada”. *Veja* (edição 2097, 28 jan., 2009, p. 68).

O nível profundo (ao analisar o todo do texto) é composto da oposição vida (não-aborto) *versus* morte (aborto), já que trata da questão do aborto. Essa oposição sempre precisa se basear em um eixo comum. Segundo Fiorin (1997, p. 19):

Não opomos, por exemplo /sensibilidade/ a /horizontalidade/, pois esses elementos não têm nada em comum. Contrapomos, no entanto, /masculinidade/ a /feminilidade/, pois ambos se situam no domínio da /sexualidade/.

²⁵ A reportagem completa explica que embora religiosa e culturalmente se defenda a vida, muitas mulheres grávidas encontram-se decididas a realizar um aborto. Elas procuram os consultórios médicos a fim de fazer um procedimento com menos riscos do que os abortos clandestinos. Então se questiona a questão profissional do médico, que deve preservar a nova vida e negar-se a realizar o aborto, ou atender a mulher, evitando que esta faça o processo clandestinamente o que pode causar-lhe danos sérios, inclusive a morte. Por fim, a revista defende o posicionamento a favor do aborto, prestando suporte às mulheres.

No texto que usamos para exemplificar, defende-se a morte (o aborto), em que os médicos auxiliam suas pacientes que irão abortar de qualquer forma, então é melhor que seja em um ambiente seguro, em um consultório médico, com menos riscos de complicações. Como termo disfórico temos a vida (não-aborto), já que as pacientes encontram-se decididas a abortar, alegando que não estão preparadas para serem mães, que a maternidade “arruinará” suas vidas. Nessas oposições, forma-se o nível fundamental.

Assim, numa narrativa apresentam-se sequências discursivas de negação e asserção e o esquema de organização global do texto pode ser: "Afirmção de A, negação de A, afirmação de B; ou Afirmção de B, negação de B, afirmação de A". (FIORIN, 1997, p. 20). Como exemplo, podemos citar a vida e a morte, termos que se opõem no texto usado como exemplo. Inicialmente, o texto exalta a defesa do uso de anticoncepcionais e camisinha como método de proteção e, portanto, é contrário ao aborto (exceto em caso de má formação ou risco de morte à mãe). Afirma-se A (contra o aborto = vida). Contudo, no decorrer da reportagem, *Veja* demonstra como as pacientes chegam aos médicos e a política que estes têm de redução de danos e de não abandonar a paciente no momento de uma gravidez indesejada. Temos, então, a negação de A e a afirmação de B (a favor do aborto= morte). Assim, parte-se da não legalização do aborto para a se defender a legalização deste.

Este nível (o fundamental), portanto, contempla as oposições semânticas de base e o percurso que o texto constrói para afirmar um termo (eufórico) e refutar outro (disfórico). Passaremos agora ao nível narrativo.

4.3 Nível narrativo

No nível narrativo ocorre maior concretização das estruturas do nível fundamental, porque os sujeitos assumem uma relação com o objeto descrito, e eles atuam sobre esse objeto. Fiorin (1997, p. 16) explicita estas ideias dizendo que "[...] não se trata mais de afirmar ou de negar conteúdos, de asseverar a liberdade e de recusar a dominação, mas de transformar, pela ação do sujeito, estados de liberdade ou de opressão". É neste nível que as ações dos sujeitos acontecem, para abordá-las precisamos, inicialmente, definir as terminologias de sujeito e objeto valor.

Sujeito: o sujeito definido pela Semiótica não é o sujeito da gramática tradicional. Ele é aquele que, num texto, realiza as ações, que vai em busca de algo que deseja. Ele pode ter

um antissujeito, que será aquele que agirá contra ele. No texto exemplo da Revista *Veja* temos como sujeito as mulheres que desejam fazer o aborto. Um antissujeito é o governo que não permite tal prática, outro são os médicos que não realizam esta prática. Assim, elas não conseguem o que desejam.

Objeto-valor: Greimas (2013, p. 347) define como “lugar de investimento dos valores (ou das determinações) com as quais o sujeito está em conjunção ou disjunção”. Ou seja, o objeto é aquilo que o sujeito deseja. No texto do aborto, o objeto de desejo do sujeito representado pelas mulheres é o aborto. Quando o sujeito consegue o que deseja dizemos que ele entra em conjunção com seu objeto-valor, ou seja, conseguiu o que desejava. Caso ele não consiga, fica em disjunção com seu objeto-valor, privado dele. As mulheres que conseguiram abortar entraram em conjunção com seu objeto-valor. Vale ressaltar que o objeto-valor pode ser qualquer coisa que o sujeito necessite ou deseje, por exemplo, dinheiro, saúde, felicidade, imortalidade, entre muitos outros. No percurso narrativo, o sujeito segue atrás de seu objeto valor. Se é bem sucedido, encontra seu objeto valor e fica (conjunção). No nível narrativo, a personagem busca seus objetivos, seu objeto valor. Acompanhamos o seu percurso de mudança.

Verificamos que no nível narrativo retrata-se a condição humana, os acordos e desacordos, as perdas, as frustrações, as mazelas da humanidade. Nem sempre o objeto valor é obtido. E aí destroem-se relacionamentos, mostram-se as tensões humanas, as decepções, as dificuldades, as frustrações.

Como retrata as ações do homem no mundo, o nível narrativo contempla enunciados de estado e enunciados de fazer.

No âmbito da sintaxe narrativa, há dois tipos de enunciados elementares: os enunciados de estado e os de fazer. Os primeiros são determinados pela relação de junção – conjunção ou disjunção – do sujeito com o objeto, podendo, portanto, ser considerados estáticos. Já os enunciados de fazer são dinâmicos, pois englobam as transformações de um estado para outro (PEIXE, 2009, p. 20).

Nos enunciados de estado, o sujeito em questão não muda sua posição no decorrer da narrativa, ou seja, permanece no mesmo estado inicial, que pode ser de conjunção ou de disjunção com seu objeto valor. Já nos enunciados de fazer, a personagem muda a sua posição, porque entra em conjunção ou disjunção com o seu objeto valor no decorrer da narrativa. Por exemplo, se uma pessoa é rica e permanece rica até o final da narrativa, o seu enunciado é de estado, já que não acontece mudança. Contudo, se é um personagem pobre e,

no final da vida, torna-se rica e bem sucedida através de seu trabalho, temos um enunciado de fazer, já que pelo seu trabalho ela mudou sua condição social. Ela iniciou em disjunção com a riqueza e terminou em conjunção com a riqueza, provavelmente seu objeto-valor.

Seguindo este raciocínio, a narrativa concentra-se na transformação de estado entre sujeito e objeto a partir do percurso narrativo. Uma narrativa canônica apresenta esse percurso organizado em quatro fases distintas: a manipulação, a competência, a performance e a sanção.

Greimas (2013, p. 300) explica que “**a manipulação** caracteriza-se como uma ação do homem sobre outros homens, visando a fazê-los executar um programa dado”. Por exemplo, “quando um pai determina que o filho lave o carro, ocorre uma manipulação e o filho passa a ser um sujeito segundo o dever, embora não necessariamente segundo o querer” (FIORIN, 1997, p. 22). Na fase da manipulação, o destinador procura exercer a persuasão para convencer o destinatário a aceitar algo que o primeiro deseja. A manipulação pode acontecer de várias maneiras, sendo as quatro principais:

Tentação: Se você come tudo, a mamãe leva você para ver o filme da Mônica.
 Intimidação: Coma tudo, senão você apanha!
 Provocação: Duvido que você seja capaz de comer todo o espinafre!
 Sedução: Você é um menino tão bonito e que gosta tanto da mamãe, você vai comer tudo, não é? (BARROS, 2005, p. 31).

Para que a aceitação aconteça, o destinador pode usar várias estratégias conforme descritas acima: tentação, intimidação, provocação, sedução. Se uma delas for aceita pelo destinatário, caminha-se em direção à ação/performance. Mas para que isso ocorra, o sujeito que vai praticá-la também precisa ter a competência.

Na fase da **competência**, o sujeito que vai realizar alguma mudança é dotado de condições e de um saber e/ou poder fazer (GREIMAS, 2013), ou seja, ele possui a competência, **pode** e **sabe** o que deve fazer.

A **performance** “é a fase em que se dá a transformação (mudança de um estado a outro) central da narrativa. Libertar a princesa presa pelo dragão é a performance de muitos contos de fada” (FIORIN, 1997, p. 23).

A última fase é a da **sanção**. Nela, o sujeito bom é reconhecido como cumpridor dos seus deveres e recompensado de alguma forma, e o sujeito mau é julgado negativamente pelas maldades que tenha feito e então é punido (BARROS, 2005). Como exemplo, podemos citar a história clássica de Chapeuzinho Vermelho, onde no final o lobo mau recebe a sanção

negativa e o caçador recebe a sanção positiva por ter salvado a vida de Chapeuzinho e da vovó.

Cumprido destacar que na maioria dos textos não aparecem as quatro fases explicitamente, mas elas devem ser pressupostas pelo leitor. Por exemplo, um texto de opinião foca apenas a sanção, precisando as demais fases serem pressupostas por quem lê.

4.4 Nível Discursivo

Segundo Barros (2005, p. 53), “o nível discursivo é o patamar mais superficial do percurso, o mais próximo da manifestação textual”. A autora também explica que “pela própria definição do percurso gerativo, as estruturas discursivas são mais específicas, mas também mais complexas e ‘enriquecidas’ semanticamente, que as estruturas narrativas e as fundamentais” (BARROS, 2003, p. 53).

É no nível discursivo que se concentram os estudos da enunciação, pois é neste nível que se manifestam as escolhas enunciativas que o sujeito faz. Sabemos que não se diz nada por acaso, cada uma de nossas palavras e frases tem um motivo e foi feita uma escolha. Escolhemos os pronomes, os adjetivos, os advérbios, o tempo, os substantivos, tudo para comunicar o que queremos, da forma como queremos. E é pelo exame do nível discursivo, que podemos explicar a complexidade dos discursos que lemos e ouvimos todos os dias. No nível discursivo se manifestam os temas e figuras, bem como as escolhas de pessoa e tempo que nos importam neste trabalho.

Fiorin (1997, p. 31) trata da manifestação, do plano de conteúdo e do plano de expressão:

Chamamos manifestação à união de um plano de conteúdo com um plano de expressão. Quando se manifesta um conteúdo por um plano de expressão, surge um texto. Discurso é uma unidade do plano de conteúdo, é o nível do percurso gerativo de sentido, em que formas narrativas abstratas são revestidas por elementos concretos. Quando um discurso é manifestado por um plano de expressão qualquer, temos um texto.

A manifestação é o uso da língua, é a forma como os seres humanos se manifestam. No plano de conteúdo encontramos as personagens, o objeto valor, o conflito em si. O plano de conteúdo é a essência, é a história, o acontecimento e o conteúdo. No plano de expressão encontramos o gênero discursivo e as escolhas discursivas que cada sujeito faz para o seu

texto. O plano de expressão é a **forma** utilizada pelo enunciador para veicular o que deseja. Tomemos como exemplo o caso do menino Bernardo. O plano de conteúdo é o acontecimento, o assassinato do menino. O plano de expressão não será apenas um, em se tratando de mídia, o plano de expressão poderá ser uma reportagem televisiva, uma chamada no rádio, um texto escrito publicado em um site de notícias, uma cobertura completa em uma revista. O conteúdo é o mesmo e o plano de expressão pode ser variado. É válido destacar, portanto, que um mesmo plano de conteúdo pode ser representado por diferentes planos de expressão, por exemplo: um conto de Machado de Assis pode ser escrito em formato de prosa, ou em formato de história em quadrinhos. O discurso muda, o plano de expressão muda, mas o plano de conteúdo permanece o mesmo, ainda é uma obra Machadiana e ainda trata das mesmas questões inerentes à raça humana.

É claro que cada plano de expressão terá diferentes objetivos e atingirá o público de uma maneira diferente. O teatro poderá causar emoções na plateia que provavelmente não sejam sentidas da mesma forma com o livro, dado que no teatro utilizam-se outros recursos relacionados ao sensível, como a música, a iluminação, o cenário, a emoção dos artistas, etc. Em suma, os diferentes planos de expressão transmitirão a mesma mensagem, mas causarão efeitos um pouco diferentes nos receptores.

Avançando nas questões teóricas, apontamos os recursos da tematização e da figurativização. Na primeira, o texto visa abordar um assunto, como forma de reflexão, por exemplo, sobre a pobreza, sobre o trabalho e o sucesso, a felicidade, independência, enfim, assuntos mais abstratos. Já na figurativização, os temas abordados são revestidos por figuras/personagens do “mundo real” que os concretizam. Como exemplo, podemos citar a obra clássica “A cigarra e a formiga”, de La Fontaine, em que as formigas trabalham enquanto a cigarra apenas canta. Logo, esta fica com fome e frio e no inverno pede abrigo às suas amigas, que lhe ensinam a lição de que é preciso trabalhar para se ter abrigo e sustento. Ora, esta fábula nada mais é do que um texto que tem como tema os diferentes tipos de trabalhadores (dedicados e preguiçosos), que foram nele figurativizados, respectivamente, pelas formigas e pela cigarra. A figurativização é uma ilustração, uma representação do tema. Fiorin (1997, p. 24) assim explica o conceito de tema e figura:

Tema é o elemento semântico que designa um elemento não-presente no mundo natural, mas que exerce o papel de categoria ordenadora dos fatos observáveis. São temas, por exemplo, amor, paixão, lealdade, alegria. Figura é o elemento semântico que remete a um elemento do mundo natural: casa, mesa, mulher, rosa, etc. A distinção entre ambos, é, pois, de maior ou menor grau de concretude. Temos que

entender, no entanto, que nem sempre essa distinção é fácil de ser feita, pois concreto e abstrato são dois pólos de uma escala que comporta toda espécie de gradação.

No texto da cigarra e da formiga, o tema é o trabalho humano, e as figuras são a cigarra e da formiga, que são extraídas do mundo real e ganham vida e voz na história para representar o tema do trabalho. Fiorin (1997, p. 24) ainda ressalta que quando falamos em textos figurativos e não figurativos, falamos em predominância e não em exclusividade. Ou seja, um texto é, em geral, a mescla de temas e figuras. Da mesma forma, na hora de construir um texto, o enunciador sempre pensará no enunciatário que irá recebê-lo. Portanto, a escolha de temas e figuras relaciona-se também ao público-alvo, avaliando qual será a melhor forma de convencer o enunciatário sobre aquilo que se deseja, até porque “não é a mesma coisa produzir um texto para um especialista numa dada disciplina ou para um leigo; para uma criança ou para um adulto. O enunciatário é também uma construção do discurso” (FIORIN, 1997, p. 153). Ressalte-se que o autor e o leitor de que aqui falamos não são pessoas de carne e osso, mas sim autor e leitor implícitos. É a imagem do leitor ou do autor construída pelo texto.

Além da tematização e da figurativização, muitas outras estratégias enunciativas se consolidam no nível discursivo e entram em jogo na construção dos sentidos do texto. Tudo o que é dito tem um propósito e está a serviço da persuasão do enunciatário. Nesse sentido, o nível discursivo comporta os estudos da enunciação, pois nele se manifestam as escolhas enunciativas (estratégias verbais e não verbais) utilizadas pelo **eu** para persuadir o **tu**. No capítulo seguinte, abordaremos estudos da enunciação sob a perspectiva da Semiótica discursiva, explicando como as categorias de pessoa, tempo e espaço podem ser projetadas nos enunciados e os efeitos de sentido que elas produzem nos textos.

5 ENUNCIÇÃO E EFEITOS DE SENTIDO: AS CATEGORIAS DE PESSOA, TEMPO E ESPAÇO

O nível discursivo comporta as projeções da enunciação no enunciado. Neste capítulo, explicaremos o conceito de enunciação, abordaremos as categorias de pessoa, tempo, espaço, e os efeitos de sentido decorrentes do modo como se projetam essas categorias no enunciado.

Inicialmente, é preciso definir o conceito de enunciação. Para Benveniste (1989) a enunciação é colocar a língua em funcionamento. É quando o falante utiliza seu aparelho fonador, as estruturas fisiológicas, se dirige para alguém, usa a língua e transmite uma mensagem. Já o enunciado “é entendido como o produto da enunciação, o texto, falado ou escrito, que emerge das diferentes situações de interação” (CRESTANI, 2010b, p. 54). Conforme proposto por Bakhtin (2014), sempre dirigimos nosso enunciado para alguém e levamos em conta a imagem que temos desse “alguém” ao produzir nosso enunciado, logo, o sujeito da enunciação é constituído por **eu** e **tu**. O enunciado é o produto da interação do enunciador (**eu**) com um enunciatário (**tu**). Assim também se forma o conceito de coenunciação, porque o **eu** que fala sempre leva em consideração os anseios, as ideias do **tu**, já que busca persuadi-lo. Jamais enunciamos sozinhos, enunciamos sempre para um **tu** instaurado.

Quanto ao fazer persuasivo, é preciso explicitar ainda os conceitos de enunciador e enunciatário que, de acordo com Fiorin (1997, p. 40):

[...] como se produz um enunciado para comunicá-lo a alguém, o sujeito produtor do discurso desdobra-se num enunciador e num enunciatário. O primeiro realiza um fazer persuasivo, isto é, procura fazer com que o segundo aceite o que ele diz, enquanto o enunciatário realiza um fazer interpretativo, para exercer a persuasão, o enunciador utiliza-se de um conjunto de procedimentos argumentativos, que são parte constitutiva das relações entre o enunciador e o enunciatário.

Além do fato de que todo o discurso é persuasivo, também todo dizer é passível de interpretação e que o leitor realiza a interpretação do que é dito. Ele pode subordinar-se ou não ao discurso do outro. Basta interpretar, concordar ou discordar.

Analisamos, portanto, as escolhas de pessoa, tempo e espaço. Nas palavras de Barros (2005, p. 53):

O sujeito da enunciação faz uma série de “escolhas”, de pessoa, de tempo, de espaço, de figuras, e “conta” ou passa a narrativa, transformando-a em discurso. O discurso nada mais é, portanto, que a narrativa “enriquecida” por todas essas opções

do sujeito da enunciação, que marcam os diferentes modos pelos quais a enunciação se relaciona com o discurso que enuncia. A análise discursiva opera, por conseguinte, sobre os mesmos elementos que a análise narrativa, mas retoma aspectos que tenham sido postos de lado, tais como as projeções da enunciação no enunciado, os recursos de persuasão utilizados pelo enunciador para manipular o enunciatário ou a cobertura figurativa dos conteúdos narrativos abstratos.

Não se pode estudar a enunciação em si, porque ela é única e irrepitível, ela é processo de produção do enunciado. Contudo, podemos estudar seu produto, que é o enunciado, uma vez que nele se projetam as marcas relacionadas à situação enunciativa e às escolhas feitas pelo enunciador, como por exemplo, o tempo, o espaço e a instauração da pessoa. É nele que se podem analisar as escolhas enunciativas e os efeitos de sentido que elas produzem.

Seguindo a lógica, Fiorin (1997, p. 39) explica que:

Os esquemas narrativos são assumidos pelo sujeito da enunciação que os converte em discurso. A enunciação é o ato de produção do discurso, é uma instância pressuposta pelo enunciado (produto da enunciação). *Ao realizar-se, ela deixa marcas no discurso que constrói.* (grifo nosso)

Essas marcas são o objeto de análise do nível discursivo. Conforme Barros (2005, p. 55) "o sujeito da enunciação faz uma série de opções para projetar o discurso, tendo em vista os efeitos de sentido que deseja produzir". Há vários elementos para a construção que explanaremos a seguir. Antes, porém, faz-se importante ressaltar que para a Semiótica nenhum discurso é neutro e as escolhas enunciativas não são aleatórias. Barros (2005, p.54) explicita que "os mecanismos discursivos têm, em última análise, por finalidade criar a ilusão de verdade". São esses mecanismos de persuasão que passaremos a descrever a seguir.

Entre as marcas deixadas pelo enunciador no enunciado, estão as categorias de tempo, pessoa e espaço, que produzem diversos efeitos de sentido no texto. Os primeiros efeitos que podemos citar são os de proximidade ou distanciamento e de realidade ou referente. Barros (2005, p. 54) dá como exemplo o texto jornalístico, em que há uma tradição que busca manter a objetividade no texto, ou seja, manter a enunciação afastada do discurso como garantia de sua imparcialidade, embora saibamos que, na realidade, não existe imparcialidade, já que todo enunciado é ideológico. Nesse sentido, também a imparcialidade constitui um efeito de sentido relacionado às escolhas enunciativas. Barros (2005, p. 54) afirma que para criar o efeito de sentido de objetividade, "o principal procedimento é o de produzir o discurso em terceira pessoa, no tempo do 'então'". Nesse caso, podemos exemplificar com a própria revista *Veja*, que nunca diz "eu", mas emprega a terceira pessoa "*Veja* entrevistou", "*Veja* traz

com exclusividade”. É como se a revista apenas comunicasse os fatos e não fosse uma formadora de opinião.

Outro efeito de sentido é o efeito de realidade ou referente, que confere a veracidade ao texto. Uma forma de criar efeito de realidade é dar voz aos interlocutores em discurso direto. Outra forma é a ancoragem, onde o discurso é ligado a pessoas, espaços e datas. Barros (2005, p. 58) assim define a ancoragem:

Trata-se de atar o discurso a pessoas, espaços e datas que o receptor reconhece como “reais” ou “existentes”, pelo procedimento semântico de concretizar cada vez mais os atores, os espaços e o tempo do discurso, preenchendo-os com traços sensoriais que os “iconizam”, os fazem “cópias da realidade”. Na verdade, fingem ser “cópias da realidade”, produzem tal ilusão.

Assim, a ancoragem engloba a actorialização, que consiste em instaurar atores no enunciado, pessoas de carne e osso que tem idade, trabalho, profissão e que poderão falar a respeito dos fatos. Barros (2005, p. 58) define como “as ilusões discursivas de que os fatos contados são ‘coisas ocorridas’, de que seus seres são de ‘carne e osso’, de que o discurso, enfim, copia o real”. Por exemplo, numa reportagem de revista, não se veicula apenas o fato da morte de um cidadão, mas também a sua história, ele é apresentado como se se tornasse um personagem de um livro: relata-se o nome, a idade, a profissão, onde morava, depoimentos de familiares, enfim, conta-se a história de sua vida e o que ele fazia no dia do acidente. Todos esses dados dão corpo ao sujeito, concretizam-no como um sujeito do mundo real, uma pessoa como qualquer outra e por isso são chamados de efeitos de realidade e de referente.

Selecionamos um trecho da reportagem Especial da Revista *Veja*, de 6 de fevereiro de 2013 (edição 2307) a respeito do incêndio da Boate Kiss, no qual é possível perceber como a revista não conta apenas o fato ocorrido, mas dá detalhes da história de vida de cada um dos condenados nesta tragédia.

“**A estudante de agronomia Juliana Sperone Lentz, de 18 anos**, foi condenada à morte em agosto do ano passado, quando expirou a licença de segurança contra incêndio da **Boate Kiss, em Santa Maria**, e os bombeiros não apareceram para fazer a vistoria. [...] **Gabriela Sanchonete, de 23 anos, que trabalhava na boate** foi vitimada pela prática de seus patrões de lotar o estabelecimento muito além de sua capacidade” (ELER; LEITÃO, 2013, p. 58).

Todos esses detalhes do nome completo, idade, local onde trabalha e profissão, são exemplos de efeitos de referente ou de ancoragem, porque dão realidade ao que está sendo contado e, portanto, a notícia será mais convincente ao leitor.

Apresentaremos, a seguir, uma síntese das projeções de pessoa, tempo espaço nos enunciados, que, depois, serão objetos de análise na reportagem.

5.1 A pessoa

Compreendemos que uma das formas de persuasão encontradas para convencer o enunciatário é o uso ou não de primeira pessoa. Fiorin (2008) aborda o fato de que a sintaxe discursiva explica a estruturação do discurso, e a escolha de pessoa é de grande importância para os efeitos que o discurso produzirá. Fiorin (2008, p. 17) explica que diferentes efeitos de sentido se projetam ao dizer “Eu acho que Pedro foi ao cinema” e dizer “Pedro foi ao cinema”. No primeiro enunciado, é a pessoa que institui um **eu** e que diz o que pensa. No segundo, parece que o fato narra-se por si mesmo. Nele não há proximidade, pelo contrário, há um distanciamento do fato. Fiorin (2008, p. 17) argumenta que:

o uso da primeira pessoa cria um efeito de sentido de “subjetividade”, enquanto sua não-utilização produz um efeito de sentido de “objetividade”. Se um cientista dissesse “Eu afirmo que a Terra é redonda”, isso poderia ser entendido como um ponto de vista pessoal. Entretanto, quando ele diz “A Terra é redonda”, é como se o próprio fato se narrasse a si mesmo. Nesse caso, temos a impressão de que uma verdade objetiva se estabeleceu.

Além dos efeitos de realidade já citados, precisamos estabelecer quem na situação de enunciação é pessoa e quem é não pessoa. Fiorin (1996) diferencia a categoria de pessoa em **enunciativas e enuncivas**. **Pessoas enunciativas** são aquelas que participam do ato de comunicação, ou seja, o **eu** e o **tu**. **Pessoa enunciva** é aquela que pertence ao domínio do enunciado, ou seja, o **ele**. O discurso sempre acontece entre um **eu** e um **tu**, que falam sobre algo ou alguém, um **ele**. O **ele** jamais participará da enunciação, porque a partir do momento que **ele** toma a palavra, não é mais **ele**, mas passa a ser um **eu**, que instaura um **tu**. Sobre esse aspecto Fiorin (1996, p. 59) afirma que “em primeiro lugar, o *eu*²⁶ e o *tu* são cada vez únicos, enquanto o *ele* pode ser uma infinidade de sujeitos ou nenhum [...]”. E assim, estabelecemos

²⁶ Grifos do autor.

as pessoas e não-pessoas no discurso. Fiorin (1996, p. 60) explicita o significado das pessoas no discurso:

Eu: quem fala, *eu* é quem diz *eu*;

Tu: aquele com quem se fala, aquele a quem o *eu* diz *tu*, que por esse fato se torna o interlocutor;

Ele: substituto pronominal de um grupo nominal, de que tira a referência, actante do enunciado, aquele de que *eu* e *tu* falam;

Nós: não é a multiplicação de objetos idênticos, mas a junção de um *eu* com um *não-eu*.

Vós: há o *vós* plural de *tu* (dêitico) e o *vós* em que ao *tu* se juntam *ele* ou *eles*;

Eles: pluralização de *ele*.

A partir desta explanação compreendemos que **ele/eles** é enuncivo porque não participa da comunicação, não pode alternar com o **eu** que fala. É não-pessoa, porque é do quê ou de quem se fala. Não participa da comunicação, é apenas mencionado, é o assunto da discussão. As demais pessoas pronominais são todas enunciativas porque sempre englobam o **eu** (enunciador) ou o **tu** (enunciatário), por exemplo: **nós** sempre inclui o falante, (**eu**); **vós** sempre inclui o ouvinte (**tu**).

Como exemplo, retomamos o trecho da reportagem sobre a boate Kiss (Veja, 6 de fev. 2013):

“**A estudante** de agronomia Juliana Sperone Lents, de 18 anos, foi condenada à morte em agosto do ano passado, quando expirou a licença de segurança contra incêndio da boate Kiss, em Santa Maria, e os bombeiros não apareceram para fazer a vistoria (ELER, LEITÃO, 2013, p. 58)”.

No trecho acima, não se projeta o discurso em 1ª pessoa, mas sim em 3ª pessoa, já que o narrador relata um fato ocorrido a um **ele**, neste caso, Juliana, sem se projetar enquanto “**eu**” no enunciado. Tem-se, então, um caso de pessoa enunciva.

Observe-se, em contrapartida, o enunciado que segue:

“**Minha** filha morreu por ganância de gente corrupta”.

Nesse trecho, retirado da mesma reportagem, há um **eu** instaurado, a mãe de Thanise, que diz “Minha filha”. O narrador delega voz à mãe, que se enuncia como sujeito. Neste trecho, a pessoa é enunciativa.

Em relação à delegação de vozes no texto, é preciso estabelecer que um texto comporta três instâncias enunciativas e cada uma delas pressupõe um coparticipante. A primeira delas é a instância do enunciador-enunciatário, a segunda é a do narrador-narratário e a terceira, do interlocutor-interlocutário. Numa reportagem de revista, por exemplo, assim se constitui a delegação de vozes entre essas instâncias: o enunciador é a própria revista (equipe diretiva), que delega voz ao narrador, o qual é o responsável por narrar os fatos da reportagem. Este, por sua vez, pode delegar voz aos interlocutores, ou seja, aos atores cujas falas são reproduzidas em discurso direto no texto.

Crestani (2010b, p. 60) aponta que “o discurso direto mostra uma enunciação dentro de outra. A enunciação dos interlocutores englobada pela do narrador”. Assim, as diferentes instâncias enunciativas acontecem em tempos diferentes. Por exemplo, o discurso direto do interlocutor aconteceu antes do discurso do narrador, já que este coletou informações antes de escrever a reportagem.

Crestani (2010b, p. 60) destaca ainda que:

nas reportagens jornalísticas, é característico o “apagamento” do narrador enquanto sujeito (enuncividade de pessoa). Por outro lado, é comum a delegação de voz aos interlocutores. Esses, por sua vez, podem se instaurar como sujeitos dizendo EU/TU, AQUI, AGORA, [...] ou não. Por isso, os discursos diretos podem ser marcados por enunciatividade ou enuncividade de pessoa.

Enfim, o emprego das pessoas nas reportagens é uma forma de persuasão do leitor, na medida em que projeta diferentes efeitos de sentido, em que cria efeitos de objetividade ou de subjetividade. Conforme demonstramos, quando se projeta o **ele** no enunciado, há um distanciamento entre narrador e leitor, projeta-se efeito de objetividade; quando se projeta um **eu**, há efeito de subjetividade e de aproximação com o leitor. O discurso é subjetivo e se aproxima do leitor porque quem fala não é uma equipe ou um repórter, mas a mãe de uma das vítimas da boate Kiss. Da mesma forma, ao empregar um **ele**, a revista se isenta de responsabilidade, se afasta, e em geral, delega a voz em discurso direto para este ator do enunciado.

Conforme Fiorin (1996), o discurso direto tem a função de criar o efeito de realidade, não de ser real. Ou seja, de fato são efeitos de realidade, de ancoragem, mas não

necessariamente a realidade, já que pelas escolhas enunciativas podemos subverter os significados. Voltaremos a abordar o discurso direto quando abordarmos as embreagens.

Também confere realidade aos fatos descritos a actorialização, quando o narrador projeta no texto um **ele**, que se torna um ator no texto e, portanto terá nome, idade, informações pessoais, profissão. Este também é um recurso de ancoragem.

5.2 O espaço

O espaço linguístico articula-se em função do sujeito da enunciação (**eu**). O espaço enunciativo é tomado como o espaço onde se dá a enunciação, não é o espaço físico, geográfico. Da mesma forma que com a pessoa, a categoria de espaço também se divide em enunciativa e enunciva.

São **enunciativas** as referências espaciais que definem o espaço onde ocorre a enunciação, ou que se definem a partir deste, como por exemplo, **aqui, aí, lá**.

Por exemplo:

Guardei suas coisas **aí**, não **aqui** (**Aí** é o lugar onde está o **tu**, e se opõe ao **aqui**, local onde está o **eu**).

Aqui tenho muitos amigos (designa o local do **eu**).

Vá lá, cumprimentar sua tia, menina! (**Lá**, nesse caso, se opõe ao **aqui** do enunciador).

Dormirei **naquele quarto**? (espaço definido a partir da enunciação).

São enuncivos os espaços **aí, ali, lá, naquele lugar**, etc., quando retomarem um local inscrito no enunciado, através da função anafórica. Por exemplo:

Gosto muito de **Uberlândia**. Participei de vários congressos **naquela cidade** e sempre que posso, é pra **lá** que viajo.

Crestani (2010b, p. 68) ressalta que:

Também são enuncivos os espaços, figurativizados ou não, instalados no enunciado sem que haja relação entre eles e o espaço da enunciação (não dêiticos e não anafóricos). Interessa-nos em especial essa questão porque assim se apresentam, em sua maioria, as referências espaciais instauradas em reportagens jornalísticas.

Para exemplificar, observemos o trecho que segue:

UMA TERÇA-FEIRA PARA A HISTÓRIA DE SANTA ROSA:
Cerca de três mil veículos fizeram buzinação por cerca de duas horas **no município**.

(Jornal Noroeste, 3 de março, 2014).

Podemos verificar que, no trecho acima, “Santa Rosa” é instaurado no enunciado e retomado pelo termo “no município”. Este último é enuncivo, porque, conforme já expusemos, cumpre função anafórica. O primeiro, “Santa Rosa”, não está em função anafórica e tampouco constitui um dêitico, mesmo assim é considerado um espaço discursivo enuncivo. Isso porque ocorre uma debreagem enunciva da enunciação. Ou seja, não é possível precisar o espaço geográfico de onde enuncia o enunciador, pode ser que ele esteja em Santa Rosa, ou não. Sua escrita pode estar acontecendo em qualquer outro lugar. Isso acontece porque não temos nenhuma evidência do narrador dizendo “aqui”, por exemplo. Então o lugar de que ele trata pode ser um local onde ele não está. A enunciação pode ter acontecido em Santa Rosa ou em qualquer outro lugar.

O oposto aconteceria se ele dissesse “**Aqui** em Santa Rosa, cerca de três mil veículos participaram do buzinação”, onde temos a instauração de um local enunciativo. O mesmo aconteceria se o **lá** tivesse sido estabelecido, por exemplo: “**Aqui** em Santa Rosa segue o buzinação, mas **em Tuparendi** já não há mais manifestações”. Assim, o **aqui** ficaria determinado por Santa Rosa, e da mesma forma o **lá** enunciativo, no caso, Tuparendi.

Contudo, o formato de narração em que se instaura um eu-tu/aqui/agora não é comum na linguagem jornalística, exceto quando o jornalista faz a cobertura exclusiva e transmite as notícias diretamente do local, em geral, ao vivo. Nos demais casos, opta-se sempre pelo espaço enuncivo (ou seja, o local dos fatos sem relação com o local da enunciação) para manter o caráter de neutralidade e afastamento, como efeito de convencimento da realidade.

5.3 O tempo

O tempo constitui fator de curiosidade para os seres humanos desde os primórdios, uma vez que é o tempo que marca os dias, as horas, os acontecimentos, o envelhecimento e a morte. É só através da passagem do tempo que os fatos acontecem um a um, em uma

sequência sem fim. Aos seres humanos, entretanto, é complexo estabelecer um presente, um passado e um futuro, como dita a gramática. Fiorin (1996) retoma o pensamento de Santo Agostinho, quando explica que os tempos deveriam ser chamados de **presente do pretérito**, **presente do presente** e **presente do futuro**. Isso porque só temos a noção do tempo e descrevemos as coisas que nos acontecem no presente. É no presente que escrevemos o que já aconteceu e prevemos o que vai acontecer.

Dada a complexidade do tempo, Santo Agostinho explica que é só através da linguagem que podemos marcá-lo. Explicamos o passado e o futuro a partir de nossas palavras, do que lembramos do passado e do que imaginamos do futuro. E como usamos palavras, essas imagens são cobertas de subjetividade. A esse respeito, Fiorin (1996, p. 139) acrescenta: “Com efeito, a linguagem não somente é a prova de que o argumento cético não subsiste, mas também é o que propicia ao homem a experiência temporal, na medida em que só quando o tempo é semiotizado pode o ser humano apreendê-lo e medi-lo”.

Portanto, para medir o tempo, é necessário que nós, seres humanos, o demarquemos. Esse tempo, no entanto, é diferente do tempo cronológico, em que temos dias e horas. Tampouco se trata do tempo físico, como manhã, tarde ou noite. Ao contrário, relaciona-se ao exercício da fala. Conforme Fiorin (1996, p. 142), “o discurso instaura um *agora*²⁷, momento da enunciação. Em contraposição ao *agora*, cria-se um *então*. Esse *agora* é, pois, o fundamento das oposições temporais da língua”. Assim, tudo o que acontece gira em torno do **agora** que o **eu** institui. O eixo temporal se ordena a partir da **concomitância x não-concomitância** dos tempos de referência em relação ao momento da enunciação. A concomitância é quando o momento de referência coincide com o momento da enunciação. Por outro lado, a **não-concomitância** divide-se em **anterioridade x posterioridade**, quando o momento de referência não coincide com o momento da enunciação.

Fiorin (1996) justifica que o problema se dá quando a recepção não é simultânea à produção, como por exemplo, numa carta. Do momento em que é escrita até o dia em que o leitor irá lê-la, em geral, decorrem pelo menos alguns dias. Nesse contexto, como definir palavras como **hoje** e **amanhã**, se enunciador e enunciatário não se encontram ao mesmo tempo no mesmo local? Essas palavras precisam ser ancoradas pela língua. Para que essa compreensão aconteça, a carta, por exemplo, recebe uma data, da mesma forma que uma

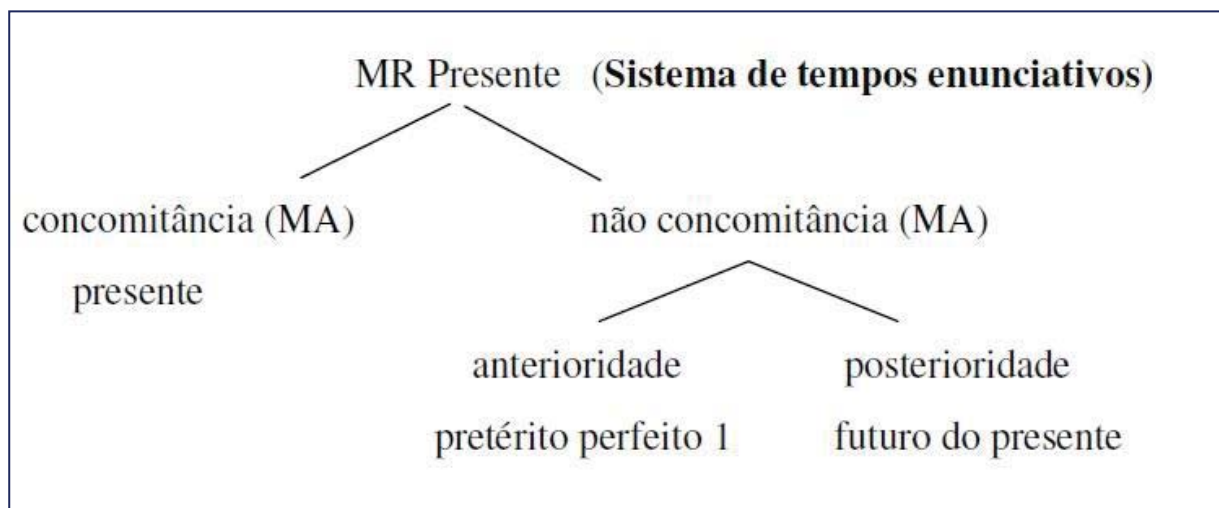
²⁷ Grifos do autor.

revista e um jornal. A partir desta data fixam-se expressões como, **na semana passada, no mês que vêm, em julho de 1990**, entre outros.

Fiorin (1996) denomina tempos enunciativos os que tomam como referência o **agora** da enunciação, projetando a ideia de concomitância, anterioridade ou posterioridade em relação a este **agora**.

Com base em Fiorin (1996, p. 148), apontamos o seguinte quadro:

Quadro 2- Sistemas de tempos enunciativos



Assim, como concomitância, temos: “Dado **questiona** situação de procuradora” (Noroeste, 27 de fev. 2015). O verbo em destaque configura um tempo enunciativo porque está no presente, concomitantemente ao tempo da enunciação.

Já em relação a não concomitância, podemos citar: “Santo Cristo **realizou** campeonato de voleibol e futsal” (Noroeste, 27 de fev. 2015). Nesse enunciado, o verbo **realizou** instaura-se como passado em relação ao momento da enunciação, ou seja, toma-o como ponto de referência, por isso, de acordo com Fiorin (1996), trata-se de um tempo enunciativo. Por fim, citamos “Liminha **apresentará** Danilo Kruger” (Noroeste, 27 de fev. 2015), em que **apresentará** projeta um tempo futuro tomado em relação ao tempo da enunciação, sendo, pois, também enunciativo.

Assim, os tempos que se organizam tomando como referência o presente da enunciação são os tempos enunciativos.

Os tempos enunciativos são o presente (pontual, durativo, gnômico), pretérito perfeito²⁸ e futuro do presente (FIORIN, 1996). Em seguida, com base em Crestani (2010b) e Fiorin (1996), descrevemos cada um dos tempos enunciativos. Consideramos MA (momento do acontecimento, concomitante, anterior ou posterior a um MR), ME (momento da enunciação) e MR (momento de referência, presente, passado e futuro).

a) Presente pontual: é enunciativo porque coincidem MA, ME e MR.

Ex: Olha lá, o menino **escreve** no quadro.

b) Presente durativo: Embora haja coincidência entre MA, ME e MR, o MR é mais longo que o ME.

Ex: Neste ano, **ministro** aulas de Língua Portuguesa aos alunos do Ensino Fundamental (presente durativo contínuo).

Ex2: **Aos sábados** vou à igreja (presente durativo descontínuo/iterativo – intercala espaços de tempo).

c) Presente gnômico: há coincidência entre MA, ME e MR, entretanto, o diferencial é que MR e MA são ilimitados e, portanto, são usados para expressar verdades eternas.

Ex: O quadrado da hipotenusa **é** igual à soma do quadrado dos catetos.

Deus **ajuda** quem cedo madruga.

d) Pretérito perfeito 1: por marcar uma relação de anterioridade entre o MA e o MR presente, é enunciativo.

Ex: Meu filho **achou** minha arma. Ele só tinha 8 anos. (Campanha Nacional do Desarmamento).

e) Futuro do presente: indica uma posterioridade do momento do acontecimento em relação a um momento de referência presente. É enunciativo porque marca a posterioridade do MA em relação ao MR.

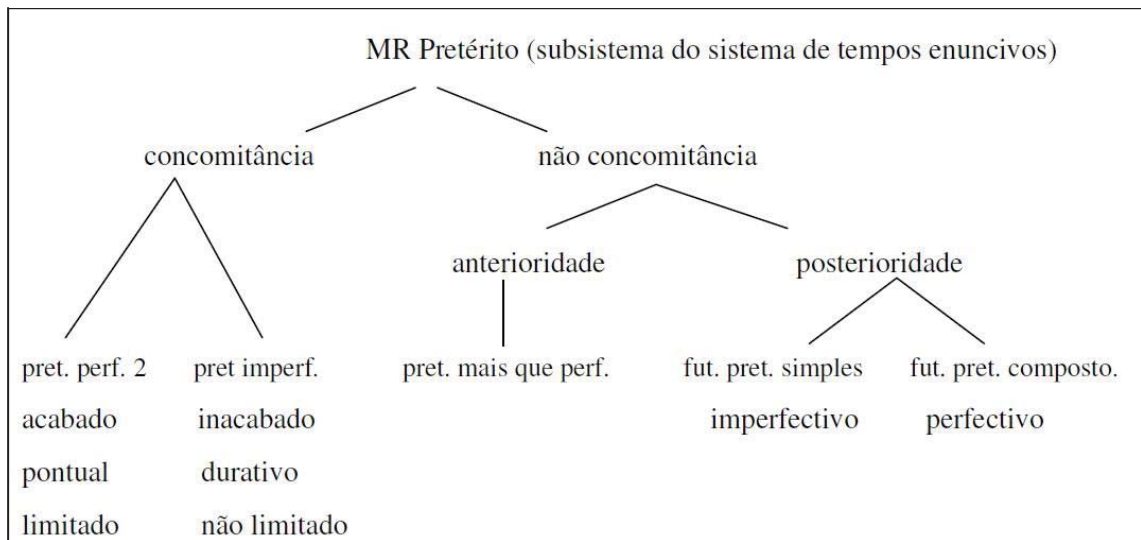
Ex: Liminha **apresentará** Danilo Kruger (Noroeste, 27 fev. 2015).

Finalizada a explanação a respeito dos tempos enunciativos, apresentam-se agora os tempos enuncivos. Fiorin (1996, p. 154) explica que “os tempos enuncivos ordenam-se em

²⁸ O pretérito perfeito 1 e 2 são criações propostas por Fiorin (1996), portanto, nas gramáticas tradicionais só há a descrição de pretérito perfeito, sem desdobramentos. A diferença entre o pretérito perfeito 1 e o 2 é que o 1 toma como referência o momento da enunciação e o 2 toma como referência um marco temporal inscrito no enunciado.

dois subsistemas: um centrado num momento de referência do pretérito e outro, num momento de referência do futuro”. E para esquematizar essa ideia podemos acompanhar o quadro com base em Fiorin (1996, p. 154).

Quadro 3– Subsistema do sistema de tempos enuncivos.



Para esclarecer, exemplificaremos cada um deles, com base em Fiorin (1996):

- a) Pretérito perfeito 2 e Pretérito imperfeito:** concomitância entre MA e MR pretérito.

Ex: No dia 9 de março, a polícia **prende** os assaltantes. (acabado, pontual).

No dia 9 de março, a polícia **prendia** os assaltantes. (durativo, inacabado).

- b) Pretérito mais-que-perfeito:** marca anterioridade em relação ao MR pretérito.

Ex: Quando o policial chegou ao local, o assaltante já **fugira/ tinha fugido**.

- c) Futuro do pretérito simples:** marca posterioridade do MA em relação ao MR pretérito.

Ex: Em 2010 o candidato deu início às obras de construção da escola. Mas estas **ficariam** paradas por dois anos, por causa da falta de recursos da prefeitura.

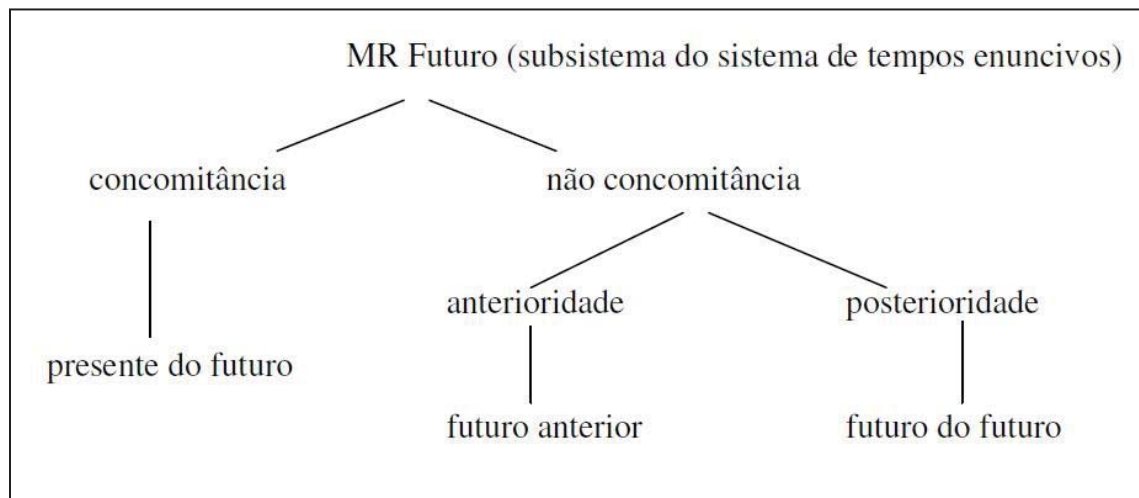
- d) Futuro do pretérito composto:** indica posterioridade do MA em relação a um MR pretérito e também anterioridade do MA em relação ao outro acontecimento futuro instalado no enunciado.

Ex: A comunidade acreditava em ao final de 2010 as obras já **teriam se encerrado**.

Trataremos agora dos tempos enuncivos que se organizam a partir de um MR futuro.

Segue o esquema proposto por Fiorin (1996).

Quadro 4- Subsistema de tempos enuncivos



Seguimos demonstrando cada um dos tempos verbais:

- a) **Presente do futuro:** há concomitância entre o MA e o MR futuro.

Ex: Assim que chegarmos em Santa Rosa, **avisaremos** você.

- b) **Futuro anterior:** há anterioridade do MA em relação ao MR futuro.

Ex: No ano que vem, estas obras já **terão estado concluídas**.

- c) **Futuro do futuro:** quando há posterioridade do MA em relação ao MR futuro.

Ex: Depois de concluídas as obras, os trabalhadores **tirarão** um mês de folga.

5.3.1 Dos advérbios de tempo

Outra categoria que abrange o tempo são os advérbios e as locuções adverbiais. Organizam-se em concomitância e não concomitância com o tempo da enunciação e, assim, podem também ser enunciativos e enuncivos. Podemos definir que são enunciativos os advérbios e locuções adverbiais que se articulam em relação ao tempo da enunciação e estabelecem com ele relações de anterioridade, concomitância ou posterioridade. Exemplificamos:

Há dois anos trabalho nesta empresa.	}	Anterioridade do MR presente
Ontem dormi demais.		
No dia 27, estive em Santa Rosa.		

Que tal sairmos hoje à noite?
 A esta altura, não temos mais muitas opções.
 Nesta semana teremos muito trabalho.

} Concomitância ao MR presente

Amanhã estarei em Santa Rosa.
 Daqui a uma semana voltarei a Passo Fundo.
 No ano que vem farei doutorado.

} Posterioridade ao MR presente.

Ao contrário, são enuncivos os advérbios e as locuções adverbiais que se articulam em relação a um marco temporal já instaurado no enunciado. Exemplificamos:

Passei os últimos cinco meses estudando. Durante **esse tempo**, quase não saí de casa.



No dia 4 de julho é meu aniversário. Minha mãe vem pra cá na **véspera**.



Fui para Uberlândia em outubro e, **em seguida**, retornei à Santa Rosa.



Observe-se que as expressões “esse tempo”, “na véspera” e “em seguida”, relacionam-se aos tempos já citados anteriormente, “os últimos cinco meses”, “4 de julho” e “em outubro”, portanto, são enuncivos. Observamos ainda, que na primeira frase temos uma concomitância em relação ao marco “os últimos cinco meses”, já no segundo exemplo, estabelece-se uma relação de anterioridade entre “véspera” e “4 de julho”. Por fim, entre “outubro” e “em seguida” estabelece-se uma relação de posterioridade.

5.4 Mecanismos de instauração das categorias da enunciação no enunciado

Os mecanismos de instauração da pessoa, do tempo e do espaço nos enunciados são dois: a embreagem e a debreagem. Vejamos:

5.4.1 A debreagem

Greimas (2013, p. 111) define debreagem como “a operação pela qual a instância da enunciação disjunge e projeta fora de si, no ato de linguagem e com vistas à manifestação, certos termos ligados à sua estrutura de base, para assim constituir os elementos que servem de fundação ao enunciado-discurso”. Assim, temos um sincretismo de “eu-aqui-agora”, que demonstra a própria instância da enunciação e como o enunciado foi produzido. Temos três tipos de debreagens: as de pessoa (actancial), as de espaço (espacial) e as de tempo (temporal), e elas podem ser enunciativas ou enuncivas. De acordo com Fiorin (2012, p. 137-138):

A primeira projeta no enunciado o *eu-aqui-agora*²⁹ da enunciação, ou seja, instalada no interior do enunciado os actantes enunciativos (*eu/tu*), os espaços enunciativos (*aqui, aí*, etc.) e os tempos enunciativos (presente, pretérito perfeito 1, futuro do presente). A debreagem enunciva constrói-se com o *ele*, o *alhures* e o *então*, o que significa que, nesse caso, ocultam-se os actantes, os espaços e os tempos da enunciação. O enunciado é então construído com os actantes do enunciado (3ª pessoa), os espaços do enunciado (aqueles que não estão relacionados ao aqui) e os tempos do enunciado (pretérito perfeito 2, pretérito imperfeito, pretérito mais que perfeito, futuro do pretérito ou presente do futuro, futuro anterior e futuro do futuro).

As debreagens enunciativas e enuncivas criam diferentes efeitos de sentido nos textos, como os de objetividade ou de subjetividade. A esse respeito, Fiorin (1996, p. 45) explica:

Com efeito, a instalação dos simulacros do ego-hic-nunc enunciativos, com suas apreciações dos fatos, constrói um efeito de subjetividade. Já a eliminação das marcas de enunciação do texto, ou seja, da enunciação enunciada, fazendo que o discurso e construa apenas com enunciado enunciado, produz efeitos de sentido de objetividade. Como o ideal de ciência que se constitui a partir do positivismo é a objetividade, o discurso científico, tem como uma de suas regras constitutivas a eliminação de marcas enunciativas, isto é, aquilo a que se aspira no discurso científico é construir um discurso só com enunciados.

Como em nosso trabalho trataremos de um texto de revista, é válido destacar a linguagem “distanciada” e “objetiva” utilizada pelos jornais e revistas, que buscam dar a impressão de veracidade dos fatos e a imparcialidade do jornal. Fiorin (1996) ainda destaca que é a partir dos recursos de objetividade e subjetividade e das categorias de pessoa, tempo e espaço que o discurso toma o caráter argumentativo.

Passemos a descrever e exemplificar cada uma das categorias:

²⁹ Grifos do autor.

5.4.1.1 Debreagem actancial

A debreagem actancial pode ser enunciativa ou enunciva. Será enunciativa quando explicitar a pessoa, por exemplo:

Ex.: **Eu digo** que a Terra é redonda.

Será enunciva, quando não demonstrar explicitamente a pessoa.

Ex: A Terra é redonda.

Note-se que embora não esteja explícita a pessoa **eu**, pressupõe-se que há um **eu** que afirma que a Terra é redonda.

Temos ainda as debreagens internas, através das quais se delegam vozes no texto. Antes, porém precisamos explicar as instâncias enunciativas que um texto comporta.

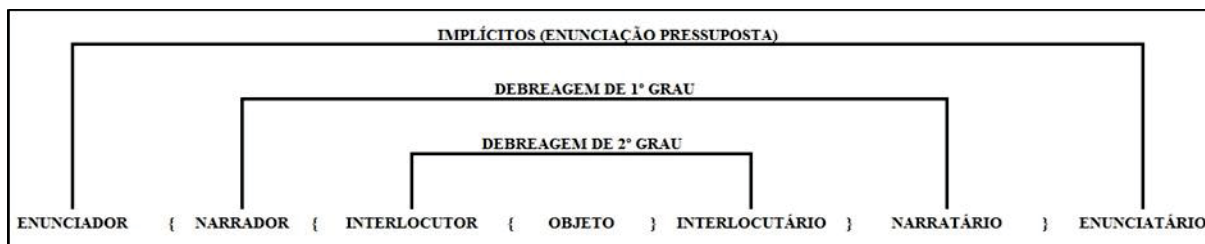
Fiorin (1996, p. 65) explica que o primeiro nível da enunciação tem como actantes o enunciador e o enunciatário e, assim, esse nível é considerado implícito e pressuposto pela própria existência do enunciado. Ou seja, embora nem sempre o enunciador instale o **eu** no enunciado, é pressuposto que este **eu** existe, uma vez que há o enunciado, aconteceu a enunciação. Portanto, embora o enunciador possa mascarar ou subverter a pessoa (o tempo e o espaço), sempre haverá um **eu** pressuposto, que se enuncia. Já o segundo nível, o do narrador e do narratário, acontece, segundo Greimas (2013, p. 327) quando:

o destinador e o destinatário do discurso estão explicitamente instalados no enunciado (é o caso do “eu” e do “tu”), podem ser chamados [...] narrador e narratário. Actantes da enunciação enunciada, são eles sujeitos diretamente delegados do enunciador e do enunciatário, e podem encontrar-se em sincretismo com um dos actantes do enunciado (ou da narração), tal como o sujeito do fazer pragmático ou o sujeito cognitivo, por exemplo.

O narrador, em uma revista, por exemplo, é a instância que narra os fatos e que pode ou não dar voz aos actantes, às pessoas da terceira instância, a fim de oferecer mais realidade ao caso. Fiorin (1996, p. 65) complementa dizendo que o terceiro nível trata do interlocutor e interlocutário, que são, nesse caso, os actantes da enunciação enunciada. Ou seja, são os actantes que ganham voz no texto, como os entrevistados (atores) que contam sobre um fato, ou, no texto literário, as personagens que dialogam umas com as outras através do discurso direto.

Barros (2002, p. 75) emprega o seguinte quadro para esquematizar as instâncias enunciativas:

Quadro 5– Instâncias enunciativas



Fonte: BARROS (2002).

Conforme observamos, a primeira instância, enunciador-enunciatário, está pressuposta, porque sempre há um **eu** que enuncia, explícita ou implicitamente. A debreagem de primeiro grau acontece quando o enunciador delega voz ao narratário, o jornalista, por exemplo, que contará os fatos ocorridos durante a semana. A debreagem de segundo grau ocorre quando o narrador, no caso o jornalista, dá voz aos actantes do enunciado, através dos depoimentos, entrevistas em discurso direto. Ou seja, os vizinhos, os feridos, as pessoas de “carne e osso” que conferem realidade ao fato descrito pelo narrador.

Podemos exemplificar com a reportagem abaixo, a respeito da Boate Kiss. Observe-se quando uma instância passa a voz para a outra no decorrer da reportagem:

Como é possível acreditar que isso dará resultado, se as lições de tantos outros desastres no país não serviram para evitar que se repetissem? **“É triste constatar que a falta de estrutura na boate do Rio Grande do Sul não é uma exceção, mas a regra nesse tipo de estabelecimento no Brasil”, diz José Carlos Tomina**, especialista em segurança contra o fogo do Instituto de Pesquisas Tecnológicas de São Paulo (LEITÃO;ELER, 2013, p. 58).

O trecho nos permite perceber quando o especialista José Carlos Tomina, (interlocutor – 3ª instância enunciativa) ganha voz no texto, autorizado pelo narrador (2ª instância enunciativa), que é autorizado pelo enunciador (1ª instância enunciativa). A debreagem interna de 1º grau ocorre no momento em que o enunciador, no caso a revista *Veja*, confere voz aos narradores, no caso Leslie Leitão e André Eler, repórteres que assinam a matéria. A debreagem interna de 2º grau acontece quando esses dois narradores passam a voz ao entrevistado José Carlos Tomina (3ª instância, enunciativa). Em termos de efeitos de sentido, o discurso direto cria a ilusão de verdade, de realidade, já que dá impressão de que o que está

sendo dito são palavras pronunciadas efetivamente pelo entrevistado. Esse é um recurso persuasivo muito utilizado nas reportagens/notícias.

Há ainda outra forma de “reproduzir” a voz dos personagens, que é o discurso indireto. Por exemplo: “A atriz diz que se sentiu muito mal com tudo o que aconteceu”. Nesse caso não ouvimos a “voz” da atriz, mas sabemos o que ela disse pelas palavras do narrador. Também o discurso indireto cria efeitos de sentido de realidade, mas, sem dúvida, o efeito é menos contundente que o projetado pelo discurso direto, uma vez que este que cria um simulacro de enunciação dentro de outra enunciação (CRESTANI, 2010b).

Portanto, em uma reportagem temos enunciador e enunciatário (Revista *Veja*), narrador (repórter) e narratário (leitor), interlocutor (ator a quem se delega voz) e interlocutário (narrador e o leitor são os ouvintes).

5.4.1.2 Debreagem temporal

A debreagem temporal será enunciativa quando as marcas de tempo do enunciado coincidirem com o da enunciação ou o tomarem como referência.

Ex: **Agora** compreendi toda a matéria (o acontecimento coincide com o momento em que o interlocutor está falando).

Será enunciativa quando o tempo do enunciado não coincidir com o da enunciação e não o tomar como referência.

Ex: No dia **vinte de maio estive** em passo fundo. (O **estive** toma como marco temporal o vinte de maio).

Se **em julho de 2005** eu soubesse disso, teria feito tudo diferente. (O acontecimento não coincide com o momento em que o interlocutor diz a frase).

5.4.1.3 Debreagem espacial

A debreagem espacial será enunciativa quando o local do enunciado coincidir com o da enunciação ou o tomar como referência.

Ex: A conferência será **nesta** sala.

Será enunciativa quando o local citado não coincidir com o da enunciação e não tomá-lo como referência.

Ex: O presidente está **na sala dele**.

5.4.2 A Embreagem

A embreagem é o oposto da debreagem, ela expulsa as instâncias da enunciação. Greimas (2013) explica que se denomina “embreagem o efeito de retorno à enunciação, produzido pela suspensão da oposição entre certos termos da categoria da pessoa e/ou do espaço, e/ou do tempo, bem como pela denegação da instância do enunciado”. Toda embreagem pressupõe uma debreagem anterior. Basicamente, na embreagem mascaram-se as condições de produção do texto e as instâncias da enunciação, e empregam-se umas no lugar de outras. Assim como as debreagens, as embreagens podem ser actanciais, temporais ou espaciais. E também se classificam em enunciativas e enuncivas. Serão enunciativas quando anularem uma debreagem anterior e restar no enunciado um termo enunciativo (pessoa, tempo ou espaço). Serão enuncivas quando anularem uma debreagem anterior e restar no enunciado uma marca enunciva (pessoa, tempo ou espaço).

Como exemplo, podemos citar o discurso de uma professora com as crianças, quando diz “**A profe** não quer que você bata no coleguinha”. Ao enunciar dessa forma, a professora anulou o **eu** (porque poderia ter dito “Eu não quero que você bata no coleguinha”), e realizou uma debreagem em terceira pessoa (ela), quando disse “a profe”. Temos, portanto, uma embreagem enunciva actancial. Percebemos o poder que causa a subversão de uma marca de pessoa, porque dizer “a profe”, nesse caso, tem mais poder do que dizer “eu”. A professora é a autoridade da sala de aula e, assim, estabelece-se uma relação de hierarquia em relação ao aluno, que deve obedecer e não mais agredir o colega.

Já a embreagem temporal pode ser exemplificada pela chamada do Jornal Noroeste (27 de fev. 2015) que afirma “Vicini **recebe** licença para o Tapê Porã”. O mais adequado seria que se dissesse “Vicini **recebeu** licença para o Tapê Porã”, contudo, opta-se pelo verbo **recebe** porque ele dá a impressão de novidade, de que a notícia é atual. Tem-se então uma embreagem enunciativa de tempo, já que resta no enunciado um marco temporal enunciativo (presente).

Como exemplo de embreagem espacial citamos: “Moro em Santa Rosa desde que nasci”. A pessoa poderia ter dito simplesmente “Moro **aqui** desde que nasci”, mas optou por uma embreagem espacial enunciva, já que anulou o “aqui” e projetou no enunciado o espaço enuncivo “em Santa Rosa”.

Enfim, conforme define Crestani (2010b, p. 78) a “debreagem consiste em ‘mostrar’ ou ‘apagar’ as categorias da enunciação no enunciado. A embreagem, por sua vez, consiste em ‘subverter’ as pessoas, tempos e espaços, neutralizando marcas enunciativas em favor de enuncivas, ou vice-versa”.

Antes de concluir este capítulo, cabe ressaltar que não basta apenas estudar as projeções de pessoa, tempo e espaço, mas sim verificar quais efeitos de sentido que estas causam no discurso. Neste capítulo verificamos como a subversão de pessoa, por exemplo, pode causar diferentes efeitos de sentido, e persuadir ou não o leitor. Também apontamos algumas das estratégias utilizadas para projetar efeitos de realidade e referente, de aproximação ou distanciamento, como a ancoragem em elementos do mundo real, a escolha da categoria de pessoa, a delegação de voz em discurso direto, a actorialização, a simulação de atualidade por meio de embreagens temporais. Tais efeitos todos se voltam à persuasão do leitor. Assim, também a “objetividade” é um efeito de sentido que confere às revistas um caráter de jornalismo sério. A subjetividade é, em geral, mascarada na instância do narrador/jornalista. Por outro lado, quando os interlocutores ganham voz, a subjetividade é fator fundamental, porque, em geral, os entrevistados dizem “eu” e fazem um discurso subjetivo, muitas vezes apelativo e/ou repleto de emoções, o que sensibiliza o leitor. Também vimos que o jornalista demonstra “imparcialidade” ao descrever os fatos, e não pode dizer o que bem entende, contudo, pode delegar voz ao entrevistado, que pode dizer o que deseja. Ainda, o narrador/jornalista pode fazer recortes do que as pessoas entrevistadas disseram, montando o discurso de acordo com o que lhe convém.

Sabemos que as pessoas não são, conforme afirmou Barros (2003) casas vazias, mas sim cheias de ideias, valores, crenças, e constroem discursos com o objetivo de convencer alguém de algo. Nesse jogo de convencimento, muitas estratégias linguísticas – como as apontadas neste capítulo – e também não linguísticas podem ser empregadas. No capítulo que segue, discorreremos sobre algumas estratégias não verbais que entram em cena na constituição das reportagens e também se configuram como fatores de persuasão e de fidelização dos leitores.

6 RECURSOS NÃO VERBAIS E EFEITOS DE SENTIDO À LUZ DA ENUNCIÇÃO

Neste capítulo, abordamos o conceito de texto sincrético e buscamos explicar como os recursos não verbais contribuem para a construção dos sentidos do texto.

6.1 Os textos sincréticos

Greimas (2013, p. 467), assim define sincretismo:

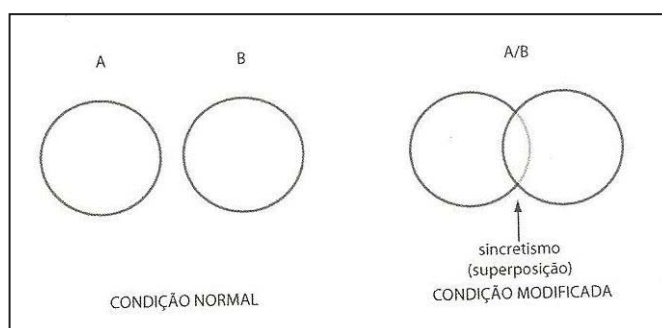
[...] serão consideradas como sincréticas as semióticas que – como a ópera ou o cinema – acionam várias linguagens de manifestação; da mesma forma, a comunicação verbal não é somente de tipo linguístico: inclui igualmente elementos paralinguísticos (como a gestualidade ou a proxêmica), sociolinguísticos, etc.

Disso se depreende que a comunicação não se dá apenas através do verbal, mas engloba um conjunto de outras formas de linguagem carregadas de sentido que contribuem para a transmissão da mensagem. Em uma revista, por exemplo, dificilmente encontraremos uma reportagem que seja composta apenas pelo texto verbal. Ao contrário, as reportagens são compostas de textos, imagens, legendas, infográficos e gráficos, diferentes tipos e formatos de letras, cores, entre outros. Esse conjunto de elementos verbais e não verbais forma um **texto sincrético**. Cada um dos elementos, quando dentro de um texto, contribui para a construção do sentido deste. Como explica Gomes (2005, p. 103):

Uma leitura mais atenta do texto jornalístico nos faz concluir que, na constituição dos textos, as linguagens visual e verbal se integram num todo de sentido. Não se trata, portanto, de um texto verbal, de um lado, e um texto visual, de outro, mas as distinções no modo de manifestação dos conteúdos não resistem a um exame mais acurado da estruturação do conteúdo do texto como uma totalidade. Formando, aparentemente, unidades autônomas, fotografia, desenhos, gráficos e relato verbal da notícia são partes de um todo que só significa pelas relações particulares que as diferentes linguagens estabelecem entre si.

A autora explica também que “em sua organização profunda, portanto, os enunciados verbais e imagéticos atualizam, conjuntamente, uma só forma do conteúdo” (GOMES, 2005, p. 103). Essa é a definição de texto sincrético para a Semiótica, ou seja, aquele em que várias linguagens se manifestam e convergem para a construção do sentido. Hernandez (2006, p. 18) define o texto sincrético como aquilo que “pode ser objeto de análise: jornais, esculturas, prédios, roupas, cidades, músicas, romances, filmes e segue a lista”. Para visualizar melhor, apresentamos o quadro de Carmo Júnior (2009, p. 171).

Quadro 6– Sincretismo de linguagens



Fonte: CARMO JÚNIOR (2009).

O autor explica que, no primeiro caso, temos uma imagem e um enunciado verbal separados. No segundo caso, uma imagem e um enunciado verbal que, juntos, formam um texto, porque tratam do mesmo assunto e estão interligados por um fio condutor. Eles não têm mais sentido sozinhos, mas formam um **todo de sentido**. Podemos citar como exemplo um acidente de carro. A imagem sozinha comunica, mostra o que aconteceu, o estado dos carros, entre outros elementos. Contudo, ela não diz o local, nem o número de envolvidos, nem o horário, nem como ou por que ocorreu. Vendo apenas a imagem, não sabemos sobre o acontecimento. E lendo apenas a reportagem verbal, não podemos visualizar a situação. Lendo as informações e vendo a imagem, temos uma noção maior da realidade abordada. Juntos, texto e imagem, transmitem a mensagem de forma mais completa.

Hernandes (2004, p. 39) explica o conceito de “relação”. Segundo ele “um elemento de uma estrutura só adquire valor na medida em que se relaciona com as outras unidades e com o todo de que faz parte”. E exemplifica com Saussure quando trata do jogo de xadrez, onde a importância não são as peças em si, ou do que elas são feitas, mas sim, a posição que

elas ocupam dentro do jogo, o valor que têm dentro do jogo. O mesmo acontece com imagens, gráficos e textos. Sozinhos, o significado é um. Quando unidos, é outro.

Isso se dá porque, conforme expomos no capítulo anterior, sempre há um plano de conteúdo, e um plano de expressão. O plano de conteúdo carregará o que trata do inteligível, ou seja, o acontecimento em si. O plano da expressão buscará as melhores formas de manifestar o ocorrido, para chamar a atenção do leitor. Pode ser uma foto, pode ser a cor ou o estilo da letra. Um exemplo que Hernandez (2009, p. 111) cita é:

quando alguém tem algo a dizer e não acha as palavras, é porque tem o plano de conteúdo, mas não encontrou ainda o plano de expressão. Já entrar em contato com um jornal em língua estranha é conectar-se com o plano de expressão (tipos gráficos, por exemplo) sem ter acesso ao conteúdo, por desconhecer as regras do idioma. Um texto sincrético é o que maneja várias linguagens de manifestação do plano de expressão para criar um, e apenas um, conteúdo. Não importa a sofisticação de recursos do plano de expressão, eles remetem sempre a um mesmo conteúdo.

Definido o conceito inicial de sincretismo, é preciso explorá-lo e demonstrar a importância deste para nosso trabalho. Podemos nos perguntar o porquê de uma revista optar por empregar textos com fotos, infográficos, etc. Além dos elementos que já citamos, Hernandez (2006) explica que um dos grandes desafios de jornais e revistas é manter a atenção do leitor. Isso porque todos os dias há uma quantidade exorbitante de notícias e informações e, para que uma notícia seja lida, ela precisa trazer algo de novo, arrebatar a atenção do leitor.

As estratégias para gerar um sujeito curioso não estão ligadas somente ao inteligível, ao racional. É preciso existir identificação entre público e personagens das histórias, entre outras maneiras de obter a atenção [...]. São operações que envolvem a dimensão sensível e passional. (HERNANDES, 2006, p. 48).

É através da sensibilização que a revista fisga a atenção do leitor. Essa sensibilização pode ser feita tanto pelos recursos verbais quanto pelos não verbais, despertando as paixões nos leitores. Em seguida, abordaremos como o enunciador utiliza esses recursos para obter a atenção do leitor.

6.2 O verbal e a sensibilização do leitor

Como já dissemos anteriormente, o enunciador precisa encontrar meios para persuadir o enunciatário. Conforme Barros (2012, p. 28), “cabe ao enunciador exercer o fazer persuasivo por meio das estratégias e procedimentos do texto, para convencer o enunciatário a aceitar seus valores e crenças e a agir de acordo com eles”. No caso das revistas, o narrador precisa persuadir o leitor a querer ler e a crer no que está lendo, motivando-o, assim, a adquirir a revista.

Há várias formas de o narrador persuadir o narratário. Podemos dividi-las em dois grandes grupos: as estratégias de ordem racional, e as estratégias de ordem passional. No primeiro grupo enquadram-se todas as estratégias que se relacionam ao raciocínio, à lógica. O leitor é convencido de algo pelos fatos descritos, pelas estatísticas apresentadas, pelas escolhas enunciativas que projetam efeitos de sentido de objetividade e imparcialidade. Já no segundo grupo, encontramos as estratégias que se relacionam aos sentimentos do leitor. São empregados diversos recursos que mobilizam o leitor a “sentir” o que está sendo relatado na reportagem.

Nas estratégias de ordem racional, como já apontamos no capítulo cinco, aparecem a actorialização, a ancoragem e as projeções enuncivas de pessoa e espaço (discurso em terceira pessoa), elementos esses que conferem caráter de objetividade e neutralidade do narrador (e do veículo de comunicação). Além disso, não aparecem no texto do narrador adjetivos, advérbios, modalizadores. Também não são expressas opiniões pessoais, nem julgamentos. Tais estratégias racionais já se cristalizaram como sendo uma coerção genérica.

Por outro lado, nas estratégias de ordem afetiva ou passional, segundo Barros (2012), acontece o contrário. O narrador, neste caso, mobiliza estratégias que procuram sensibilizar o leitor. Como exemplo, podemos citar a escolha de interlocutores que recebem voz no texto, as manifestações subjetivas que lhes são permitidas por meio do discurso direto, como a emissão de opinião pessoal, o uso de adjetivos, de modalizadores, de expressões populares, entre outras escolhas enunciativas que abarquem as interações sensíveis.

Ou seja, as escolhas linguísticas não são gratuitas no texto³⁰, uma vez que produzem efeitos de sentido que interferem positiva ou negativamente na apreciação deste. Barros

³⁰ Estas estratégias serão melhor detalhadas no capítulo oito, quando serão analisadas as escolhas linguísticas na instância do narrador e dos interlocutores.

(2012, p. 30) explica que através dessas escolhas são “estabelecidos laços de amor, de interesse, de confiança, de cumplicidade, de antipatia, entre os sujeitos que interagem”. Para exemplificar, tomemos a legenda de uma das fotos da reportagem “Nunca mais”, da Revista *Veja* (6 de fev., 2013), a respeito do incêndio na Boate Kiss:

A morte é um momento de angústia e tristeza. A morte de um filho é um contrassenso, inexplicável, inaceitável, absurda (p. 53).

No exemplo acima, a revista faz mais do que dar a informação da morte de muitos jovens na boate, ela usa frases de efeito, emite juízos de valor. Todos esses recursos linguísticos buscam causar a comoção no leitor. Por essa sensibilização, o leitor acaba sendo levado a aderir ao discurso veiculado porque se identifica com ele emocionalmente. Isso reafirma o que foi proposto por Hernandes (2006) a respeito da identificação emocional do leitor com a revista. O leitor deseja adquirir a revista porque são estabelecidos laços de empatia, de comunhão, de valores e de sentimentos. O leitor é tocado por mecanismos da ordem do sensível e não apenas do inteligível. E assim, acabará desejando adquirir a revista.

A chance de sucesso de vendas da revista encontra-se no seu apelo racional e passional. Tratamos de um amplo mercado comercial. Aliás, o próprio título da reportagem “Nunca mais”, veiculado na capa da revista que trata do caso da boate Kiss, também é uma estratégia da ordem do emocional. Os mecanismos de interação sensível fazem com que leitor se interesse em ler o texto porque permitem que este sinta as emoções narradas. No caso da boate Kiss, as estratégias visam à comoção geral, à identificação do leitor com o sentimento dos pais que perderam seus filhos.

Barros (2012) ressalta ainda que não há quem passe indiferente por essas escolhas linguísticas, especialmente quando em conjunção com as imagens que também despertam emoções no leitor. O uso das imagens, letras e diferentes cores também são recursos persuasivos da ordem do sensível, como veremos em seguida.

Segundo Oliveira (2009, p. 124):

O modo de dar visibilidade ao “sentir do jornal”, que se sente em relação ao outro, o seu leitor, concretiza uma interação de laços afetivos, passionais, um vínculo existencial. Com esse propósito do exibicionista da ordem do privado intervêm os mil cuidados do enunciador para afirmar o comprometimento do destinador com o destinatário na expectativa de garantir a sua fidelização.

O trecho comprova que a produção de escrita de um jornal/revista passa pelo cuidado com a linguagem a fim de mobilizar o leitor e fidelizá-lo para que se torne um comprador assíduo do material porque se identifica com a forma de enunciar do grupo editorial. Na realidade, tudo não passa de estratégias (GREIMAS, 2013) do enunciador para persuadir o enunciatário.

6.3 O não verbal e a sensibilização do leitor

O leitor da atualidade não é o mesmo leitor de anos atrás que se contentava com uma folha branca cheia de letras pretas. O leitor atual já viu a notícia na internet, já ouviu no jornal da manhã. Ele quer algo mais, ele quer algo que realmente ganhe a sua atenção. Assim, a foto, por exemplo, é um elemento que arrebatava a atenção porque ela sensibiliza. Ela instiga a dimensão do sensível: identificamo-nos com o acidentado da foto, tememos ou revoltamo-nos com o criminoso que nela aparece, sofremos com a imagem da mãe que perde seu filho. Através da sensibilização, busca-se a atenção do leitor. Essa sensibilização pode ocorrer de duas formas, segundo Hernandez (2006, p. 49),

A primeira é apresentar unidades para serem sentidas, como uma foto que atrai o olhar pelas cores, contrastes, simulação de movimentos. Os sentidos são arrebatados em função de uma descontinuidade do plano de expressão.

A segunda é a mobilização dos afetos por meio dos conteúdos. É o caso das histórias de notícias que são feitas para comover e contam com o engajamento empático do público.

Como exemplo da primeira estratégia, podemos citar as fotos (geralmente de grandes dimensões) que estampam as manchetes de capa das revistas. A foto é o primeiro elemento a fisgar a atenção do leitor pela sensibilização. No plano do conteúdo, pode-se citar como exemplo a actorialização, através da qual as pessoas viram personagens/atores e com cujas histórias os leitores se sensibilizam. Nesse caso, Hernandez (2006, p. 68) explica que “do ponto de vista analítico, em seu maior grau, a empatia é uma fusão afetiva sujeito-público e sujeito-personagem”. Ou seja, a pessoa se identifica com a história da outra, do ator do enunciado.

Também a delegação de vozes em discurso direto é uma estratégia do plano de conteúdo que se volta à sensibilização do leitor. Exemplo disso são os depoimentos, em forma

de discurso direto, de familiares que perdem entes queridos em acidentes ou assassinatos. Geralmente esses depoimentos são cheios de indignação, de revolta, de dor, ou seja, de emoções que não poderiam ser expressas pelo narrador do texto, mas sim pelos sujeitos envolvidos na situação narrada. Gomes (2008) exemplifica com uma reportagem sobre o assassinato de um casal na frente do filho pequeno. Através do discurso direto, os interlocutores instaurados diziam o que o narrador não podia dizer. Eles expressavam as suas dores pela perda dos entes queridos e sua revolta para com os criminosos. Gomes (2008) explica que o discurso indireto é filtrado pelo narrador, e por isso não tem o mesmo poder de arrebatamento. Já o discurso direto traz as marcas de oralidade e de subjetividade dos atores envolvidos nos fatos, mostrando o estado passional. Conforme Gomes (2008, p. 9):

[...] o dizer filtrado pela interpretação do narrador no discurso indireto, reproduz seu conteúdo, mas não a forma, atenuando seu caráter sensível. Essa perda da intensidade passional é mais acentuada ainda no caso da projeção em terceiro grau.

Também Carmo Jr. (2011, p. 145) reitera tal questão ao explicar que “muitas vezes o mais importante num texto não é *o que é dito* mas *o como é dito*³¹”.

Nesse mesmo sentido, elementos do plano de conteúdo e do plano de expressão convergem para chamar a atenção do leitor e sensibilizá-lo para os fatos narrados. Se não for pelo texto escrito, será pelo visual. E destacamos, em especial, o caso da Revista *Veja*, porque como Hernandez (2004, p. 26) afirma:

É notável que uma revista que se chama justamente VEJA tenha toda a parte de imagens e de projeto gráfico pensada para ser acessório de reafirmação dos conceitos já construídos pelo verbal. Questionado se a visualidade cria novos sentidos para a matéria, o próprio diretor executivo de arte, Carlos Néri, afirma que o visual “sempre acompanha, sempre tem que ir junto com o verbal”.

A revista procura, assim, sensibilizar, fazer sentir a dor, o medo, a ausência retratados na notícia. Como explica Gomes (2008, p. 12):

As dores e as alegrias das figuras humanas (ou personificadas) que povoam as narrativas jornalísticas nos afetam porque as sentimos muito próximas. Regozijamo-nos com o sucesso e sofremos com as perdas de nossos semelhantes, o que lhes acontece poderia ter acontecido conosco. A possibilidade de vivenciar um afeto, de emocionar-se com uma história se deve ao fato de o leitor tomar posição na narrativa, identificar-se com seus actantes [...].

³¹ Grifos do autor.

Em uma reportagem, temos a contribuição individual de uma foto e de um texto e temos a contribuição total dos dois imbricados. É por isso que vemos a imagem, lemos a reportagem e voltamos para a foto. Em geral, a fotografia reafirma o que é dito no texto verbal e vice-versa, mas pode-se também criar outros efeitos de sentido. Isso porque nem sempre o narrador pode dizer tudo o que deseja ou tomar posição, mas pode inserir uma foto que leve as pessoas a tirarem determinadas conclusões, por exemplo. “A inter-relação de linguagens pode instaurar implícitos, modos de dizer sem dizer e poder fazer enxergar os fatos, o mundo reproduzido no discurso, de uma nova forma”. (GOMES, 2009, p. 217). É dessa forma que as revistas e os jornais criam efeitos de sentido de realidade e dizem o que querem dizer e não necessariamente a verdade, como já discutimos anteriormente.

Hernandes (2009, p. 280-281) explica as estratégias de arrebatamento da atenção do leitor:

1. Estratégia de arrebatamento – visa a instaurar o sujeito por meio de algum estímulo, uma descontinuidade, que motive ou reforce um engajamento perceptivo voluntário. É mais da **ordem das sensações**, portanto bastante ligada às estratégias do plano de expressão. O destinador jornal manipula o destinatário por **tentação**, por um **querer-saber**.
2. Estratégia de sustentação – objetiva transformar o sujeito atento em sujeito tenso que, interessado em decodificar um estímulo, se vê diante de detalhes de uma história e deve sentir vontade de conhecê-la por inteiro. É de **ordem passional**. Há também uma **manipulação por tentação**. A estratégia de sustentação é a passagem do plano de expressão, do entendimento do “estímulo”, para o plano de conteúdo, o da “mensagem”.
3. Estratégia de fidelização – busca transformar o sujeito curioso em sujeito fiel. O sucesso das estratégias anteriores – como a de obter saberes e experiências, entre outras – deve gerar expectativas positivas no sujeito para os próximos contatos e a vontade de repeti-los. Em outras palavras, o enunciatário julga o jornal, as notícias. Se o relacionamento for considerado positivo, ele vai querer repetir a experiência. O próprio objeto, portanto, também é pensado pelo enunciatário para desencadear um **hábito no enunciatário, um querer-ser e também querer-sentir**, uma vontade de entrar em contato com novos textos semelhantes.

Através dessas estratégias, o enunciatário/narrador consegue manter a atenção do leitor. E, como se pode perceber, a maior parte do convencimento relaciona-se à manipulação dos sentidos. Teixeira também corrobora tal afirmação ao dizer que

O ato de processamento do sentido sincrético pelos sentidos promove espécies de vivências significantes, experiências sensíveis, que têm marcado as explorações da mídia e seu lançar-se na criação de objetos midiáticos sincréticos como experiências de resignificação do cotidiano repetitivo, do eu anônimo, do eu massivo (TEIXEIRA, 2009, p. 98).

Os arranjos textuais que propiciam “vivências significantes” e “experiências sensíveis” fisgam o leitor porque mexem com os sentimentos mais íntimos das pessoas. É importante definir como esse processo acontece e como é definida essa materialidade plástica e colocados os cinco sentidos e o corpo em interação pelas mídias. Teixeira (2009) explica que é justamente o enunciado, a partir das escolhas do enunciador, que organiza o plano de expressão que irá nos mobilizar. Ou seja, seleciona as fotos, os textos, as formas de dizer e os efeitos de sentido que quer causar.

As marcas de actorialidade, espacialidade e temporalidade balizam a atividade sensível e cognitiva do sujeito em um fazer interpretativo e estão inscritas na expressão e no conteúdo com as indicações dos modos como os sentidos e o corpo todo são sensibilizados pelos efeitos de sentido e engajados a agir na apreensão (TEIXEIRA, 2009, p. 132).

Assim, assume-se que a instância da enunciação projeta no enunciado os atores, as escolhas figurativas, as estratégias de mobilizações dos sentidos, enfim, os recursos enunciativos que, juntos, vão criar a sensibilização do leitor e os efeitos de sentido desejados. Não tratamos novamente da “verdade”, mas da sensibilização do leitor, que, uma vez tocado, acreditará nas “verdades” do jornal, e mais uma vez não importará **o que** está sendo dito, mas **como** está sendo dito. Mendes (2014, p. 264) afirma que “no que concerne a nosso ponto de vista sobre a problemática da ‘verdade’, assumimos tal postulado segundo o qual aquilo que está fundamentalmente em jogo é a eficiência do destinador em persuadir seu destinatário, em fazê-lo crer”.

Mendes (2014) atenta para o fato de que em uma reportagem jornalística sempre há dois lados, mas nem sempre os dois lados são ouvidos. E mesmo que os dois lados sejam ouvidos, a mídia pode enfatizar um deles, através dos efeitos de sentido que já citamos, Mendes (2014) cita como exemplo o caso Isabella, noticiado pelo Jornal Nacional, que, ao abordar os fatos, desde o início trouxe os dois lados das informações, o lado da polícia e o lado dos advogados de defesa do pai e da madrasta, e, assim, cumpriu seu papel jornalístico de dar voz a ambas as partes. Mesmo assim, logo deu a entender que a redação acreditava que o pai e a madrasta eram culpados. Isso se deu implicitamente pela forma de enunciar dos apresentadores, especialmente de William Bonner. E como sabemos, Bonner é o “amigo” da dona de casa, que faz parte da família, para quem ela diz “boa noite” e em cuja voz acredita. Além disso, os telespectadores foram mobilizados porque não acreditavam ser possível um

crime tão bárbaro e, dia após dia, chamada após chamada, o Jornal Nacional foi incutindo nas pessoas a crença de que os pais eram, sim, capazes de matar a criança, mesmo sem ter havido o desfecho da investigação policial. Enfim, em nenhum momento a verdade foi escondida, contudo ela foi veiculada da forma que convinha para a Globo. E dessa forma constroem-se “verdades” e “realidades”. Para concluir o raciocínio, Mendes (2014, p. 287, 288) garante:

Portanto, como se viu, ao lado de um fazer-saber e/ou fazer-criar, o enunciador busca, no caso em foco, sobretudo, um fazer-sentir que garante a fidelização de seu enunciatário, por meio da estesia, do afeto. E se a intensidade é regente da extensidade, esse fazer-persuasivo “estésico”, pelo menos, a priori, leva grande vantagem no que se refere à adesão do enunciatário se comparado a um fazer-persuasivo puramente cognitivo. Nesses termos, o objetivo da enunciação, para além da adesão em sentido estrito, é a manutenção da fidelidade do enunciatário, o gerenciamento de sua atenção e de sua curiosidade.

O que garantiu a fidelização do telespectador no caso acima citado não foi apenas a notícia verbal em si, mas também outras estratégias de ordem passional, como as fotos da menina, os infográficos simulando a queda, os depoimentos constantes da mãe e dos familiares, o próprio modo de enunciar dos jornalistas, etc. Tais estratégias instigaram no leitor a comoção pela dor da mãe da menina, a revolta pela crueldade do crime e o total repúdio ao pai e à madrasta (possíveis assassinos). Todas as mães e os pais do Brasil certamente se colocaram no lugar daquela mãe e ficaram revoltados com o crime. Foram as dimensões do sensível que conseguiram fidelizar as pessoas que acompanharam diariamente o desenrolar do caso.

6.4 Estratégias não verbais de persuasão do leitor

Passaremos agora a explicitar mais detalhadamente como se dá a sensibilização por meios das estratégias não verbais. Compreendendo que uma reportagem é um todo de sentido, apontaremos os principais elementos não verbais que convergem para a construção dos efeitos de sentido (racionais e passionais) no texto.

6.4.1 Foto

Definido o conceito de texto sincrético, cabe delimitarmos de que forma a fotografia contribui para o “todo de sentido” de uma reportagem em uma revista, por exemplo.

Buscamos explicitar como ela arrebatava o leitor, as contribuições que traz para a revista e os sentidos que desperta.

Forni (2005, p. 2), explica-nos que “a rigor, a foto, antes de ser publicada, passou por longo processo de seleção. Assim como as notícias, disputou com outras o privilégio de figurar na primeira página dos grandes jornais. Em geral, essa imagem serve como âncora e suporte à grande manchete do dia”. A partir dessa afirmação, percebemos a importância da foto no conjunto do texto. Ela não é um “a mais”, ela é essencial. Seguindo o pensamento, Forni (2005, p. 2) atenta para o fato de que “a seleção e o destaque da foto fazem parte do ‘poder’ da mídia de agendamento do que o público irá ver e discutir no dia seguinte. Por isso, a seleção das fotos passou a ser uma decisão tão importante quanto a escolha da manchete”. Como vimos anteriormente, a foto tem o poder do arrebatamento, da sensibilização. Ela é a primeira a chamar a atenção do leitor. É por isso que “a evolução da fotografia e do jornalismo destinou às fotos espaço nobre na primeira página dos jornais, pois a imagem tem uma força que as palavras não têm” (FORNI, 2005, p. 2). Podemos até mesmo afirmar que o texto fica incompleto sem a imagem. Forni (2005, p. 6) ainda questiona:

Mas, por que os jornais investem, os fotógrafos arriscam-se, os governantes temem e o fotojornalismo causa tanta polêmica? Exatamente pelo poder que tem de impactar a chamada opinião pública. As fotos tomaram a dimensão jornalística atual, porque conseguem, com muito mais força do que o texto, revelar o mundo real em toda a sua crueza. Flagram segredos e revelam instantâneos que podem chocar os leitores, mas têm o poder de mobilizar a opinião pública.

A foto, portanto, além de chocar, sensibilizar, diz mais do que as palavras. Ela não é apenas um referente de um acidente, de um ladrão; ela choca, ela toca o leitor. Ela tem um poder maior do que o da palavra. Ela arrebatava o leitor.

A respeito disso, o semiólogo francês Roland Barthes produziu vários trabalhos. Forni (2005, p. 7-8) explica que em seus estudos definiu que algumas imagens são relacionadas à capacidade do *to like*, enquanto outras estão relacionadas ao *to love*. Ou seja, de algumas apenas gostamos, outras nos tocam tão profundamente que despertam o amor, os sentimentos mais intensos do ser humano. E daí surge o caráter arrebatador.

Com um pensamento mais mercadológico, Hernandez (2006, p. 214) explica que a foto é a isca para o leitor e ela “deve depois encaminhar o leitor para a parte verbal, ou seja, apresentar uma estratégia de sustentação geral que também tenha êxito”. “Em outras palavras, um jornal que apresenta sempre fotos instigantes mobiliza o leitor a manter um

relacionamento de longo prazo” (HERNANDES, 2006, p. 215). Assim, em *Veja*, por exemplo, o caráter sensacionalista e de grandes fotos na capa fideliza o leitor que se interessa pelas reportagens completas, pelos escândalos. Se *Veja* não colocar uma foto arrebatadora, não receberá a atenção do leitor. É a imagem que transforma a reportagem em uma “verdade inquestionável” (HERNANDES, 2004, p. 216).

Por outro lado, Hernandez (2006, p. 216) nos explica que “falar de realidade em fotografia é analisar um ‘efeito de sentido’ dessa forma de comunicação”. As fotos, como dissemos, têm o poder de cativar; contudo, para que isso aconteça, por trás delas há uma manipulação. Não podemos falar atualmente de uma imagem “real”, limpa, sem filtros. Algumas até são reais, contudo a maioria delas é manipulada pelos jornais, inclusive com programas de alto nível. “Há filtros, jogos de sombra, efeitos de lentes” (HERNANDES, 2006, p. 216). Verificamos, assim, que os efeitos de sentido em uma revista não se encontram apenas no verbal, na forma de dizer as coisas, mas também nas imagens, na forma de significar. A manipulação dos jornalistas está nas mais diversas formas de linguagem e os efeitos de sentido criados são os mais diversos, inclusive sobre a imagem.

Hernandes (2006, p. 218-219) explica os tipos de foto:

Fotos de registro – [...] A foto de registro é a que mais se aproxima o mero papel “ancorador” [...].

Foto de síntese – [...] Resume toda uma situação tratada na parte escrita da matéria e geralmente apela para a passionalidade do observador (estratégia de sustentação). [...] Fica evidente para o leitor que a realidade não está sendo mais mostrada de maneira “objetiva”, mas filtrada por um conjunto de valores que quer ressaltar determinados simbolismos.

Foto flagrante – Capta o chamado “instante decisivo” [...] e tem enorme valor documental e impactante. Acreditamos que o ato do fotógrafo de captar um acontecimento no momento de maior tensão narrativa é a essência do fotojornalismo.

Foto plástica – busca efeito estético [...] e, dessa maneira, é a que mais expõe o fotógrafo como enunciator. Há um forte sentido de “autoria” da foto, de um ponto de vista subjetivo.

Como exemplo de foto registro, pode-se citar a imagem do ladrão, o local do acidente, enfim, um mero elemento de ancoragem da notícia expressa pelo texto verbal. A foto síntese traz o posicionamento da redação a respeito de algum fato, por exemplo, a imagem de um político rindo, pode ser usada para comprovar o descaso dos políticos. A foto flagrante é quando um jornalista registra um momento histórico, como a chegada de um tsunami, o momento que o avião está caindo, etc. Atualmente, com o advento das tecnologias, em especial dos celulares, muitos leitores enviam fotos às editoras e estas publicam dando a eles

os créditos, já que fotografar um flagrante é algo muito difícil. A foto plástica, por fim, é a foto posada, o fotógrafo combina com a pessoa uma pose, ou analisa o melhor ângulo de uma paisagem e depois seleciona a melhor foto. É uma foto artificial. Destaque-se que *Veja* utiliza muito este recurso. A maior parte de suas fotos é posada (FORNI, 2005). Até porque assim é mais fácil criar os efeitos de sentido que se desejam.

Forni (2005, p. 7) lembra ainda um fator muito importante: a imagem informa também as pessoas que não sabem ler, mas que sabem interpretar uma imagem. Além disso, aquelas que não têm tempo de ler a reportagem inteiram-se dos assuntos pela imagem e pela legenda. Hernandez (2006, p. 11), sobre esse fato explica que “no arquivo jornalístico, a legenda talvez seja o elemento mais importante. Não basta para o editor ou diagramador encontrar a foto que poderia ilustrar a matéria. É necessário que a foto não apenas complemente a matéria, mas seja uma outra matéria, lida em outro código”. E a legenda é seu complemento, a legenda dá a informação rápida para o leitor que tem pressa.

Crestani (2010b, p. 95) afirma que “as debreagens enuncivas e enunciativas, tão utilizadas na linguagem verbal para produzir efeitos de afastamento ou de aproximação, também podem ser constatadas na linguagem visual”. Nesse sentido, quando, por exemplo, o ator da foto olha para frente, diretamente para o leitor, ocorre uma debreagem enunciativa. O leitor é instaurado como “tu”, é chamado a participar, a interagir, porque é para ele que o ator da foto olha. A debreagem será enunciva quando o ator olha para o lado ou para outro ângulo que não para o leitor, não se estabelecendo a interação “eu-tu”. Neste segundo caso, o leitor apenas observa, mas não é convidado a fazer parte do fato, não é tão sensibilizado.

Nesse mesmo sentido, Gomes (2007) relembra que, em última instância, através dos efeitos de sentido provocados pelas imagens, os jornais nos fazem crer nas verdades que eles veiculam fazendo com que assumamos os valores ideológicos que eles enunciam. A autora segue explicando que, no relato verbal, a revista e o jornal utilizam-se de tempos verbais, certos itens lexicais para dizer o que desejam. Já no relato não verbal esses efeitos acontecem a partir das perspectivas em que se enquadram as imagens, a definição dos contornos, a inserção das figuras no conjunto da reportagem, e a tomada do olhar dos atores que formam a cena. Esse é um modo de presença da enunciação no enunciado não verbal. Gomes (2007) exemplifica isso com uma foto de jornal em que um traficante (ator do enunciado) aparece com o olhar direcionado para o enunciatário. Esse olhar, segundo ela, instaura um eu/tu, que traz o leitor para o espaço e o tempo da enunciação. É ao leitor que se dirige o olhar, portanto

é com o leitor que a interação eu-tu se estabelece. Entendemos que o foco, o ângulo, a posição, a direção do olhar, enfim, vários fatores definirão a aproximação ou o distanciamento do leitor em relação à situação apresentada na imagem. Esse simulacro de uma presença também convoca uma tomada de posição do leitor. Segundo Gomes (2007), somos desafiados a nos conformar, a tomar uma atitude, a sensibilizar-nos, mas não passamos pela foto sem sermos tocados. Há, contudo, fotos que envolvem mais e outras não tanto. Tudo depende das intencionalidades da edição.

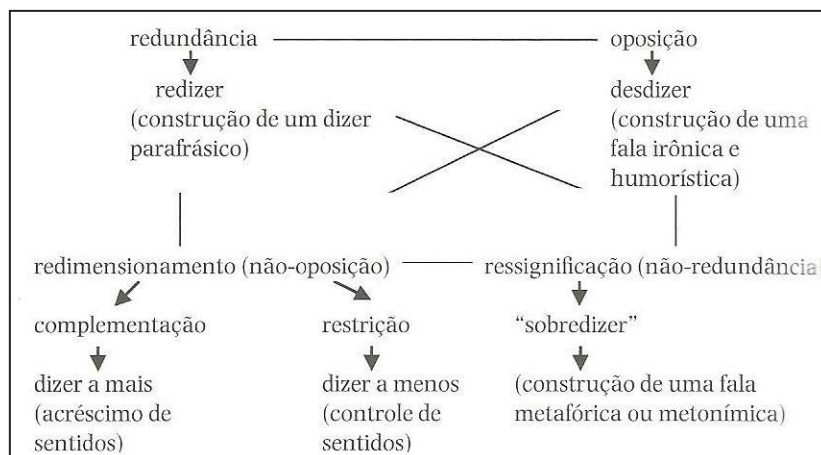
A respeito da subjetividade e objetividade, Gomes (2007) explica que, através do meio linguístico, busca-se obter a atenção do leitor pelo lado racional (inteligível), como já explicamos. Na questão da fotografia, a revista busca envolver o enunciatário passionalmente, ou seja, despertar emoções no leitor. E nessa relação, de acordo com o formato da foto e sua relação com o texto e legenda, criam-se os efeitos de subjetividade e objetividade.

Segundo a autora, a debreagem enunciativa se dá nesse “olhar voltado para fora [que] convoca o enunciatário, instaura-o no enunciado, presentifica a relação comunicativa *eu/tu*, trazendo-a para o espaço e o tempo da enunciação.” (GOMES, 2007, p. 59). Nesse sentido, fala de um sincretismo entre ator do enunciado e enunciatário, na medida em que o ator parece se dirigir ao leitor como numa interação face a face.

Ainda sobre a foto do traficante, essa imagem, conforme Gomes (2007, p. 59), reclama também uma reação passional do leitor, de repulsa (medo ou indignação) e o convoca a tomar uma posição, já que o olhar desafiador do bandido - que segundo o texto verbal é direcionado à polícia, pois o traficante declara que, mesmo preso continuará comandando o tráfico - parece também desafiar o leitor. Assim, a foto “aparentemente redundante produz um efeito que o discurso verbal não poderia invocar de modo tão intenso” (GOMES, 2007, p. 59).

O quadro de Gomes (2009, p. 218) exemplifica como podem ser as relações entre texto verbal e fotografias em reportagens jornalísticas:

Quadro 7 – Relações entre texto verbal e fotografia



Fonte: GOMES (2009).

Como percebemos no quadro, nem sempre as linguagens verbais e não verbais estão em sintonia, podendo trazer informações diferentes. A imagem pode simplesmente reafirmar o verbal (redundância), mas também pode negá-lo completamente (oposição), inclusive desdizendo o enunciado verbal, apontando uma ironia em relação a ele. Também pode dar um redimensionamento ao texto escrito, trazendo uma complementação (dizer a mais) ao texto escrito, ou uma restrição (dizer a menos). Nesse caso, a imagem não diz o mesmo que o texto verbal e vice-versa, mas também não se contradizem. Uma linguagem acrescenta sentidos ao que diz a outra. Por fim, a imagem pode constituir uma forma de ressignificação, quando constrói um novo sentido, como uma imagem metonímica ou metafórica que ressignifica o que foi dito no verbal.

Gomes (2009, p. 237) cita como exemplo uma reportagem em que o texto verbal afirma “Lula diz que mudou e defende pacto social”, “Pré-candidato assegura a empresários que é um homem de diálogo”, e a foto escolhida é a de Lula em frente a uma bancada, falando aos empresários, sério, com o dedo erguido, numa postura que em nada lembra o tom de diálogo proposto pelo enunciado verbal. Ou seja, o elemento não verbal desdiz o verbal. Na mesma reportagem, segue outra citação de Lula “sou amigo de todos os candidatos, quero tratá-los com o maior carinho. Se não estivermos juntos no primeiro ou no segundo turno, poderemos estar juntos para garantir a governabilidade”. Mais uma vez, a foto não apenas desmente como ironiza este comentário, já que, à mesa estão os candidatos a presidente,

exceto Lula, que está em pé, de costas para eles, de frente para o leitor, com um sorriso sarcástico no rosto.

Para demonstrar o que vimos reiterando até o presente momento, escolhemos a capa da Revista *Veja*, do dia 23 de abril de 2008, edição 2057. Nela, podemos perceber o poder da imagem. Ela nos passa a ideia de um casal perturbado, apavorado, culpados de um crime cruel. A manipulação da foto, encoberta parcialmente pelos tons de preto, deixa no ar a morte, o olhar atrás das grades. Também a forma como os atores estão posicionados, o pai mais ao fundo que a madrasta da menina, e numa posição mais baixa, mostrando menos o rosto, parece corroborar a ideia de ele ter sido manipulado por esta a fazer o que fez (jogar a menina da janela do 8º andar). Também a posição da cabeça e o olhar do pai parecem denotar, ao mesmo tempo, temor e vergonha. O leitor vê a imagem, como se estivesse longe dos personagens, espia os assassinos, mas é chamado a tomar uma posição em relação às crianças que morrem inocentemente. O casal não olha para o leitor, olha por baixo, como se ocupasse uma posição abaixo das demais pessoas (policiais, sociedade). Olhar de quem segue para receber a voz de prisão. A linguagem verbal nos faria perceber tudo isso? Ela certamente descreveria, mas não nos faria sentir o que sentimos ao ver a foto.

Imagem 2 – Capa da Revista *Veja* às vésperas do julgamento do caso Isabella Nardoni



Fonte: LINHARES (2008).

Finalizamos com a ideia de Hernandez (2004, p. 131):

O ser humano retratado em VEJA já é um “texto”, e “sincrético”! Além da linguagem gestual (que inclui expressões do rosto, movimento do corpo, dos braços, das mãos), verifica-se uma linguagem das roupas e dos acessórios (que nos informa a cultura, a classe social, manias). Há também o ambiente onde um ou mais retratados estão imersos, também significante. A partir do plano da expressão do retratado (gestos, roupas e acessórios, ambiente), convida-se o leitor a decifrar o plano de conteúdo da foto: ele está bem? Parece confortável? Em que classe social se encaixa? Depois, comparam-se as informações apreendidas com as outras da matéria para se chegar a uma interpretação final.

Como percebemos, não há como não vermos um texto como sincrético, já que todos o são. E o conjunto de cada elemento é fundamental para o todo de sentido. Verificados os efeitos de sentido causados pelas imagens, e a importância destas para o texto sincrético, passaremos aos infográficos.

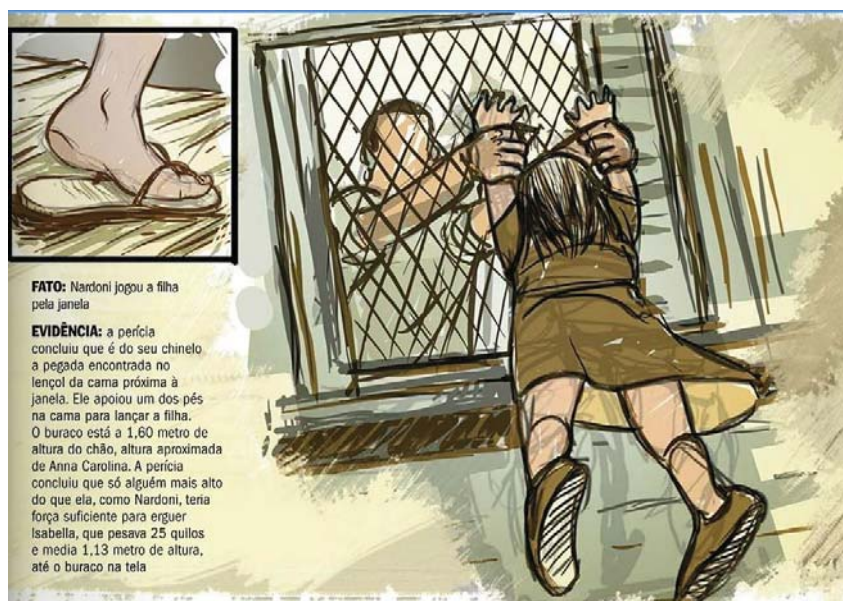
6.4.2 Infográfico

Hernandes (2004, p. 25) explica que além do texto escrito e da fotografia, “outros apoios visuais são as ilustrações e os infográficos. Os infografistas buscam embelezar e tornar mais acessíveis dados, gráficos, mapas”. Ou seja, o infográfico surge para “desenhar” aquilo que está escrito no texto e não poderia ser demonstrado apenas por imagens/fotos, uma vez que precisa mais do que uma imagem, precisa de uma explicação. O infográfico é justamente isto: a reunião da imagem e de uma explicação, de forma que se torna acessível ao leitor compreender o que se passa.

Tomemos, como exemplo, uma parte do infográfico do caso Isabella Nardoni, divulgado pela revista *Veja* (23 de abril de 2008, edição 2057, p. 84). Percebemos que as imagens reconstituem através dos desenhos os fatos, como ocorreram, para que o leitor possa entender e imaginar como se deu o crime, a tragédia. Cada pequena imagem é acompanhada do fato que ocorreu e, ao mesmo tempo, das evidências que esses fatos geraram para que a polícia chegasse à conclusão de que o pai e a madrasta foram os assassinos. Como acusá-los

se ninguém viu nada? Pelas evidências. Mas o leitor não teve acesso ao prédio, nem aos materiais recolhidos, portanto a revista ilustra e explica.

Imagem 3- Parte do infográfico do caso Isabella Nardoni



Fonte: LINHARES (2008).

O infográfico não é apenas para auxiliar o leitor na compreensão dos fatos. Pelo contrário, ele é carregado de sentidos, uma vez que é criado pelos editores da revista, é feito de ilustrações e texto, é altamente passível de manipulação e veiculará a ideia defendida pelo jornal. Ele é mais um meio de defender a ideia do editorial. É mais um recurso que possibilita a criação de efeitos de sentido.

6.4.3 Letra

A priori, pode nos parecer insignificante o formato da letra, desde que a mensagem seja a mesma. Todavia, um estudo mais apurado demonstrará exatamente o contrário: o formato das letras é carregado de intencionalidades. Hernandes (2006, p. 210) resume que “uma das principais funções das formas das letras nos jornais é construir um simulacro visual de um tom de voz que pode parecer mais ou menos estridente, mais ou menos sério, mais ou menos jovial, a partir da exploração das possibilidades plásticas”. Ou seja, a forma escolhida para a letra também significa, transmite mensagens. Elas não são escolhidas aleatoriamente.

Elas têm a intenção de chocar, de acordo com seu tamanho, sua cor, formato. Elas dão o ar de descontração ou de seriedade. Elas localizam o leitor no gênero textual.

Da mesma maneira que a prosódia faz parte da fala, “acrescentando sentidos”, a plasticidade das letras enriquece a manifestação escrita no jornalismo. Isso quer dizer que há uma relação entre o desenho e a representação das letras – seu tamanho na página, a distância entre unidades, as formas de alinhamento e de entrelinhamento – com a entonação, produto da variação na intensidade, altura, duração e ritmo da fala. As letras nas páginas de jornais e revistas tentam simular alguns recursos próprios da oralidade e retomar certas possibilidades prosódicas perdidas na escrita. Há uma certa tradução intersemiótica proporcionada pela tipografia (sempre subordinada à diagramação e ao projeto gráfico), que mostra que os tipos impressos estão longe de ser mero suporte dessemantizado do verbal. (HERNANDES, 2006, p. 210).

Como já mencionamos anteriormente, de acordo com Hernandes (2004), a Revista *Veja* emprega a letra Frankfurt Gothic Heavy, para assuntos mais sérios, e a Times New Roman, para assuntos mais leves. Tomemos como exemplo a capa relacionada ao caso Isabella. Em letras grandes, maiúsculas e grossas, aparece o “tom” de denúncia: “Foram eles”. É a instituição do poder de verdade concedido à *Veja* na união da imagem reveladora de um casal perturbado em conjunto com as letras que anunciam uma certeza. A frase “Para a polícia não há mais dúvidas sobre a morte de Isabella”, em letras bem menores, mas em tom amarelo, que chama e que contrasta tanto com a imagem, quanto com as letras grandes. Da mesma forma, o uso reiterado dos formatos de letra permite a construção de uma identidade da revista, que o leitor reconhece e com que se identifica. É caracterizada como uma estratégia de arrebatamento e também de fidelização. Percebemos, assim, em que escala as letras contribuem para o sentido do texto.

6.4.4 Diagramação

Na atualidade, a diagramação é um fator decisivo nos sentidos dos textos, porque é através dela que o editor decide qual será a primeira reportagem, qual estará por último, em cima, no pé da página. Escolherá qual será a foto de cada matéria, quais imagens serão maiores ou menores e qual o jogo de cores empregadas. Como definição, Hernandes (2006, p. 211) explica: “A *diagramação*, a partir do projeto gráfico, gerencia a identidade visual de uma publicação”. Em outra obra, acrescenta: “A distribuição espacial das unidades (fotos,

títulos, matérias, legendas, logos, etc.) em mídia impressa é chamada diagramação. É a diagramação que cria e determina os padrões – como o corpo da letra, o número de colunas para as matérias utilizadas nas páginas, o tipo de posicionamento de fotos – e trabalha sobre eles” (HERNANDES, 2004, p. 50).

Relacionando à Teoria Semiótica, Hernandez (2004, p. 47-48) explica os pressupostos greimasianos quanto ao espaço e à disposição das informações (a diagramação):

Greimas divide os formantes plásticos em três categorias:

Categoria topológica – Topos vem do grego e quer dizer “lugar”. Temos o reconhecimento de um dispositivo que organiza espacialmente um texto e seus elementos por meio das relações:

De dimensão: grande x pequeno

De posição: alto x baixo

De orientação: na frente; atrás

Categoria cromática – está relacionada às cores. Categorias:

De valor: claro x escuro

De tonalidade: quente x frio

De pureza: cor limpa x cor suja

De luminosidade: brilhante x opaco.

Categoria eidética – Vem de eidos, “forma”. Podem-se perceber relações:

Reto x curvo

Angular x arredondado

Assim, a posição das fotos, a orientação delas, conforme as categorias topológicas, criam efeitos de sentido nos textos. A categoria cromática comporta as estratégias realizadas a partir do contraste com as cores e a eidética, em relação ao formato dos textos, das imagens, das reportagens. Abrindo as primeiras páginas de uma revista, já podemos notar como cada coisa está no seu devido lugar, organizadamente. E não estão assim por acaso. A notícia mais importante está em uma categoria topológica de posição alta, por exemplo, porque é onde o leitor primeiramente irá olhar. Aquela de menor importância estará embaixo, no pé da página. Quanto à categoria eidética, quando se empregam ângulos retos, tem-se a impressão de seriedade; quando se usam linhas curvas, dá-se a impressão de mais sensibilidade e despojamento. Cada uma delas, de alguma forma, influencia para a interpretação do texto que lemos.

Para finalizar este capítulo, retomamos que as fotografias, os infográficos, as letras e a diagramação são decisivas nos sentidos apreendidos pelo leitor. Elas colaboram para a construção do todo de sentido, para a composição do texto sincrético. Como afirmou Teixeira (2009, p. 47) “preservando da origem na linguística e na análise das narrativas as noções de

superposição e de contração, o conceito se amplia, para designar como sincrético um objeto que, acionando várias linguagens de manifestação, está submetido, como texto, a uma enunciação única que confere unidade à variação”. Assim, exemplificamos separadamente cada um dos elementos que compõe uma reportagem de revista, e sabemos que eles significam individualmente, contudo, na reportagem passam a ser um todo de sentido. Não uma sobreposição, mas unidos, dão um **novo** sentido ao texto. Eis o texto sincrético e os efeitos de sentido que ele causa.

7 ORGANIZAÇÃO METODOLÓGICA

Neste capítulo, inicialmente apresentaremos um resumo do Caso Bernardo para situar o leitor a respeito dos fatos que deram origem ao material de análise selecionado. Na sequência, descreveremos os procedimentos metodológicos em relação ao *corpus* e à teoria e também apontaremos as categorias de análise.

7.1 Resumo do caso Bernardo

O *corpus* do nosso trabalho é a reportagem “Ele gritou, mas não deu tempo”³², cujo tema é o Caso do assassinato do Menino Bernardo Boldrini, veiculada na Revista *Veja* (edição 2370 – ano 47 nº17, de 23 de abril de 2014).

Bernardo Uglioni Boldrini era um menino de onze anos que morava com o pai (o médico Leandro Boldrini), a madrasta (a enfermeira Graciele Ugulini) e a meia irmã, em Três Passos - RS. Seu pai e a madrasta tinham muitas posses e aparentemente ofereciam uma boa qualidade de vida ao menino. Contudo, no final de 2013, Bernardo teria ido até o fórum, pedir auxílio para não mais morar com seu pai, para ir morar com sua avó, em Santa Maria-RS. Ele alegou que sentia muita falta de sua mãe, que teria se suicidado em 2010 (o caso foi reaberto) e que era maltratado pelo pai e pela madrasta. O Ministério Público, segundo as informações divulgadas no inquérito, teria dado uma segunda chance ao pai, que prometeu dar mais atenção ao filho.

No dia 4 de abril de 2014, foi o último dia em que Bernardo foi visto, quando teria ido dormir na casa de um amigo que morava a duas quadras de distância da residência da família. No domingo, dia 6 de abril de 2014, o pai disse que foi até a casa do amigo, contudo ficou sabendo que seu filho não estava lá, nem sequer havia chegado ao local. Nesse mesmo dia, o pai registrou o fato na polícia e, na rádio, pediu ajuda das pessoas, para que encontrassem seu filho.

³² A reportagem consta no anexo A.

O caso tomou outra dimensão, quando, no dia 14 de abril de 2014, segunda-feira, o corpo do garoto foi encontrado em um mato em Frederico Westphalen. Isto foi descoberto, porque, na segunda-feira, dia 4, a madrasta foi multada por excesso de velocidade, nas proximidades da cidade de Frederico Westphalen. Ao policial que aplicou a multa, a madrasta alegou que estariam ela e o menino indo comprar uma televisão nova ao garoto. No momento da multa, o garoto estava no banco de trás acordado. A partir do indício da viagem da madrasta até Frederico e com o depoimento de Edelvânia Wirganovicz, que era amiga de Graciele, foi possível desvendar os fatos.

De acordo com as investigações da polícia, o garoto foi morto por uma injeção letal que teria sido dada pela madrasta. Graciele e Edelvânia teriam levado o menino até Frederico Westphalen, aplicado nele a injeção, e o irmão de Edelvânia teria feito a cova onde o menino foi deixado. Também colocaram soda cáustica sobre o corpo, para que se decompusesse mais rapidamente, sem deixar vestígios. Permanecem presos, até o momento, o pai, a madrasta de Bernardo, Edelvânia e seu irmão. Os réus são acusados por homicídio quadruplicamente qualificado (motivos torpe e fútil, emprego de veneno, ocultação de cadáver e formação de quadrilha).

Após estes fatos, muitos outros surgiram, a avó de Bernardo, por exemplo, solicitou a reabertura do caso de suicídio da mãe de Bernardo que teria acontecido no consultório de Leandro. Segundo Jussara, Leandro é o culpado da morte de sua filha. Também, Graciele passou bens que estavam em seu nome para sua irmã, logo depois que foi presa, o que poderia ser um indício de sua culpa.

Todos os acusados vêm apresentando versões para a sua defesa: Graciele e Edelvânia alegam loucura, demência; Evandro diz que sua irmã (Edelvânia) era capaz de fazer a cova sozinha, que ele não participou do crime; Leandro diz que a madrasta fez tudo sozinha, que ele não sabia de nada e sente muito a perda do filho.

É fundamental destacar que, até o presente momento, embora os acusados estejam presos, a justiça não deu seu parecer, nem a sentença e ainda busca esclarecer todos os fatos. Nesse clima de espera pelo resultado final, surge nosso *corpus* de análise.

7.2 O corpus

A reportagem da revista *Veja* “Ele gritou, mas não deu tempo”, traz sete páginas (76-82) de cobertura dos fatos que citamos antes. A revista chegou às bancas por volta do dia 23 de abril de 2014, pouco mais de uma semana após o corpo ter sido encontrado enterrado em um matagal. A reportagem aborda os fatos desde o momento em que o menino teria ido pedir ajuda no fórum, para sair da casa de seu pai e ir morar com os pais de seu melhor amigo, ou com sua avó, até o desfecho da prisão e dos primeiros depoimentos dos acusados. Ao longo da reportagem, são expostas várias fotos do casal (pai e madrasta) e do menino Bernardo. Há fotos que, inclusive, ocupam páginas inteiras. Também há fotos do velório de Bernardo e da sepultura de sua mãe, Odilaine. Ao longo da narrativa dos fatos, ganham voz a avó do menino, familiares, o policial que multou a madrasta, amigos da família, pessoas próximas a Bernardo, e inclusive, discursos que seriam do próprio Bernardo, antes de morrer. A reportagem é incrementada com uma entrevista à avó que acrescenta mais informações sobre a relação conflituosa entre pai e filho, e também um resumo das datas e dos acontecimentos desde o pedido de socorro no fórum, até a descoberta do corpo.

Este *corpus* foi selecionado pelo fato ter acontecido na região onde moramos e ter chocado toda a população. Também pelo interesse em estudar as escolhas enunciativas empregadas pela revista para persuadir o leitor a uma tomada de posição em relação à inocência ou não dos acusados.

7.3 O suporte teórico, os passos e categorias de análise

Para a análise desta reportagem, escolhemos a Teoria Semiótica Francesa, especialmente o nível discursivo, visto que essa teoria trata dos efeitos de sentido e da persuasão exercida sobre o leitor. Justamente por isso, nossa pesquisa é de natureza aplicada, já que buscamos trazer contribuições a problemas específicos da área. É baseada no método dialético, que conforme Freitas e Prodanov (2013, p. 34) “busca interpretar a realidade partindo do pressuposto de que todos os fenômenos apresentam características contraditórias organicamente unidas e indissolúveis”. Também temos consciência de que, sendo dialética a abordagem, haveria outras conclusões possíveis, de acordo com diferentes teorias. Não

tratamos de uma visão estanque, mas apenas uma das muitas visões que podem ser lançadas sobre o objeto.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, nossa pesquisa é bibliográfica, uma vez que para a análise do *corpus* nos embasamos em referencial teórico da área da Semiótica e em trabalhos acadêmicos já existentes em relação à Revista *Veja*. E assim, pretendemos contribuir com nossas conclusões a respeito do tema. Como trabalhamos com a dinamicidade dos dados, nossa pesquisa é de abordagem qualitativa.

A base teórica se dá essencialmente em Greimas (2013, 2014). Complementam esse autor Fiorin (1996, 1997, 2008, 2012), Barros (2002, 2003, 2005), Hernandez (2004, 2006, 2009) e Gomes (2005, 2007, 2008, 2009). Também abordamos as questões de ideologia e dialogismo e do gênero textual amparados em Bakhtin (2011, 2014). A partir do *corpus* selecionado e dos teóricos que embasam nosso estudo, realizaremos a análise com o objetivo de, a partir da perspectiva da Semiótica Discursiva, identificar e analisar estratégias enunciativas empregadas na reportagem para persuadir o público a crer no que está sendo dito no texto, neste caso, na reportagem “Ele gritou, mas não deu tempo”, sobre o caso do menino Bernardo.

Para tanto, organizaremos a análise em quatro tópicos principais, que se subdividirão em subtópicos no decorrer da análise, de modo a melhor apresentar os elementos/aspectos abordados. O primeiro será “Instâncias enunciativas – delegação de vozes”, onde identificaremos o enunciador/enunciatório, narrador/narratório e interlocutor/interlocutário e as relações que se estabelecem entre eles.

O segundo tópico é a “Instância do Narrador”, onde analisaremos a categoria de pessoa (1ª ou 3ª), a actorialização (caracterização dos atores do enunciado), as escolhas linguísticas utilizadas na descrição dos atores (estratégias passionais e efeitos de sentido) e a delegação de voz pelo narrador, em discurso direto (quem ganha voz na reportagem).

O terceiro tópico é a “Instância do interlocutor”, em que serão analisadas a categoria de pessoa utilizada pelos interlocutores (1ª ou 3ª pessoa) e as escolhas linguísticas que produzem efeitos de sentido de ordem passional nos enunciados destes.

Por fim, no quarto tópico, abordaremos as “Linguagens não verbais”, analisando as fotografias (posição dos atores – debreagem enunciativa ou enunciativa; relação entre imagem e enunciado verbal – redimensionamento, redundância, oposição, ressignificação), a letra

(formato e tipo empregados no título e no corpo da reportagem) e a diagramação (disposição dos elementos verbais e não verbais na página: as estratégias de arrebatamento).

Isso faremos para evitar a repetição exaustiva de informações e para, posteriormente, sistematizar os resultados da pesquisa nas considerações finais. Nos quatro tópicos retomaremos a teoria, aplicando-a na análise dos trechos retirados do *corpus*. Confrontaremos os resultados obtidos com o referencial teórico verificando as conclusões a partir dos objetivos propostos e da hipótese prévia. Para ilustrar o percurso de análise, segue o quadro resumo abaixo:

Quadro 8 - Sequência e categorias de análise

Sequência da análise	Categorias de análise
1- Instâncias enunciativas – delegação de vozes	✓ Identificação do Enunciador/enunciatário, narrador/narratário, interlocutor/interlocutário.
2- Na instância do narrador, será analisado:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Categoria de pessoa (1ª ou 3ª pessoa); ✓ Actorialização (caracterização dos atores do enunciado); ✓ Escolhas linguísticas utilizadas na descrição dos atores (estratégias passionais e efeitos de sentido); ✓ Delegação de vozes pelo narrador, em discurso direto (quem ganha voz na reportagem).
3- Na instância do interlocutor será analisado:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Categoria de pessoa em que se projetam os interlocutores nos enunciados (1ª ou 3ª); ✓ Escolhas linguísticas projetadas nos enunciados dos interlocutores (estratégias passionais e efeitos de sentido).
4- Linguagens não verbais	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fotos (posição dos atores - debragem enunciativa ou enunciativa; relação entre imagem e enunciado verbal – redimensionamento, redundância, oposição e ressignificação); ✓ Letra (formato e tipo de letra empregados no título e no corpo da reportagem); ✓ Diagramação (disposição dos elementos verbais e não-verbais na página: estratégias de arrebatamento).

Fonte: A autora.

8 ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo, apresentaremos a análise dos dados. O primeiro tópico analisado será o das instâncias enunciativas – delegação de vozes, onde identificaremos enunciador/enunciatário, narrado/narratário e interlocutor/interlocutário e as relações que se estabelecem entre eles. O segundo tópico é a instância do narrador, onde analisaremos a categoria de pessoa (1ª ou 3ª), a figurativização (caracterização dos atores do enunciado), as escolhas linguísticas utilizadas na descrição dos atores (estratégias passionais e efeitos de sentido) e a delegação de voz pelo narrador, em discurso direto (quem ganha voz na reportagem).

O terceiro tópico trata da instância do interlocutor, onde são analisadas as categorias de pessoa e as escolhas linguísticas projetadas no enunciado dos interlocutores. Por fim, no quarto item analisamos as linguagens não verbais, ou seja, as fotos, a letra e a diagramação.

8.1 Instâncias enunciativas (delegação de vozes) - Enunciador/ enunciatário, narrador/ narratário e interlocutor/ interlocutário

Conforme proposto por Greimas (2013), temos três instâncias enunciativas, enunciador/enunciatário, narrador/narratário, interlocutor/interlocutário. A primeira instância, enunciador/enunciatário está pressuposta pela própria enunciação, porque não haverá enunciação se não houver um enunciador e um enunciatário. Embora digamos, por exemplo, “A Terra é redonda”, está pressuposto que há um **eu** enunciador que afirma tal fato, embora não esteja explícito. No caso de nosso *corpus*, a reportagem “As faces do mal”, o enunciador pressuposto é a própria revista, a equipe que prepara a edição (formada por diretores, jornalistas, fotógrafos, diagramadores, enfim, todos os envolvidos no processo de produção da revista). Os enunciatários serão os leitores pressupostos, para quem a revista irá enunciar (escrever).

A revista (enunciador) delega voz à segunda instância, do narrador/narratário, através de uma debreagem interna de 1º grau. O narrador será o jornalista, que habilitado pela revista ganha voz e pode narrar os fatos. No caso do nosso *corpus*, o narrador é representado pelas jornalistas Bela Megale e Isabel Marchezan. O narratário é o leitor que terá contato com os fatos narrados pelas jornalistas.

Por fim, a terceira instância, a do interlocutor/interlocutário, acontece quando o narrador dá voz em discurso direto aos interlocutores, que serão os actantes do enunciado. Esses actantes são os entrevistados, pessoas de “carne e osso” que dão veracidade aos fatos: os vizinhos, os familiares, as pessoas próximas. Ao delegar a voz aos interlocutores, opera-se uma debreagem interna de 2º grau. Segue um trecho da reportagem em que se evidenciam as duas instâncias:

Na tarde de 24 de janeiro, um menino de 11 anos entrou sozinho na sala do Centro de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente, no fórum da cidade gaúcha de Três Passos. Em voz baixa, explicou que estava lá porque sua madrasta o xingava e seu pai não lhe dava atenção. Os funcionários ouviram a história de Bernardo Uglione Boldrini e o levaram à sala da promotora da Infância e da Juventude Dinamércia Maciel de Oliveira. Sentado em seu colo, Bernardo disse que queria sair de casa: **“Ninguém me dá bola lá. Eu quero uma família que cuide de mim”**. (MEGALE, MARCHEZAN, 2014, p. 76).

No início do trecho, identificamos a voz narrador, que conta os fatos, com objetividade. Contudo, no trecho destacado, o narrador concede voz ao interlocutor. Este é, no caso, o próprio Bernardo, que teria procurado a justiça meses antes de ser assassinado. O trecho vem entre aspas, indicando a fala do garoto. O interlocutor enuncia com um discurso subjetivo, empregando um **eu**, em contraposição ao do narrador. Os interlocutórios, nesse caso, são os leitores da reportagem e o próprio narrador, uma vez que a este também se dirige a fala do actante da enunciação. É válido destacar que essa fala é um simulacro do que o menino teria dito. A debreagem interna de segundo grau sempre pressupõe um recorte da fala do interlocutor por parte do narrador. Portanto, não temos acesso ao discurso completo do menino, mas apenas a este recorte.

8.2 Instância do narrador

8.2.1 Categoria de pessoa (1ª ou 3ª pessoa)

Observem-se os seguintes trechos extraídos da reportagem:

Na semana passada, essa história triste teve um final trágico. Depois de dez dias

desaparecido, **Bernardo** foi encontrado morto, enterrado em uma cova (p. 79).

A polícia ainda não sabe os motivos do crime. **A aventada hipótese** de uma disputa pelo patrimônio que Bernardo teria herdado de Odilaine não faz sentido, já que, Boldrini teria o controle sobre o dinheiro do filho até ele completar 18 anos (p. 81).

O policial que lavrou a multa disse **a VEJA** ter visto o menino no banco de trás – acordado e com cinto de segurança (p. 82).

Esses trechos, extraídos de diferentes partes da reportagem, demonstram que o narrador utiliza a terceira pessoa, o que é uma característica do texto jornalístico, o distanciamento e a imparcialidade. O uso da terceira pessoa pelo narrador estabelece um contraponto com as pessoas entrevistadas, que enunciam em primeira pessoa. Isso acontece porque o narrador não instaura um **eu** no enunciado, mas, sim usa termos como “Bernardo”, “a polícia”, e, inclusive, usa a 3º pessoa para referir-se à revista da qual faz parte: “a VEJA”. Com a instauração de um **ele**, há um distanciamento entre o narrador e o objeto da narração, o que projeta efeito de objetividade, conforme Fiorin (1996).

Assim, o narrador, no caso o jornalista, isenta-se de responsabilidade sobre os fatos, uma vez que apenas o narra. Note-se que, quando o policial conta à VEJA a respeito da multa, na verdade, ele fala com um dos jornalistas, mas este identifica-se como “A VEJA” eximindo sua pessoa do compromisso de qualquer declaração. É como se não fosse o jornalista que narrasse os fatos, mas sim a VEJA, que é uma instituição reconhecida, que tem uma voz própria e uma voz que tem valor na sociedade. O uso desse termo não é inocente, mas carregado de sentido, uma vez que demonstra o poder da entidade, como já proposto por Hernandez (2004, 2006). O jornalista não pode dizer nada, mas a VEJA pode. O mesmo é percebido no trecho que segue “A aventada hipótese...” em que o enunciado dá a entender que quem levantou a hipótese da disputa pelo dinheiro foi a polícia, não o narrador.

O uso da terceira pessoa é uma estratégia muito comum no jornalismo (HERNANDES, 2004, 2006). O objetivo é manter a imparcialidade, embora saibamos, com Bakhtin (2014), que todos os enunciados são parciais e/porque subjetivos. Contudo, o narrador, que em geral não pode dizer tudo o que deseja, dá voz aos interlocutores, que podem dizer com subjetividade aquilo que sentem, pensam. Dessa forma, a revista se isenta de responsabilidade sobre o que é dito, mas delega aos interlocutores essa tarefa, embora a fala

destes sejam apenas recortes. O trabalho do narrador é manipulativo, porque ele recorta o que deseja para montar a reportagem e, assim, inúmeros efeitos de sentido são possíveis.

O narrador realiza uma debreagem enunciativa, porque ele expulsa do enunciado as projeções do EU- AQUI- AGORA, e as mascara. Na realidade sabemos que há um EU que fala, no caso o jornalista, mas ele não se manifesta como EU, mas realiza uma debreagem actancial enunciativa, e se manifesta como “a equipe VEJA”, ou seja, em terceira pessoa, mantendo a objetividade e a impessoalidade. No caso do trecho “**O policial** que lavrou a multa disse **a VEJA** ter visto o menino no banco de trás – acordado e com cinto de segurança”, poderia ter sido dito “o policial disse a mim/à nossa equipe ter visto [...]”. Essa escolha “a VEJA” tem muito mais poder do que dizer “a mim”, afinal não conhecemos o jornalista, não é famoso, mas a revista sim, tem seu poder perante a sociedade. Dizendo “a VEJA”, o narrador realizou uma embreagem enunciativa actancial (GREIMAS, 2013), porque subverteu uma pessoa enunciativa em uma enunciativa.

8.2.2 Actorialização dos sujeitos do dizer

Outro recurso que o narrador utilizará é actorialização. Ele instaura atores no enunciado (BARROS, 2005) e, para que sejam reconhecidos pelo leitor como reais, individualiza-os, colocando suas características, como idade, profissão, local onde mora. Isso gera o efeito de sentido de realidade. Seguem os trechos:

[...] um menino de **onze anos**, entrou sozinho na sala do Centro de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente [...] (p. 76).

A história de Bernardo, **um garoto magricela, de cabelos castanhos**, era conhecida de boa parte dos pouco mais de 20.000 moradores **de Três Passos, a 500 quilômetros de Porto Alegre** (p. 79).

[...] Leandro Boldrini, **um cirurgião respeitado na região**, já era visto com Graciele, **uma enfermeira bonita e loira** que ele havia contratado como **secretária em sua clínica** (p. 79).

O **ginecologista Ivo Weis, colega e ex-vizinho** de Boldrini, afirma que Graciele tentava jogar o marido contra o filho. (p. 79).

Jussara Uglione, 73 anos, avó materna de Bernardo, tentava manter contato com o

neto desde a morte da filha, em 2010 (p. 82).

Conforme podemos observar todos os trechos destacados tratam da actorialização porque descrevem Bernardo como um menino de onze anos, magricela, o que dá credibilidade de que a reportagem realmente sabe o que está falando e que foi até o local para apurar os fatos. No mesmo sentido, através do mecanismo de ancoragem, situa o local dos fatos em Três Passos (que é uma cidade pequena e não muito conhecida no Brasil) e o delimita em relação à Porto Alegre, a capital. Além disso, caracterizam o pai como sendo um cirurgião respeitado e a madrasta como uma enfermeira bonita e loira, o que destaca a barbárie do assassinato, que, neste caso, não parece provável vindo de pessoas aparentemente tão boas e bem sucedidas. A descrição da avó e do ginecologista, com idade, profissão, também projeta efeitos de sentido de realidade e, ainda, confere o caráter de verdade ao enunciado, uma vez que está repassando informações recolhidas junto às pessoas mais próximas, pessoas reais que conviveram com o menino. Além disso, o fato de um dos atores citados ser médico e outro a avó, acentua tais efeitos, porque um médico é alguém respeitado em nossa sociedade, e a avó também, especialmente, por ser um familiar próximo ao menino.

Enfim, esses exemplos ilustram como a revista se vale desses recursos para instituir a “verdade” que deseja veicular, atestando que seus entrevistados são reais, estiveram próximos ao menino e sabem o que de fato aconteceu.

Contudo, para além dos pressupostos teóricos, há que se destacar que certas escolhas linguísticas, como “bonita e loira”, “secretária” são dispensáveis à actorialização, porém não à produção de determinados efeitos sensíveis. Essa especificação com adjetivos provoca a interação afetiva ou passional proposta por Barros (2012). Para a divulgação da notícia ao leitor, pouco importa se a madrasta era bonita ou feia, loira ou morena, secretária do médico ou não, isso não agrega informações racionais novas. No entanto, para o leitor pode significar muito, uma vez que isso contribui para evocar memórias e induzir às narrativas clássicas de secretárias bonitas e loiras que se envolvem com os chefes. Ou seja, a revista (re)cria um arquétipo de narrativa ao contar a história, o que também pode ser concebida como uma alternativa de persuasão e fidelização do leitor.

8.2.3 Escolhas linguísticas utilizadas na descrição dos atores e dos fatos

Conforme Carmo Júnior (2011), não é tão importante o que é dito, mas como é dito. Com base em Gomes (2007), explicamos que as palavras são empregadas de forma a arrebatá-lo pelo lado inteligível, ou pelo sensível. Portanto, nenhuma escolha linguística do narrador é gratuita. As descrições, especificações, uso de adjetivos, pessoas, lugares e tempos, sempre têm por objetivo convencer o leitor que lê a revista de que ele está bem informado, demonstrando assim que esta revista, este produto é o melhor, corroborando com a ideia e Hernandes (2006) de que lemos e compramos aquilo que nos desperta interesse. Abaixo alguns exemplos retirados da reportagem:

1- [...] um menino de onze anos entrou **sozinho** na sala do Centro de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente [...]. **Em voz baixa**, explicou que estava lá porque sua madrasta o xingava e o pai não lhe dava atenção [...]. **Sentado em seu colo** (da promotora), Bernardo disse que queria sair de casa [...] (p. 76).

2- Na quinta-feira, a delegada Caroline Machado disse ao site de VEJA **não ter dúvidas sobre a autoria do crime** [...] (p. 79).

3- A história de Bernardo, **um garoto magricela, de cabelos castanhos** era conhecida de boa parte dos pouco mais de **20.000 moradores de Três Passos, a 500 quilômetros de Porto Alegre** (p. 79).

4- Sua mãe morreu em 2010, em caso de **aparente suicídio**. **Menos de um mês** depois, o pai, Leandro Boldrini, um cirurgião respeitado na região, já era visto com Graciele, uma **enfermeira bonita e loira** que ele havia contratado como **secretária** em sua clínica [...] (p. 79).

5- Se, para a enfermeira a união com Boldrini foi a **realização de um sonho**, para Bernardo foi **o início de um calvário** testemunhado por muita gente em Três Passos (p. 79).

6- Como não havia sinais de que a criança sofresse violência física, o juiz Fernando Vieira dos Santos concedeu noventa dias para que Boldrini cumprisse a promessa de melhorar sua relação com o filho. Bernardo **foi morto trinta dias antes de o prazo expirar** (p. 79).

7- A **indiferença paterna** não foi suficiente para **matar o amor filial**. Por anos, Bernardo manteve-se **calado, sem se queixar**. No ano passado, chegou a declarar em um jornal da cidade, numa seção de perfis infantis chamada espaço criança que **queria ser médico e que Boldrini era seu “herói”** (p. 81).

Em 1, temos três escolhas linguísticas que merecem destaque: os adjetivos “sozinho”, em “voz baixa”, que qualificam a forma como o menino chegou ao ministério e como falou. Também a expressão “sentado em seu colo” – considerando que um menino de onze anos já não é tão pequeno a ponto de sentar-se no colo da promotora – deve ser destacada. Todas essas escolhas convergem para a construção da ideia de um menino frágil, amedrontado e abandonado, gerando ainda mais comoção no público. Ao destacar a fragilidade do menino e sua inocência de criança, torna-se o crime ainda mais bárbaro, independente de quem o tenha cometido. Ainda mais grave, se tiver realmente sido cometido pelo pai e pela madrasta que deveriam estar zelando por este menino.

Em 2, a delegada teria afirmado “não ter dúvidas sobre a autoria do crime”, que, no caso da reportagem, é atribuída ao pai e à madrasta do menino (como detalharemos mais adiante em nossa análise). Então, o leitor de *Veja* não precisa assistir ao restante do desenrolar dos fatos, muito menos aguardar o julgamento, porque *Veja*, através da delegada, já pode anunciar os culpados, conforme proposto por Hernandez (2004, 2006). O uso da expressão “não ter dúvidas” é muito taxativo, porque não deixa outra explicação possível, apenas a veiculada por *Veja*. Se a delegada, que é responsável por investigar o caso, diz à *Veja* não ter dúvidas a respeito da autoria do crime, não há motivos para o leitor ter.

Em 3, temos uma complementação de 1, onde o ator Bernardo é descrito novamente como um menino magricela, de cabelos castanhos. Também se explica que Três Passos é uma cidade pequena, situada a 500 quilômetros de Porto Alegre, caracterizando uma cidade interiorana, pequena, que não condiz com um assassinato como o de Bernardo. O escândalo ganha maiores proporções porque, nesse cenário, todas as pessoas se conhecem e conhecem a família envolvida no caso.

Em 4, os termos “aparente suicídio” da mãe de Bernardo, permitem saber que há dúvida quanto ao suicídio, e que ela poderia ter sido assassinada por Leandro. Além disso, descreve Graciele como sendo enfermeira, bonita e loira, secretária de Leandro. Esses adjetivos são desnecessários, como já vimos, mas são empregados aqui a fim de comover o leitor. Na literatura, é clássico o envolvimento de homens de poder, como Leandro, com suas secretárias. As estratégias usadas nesses enunciados insinuam exatamente essa possibilidade.

Em 5, o enunciado diz que, para Graciele, casar com um médico era a “realização de um sonho” e para Bernardo o “início de um calvário”. A realização de um sonho corrobora a ideia de 4, em que a secretária queria deixar de ser secretária e passar a ser mulher de seu

chefe. O contraponto se estabelece quando Bernardo, que então teria perdido a mãe (a revista sugere que foi morta por Leandro) recebe a madrasta que não cuida dele. Esses fatos nos remetem aos clássicos da literatura, como Cinderela. A revista dá a entender um plano muito bem articulado por Graciele e Leandro. Assim, da forma como a reportagem é construída, é possível identificar nela uma narratividade semelhante a das histórias de contos de fadas.

No trecho 6, explica-se que Bernardo e o pai teriam que retornar ao fórum para conversar novamente com a promotora, a fim de verificar como estava a relação dos dois (a promotora havia dado um prazo para que os dois se reconcilhassem antes de passar a guarda para a avó materna), mas Bernardo foi morto trinta dias antes de o prazo expirar. A revista incute a ideia de que o pai livrou-se do garoto trinta dias antes de ter que retornar à promotora, onde a criança provavelmente diria que estava sofrendo e que nada havia mudado. Um caminho mais fácil foi assassinar Bernardo e fingir que ele havia sumido.

Por fim, o trecho 7 estabelece um contraponto entre a “indiferença paterna” e o “amor filial”, onde Leandro aparece como sendo o mal feitor que abandona seu filho e Bernardo o bom filho, que mesmo maltratado pelo pai, permanece calado e ainda considera este o seu herói.

Como pudemos perceber, nenhuma dessas escolhas linguísticas foi gratuita e ao longo da reportagem todas elas veiculam a ideia de que Graciele e Leandro planejaram a morte de Odilaine e do menino. A mãe e o menino são vistos como vítimas inocentes, e Bernardo como uma criança extremamente frágil. As estratégias passionais, nestes trechos, relacionam-se a fragilidade com que o menino é descrito, a fim de sensibilizar o leitor, a respeito do caso.

8.2.4 Delegação de vozes pelo narrador

A partir dos estudos de Barros (2005), sabemos que o narrador precisa se manter afastado dos fatos que veicula, para que mantenha a objetividade na reportagem e o caráter de jornalismo sério. Contudo, a partir de Bakhtin (2014) sabemos que os enunciados não são neutros, mas sim subjetivos. Fiorin (1996) explica que o narrador emprega uma linguagem distante para manter o efeito de objetividade e se ausentar do enunciado, como se os fatos se narrassem por si mesmos. Dessa forma, produz um discurso em terceira pessoa, no tempo do “então” (FIORIN, 1996). Assim, podemos ver pelos trechos anteriormente analisados, que,

em nenhum momento, o narrador instaura um “eu”, mas sim, “a *Veja*”, o uso da terceira pessoa.

Fiorin (1996) também explica que há muitas coisas que o narrador não pode dizer, para manter a objetividade; contudo, ele pode parafrasear os interlocutores através do discurso indireto, ou dar voz diretamente aos actantes do enunciado que são livres para expressarem o que desejarem. Portanto, uma reportagem não é apenas a voz do narrador, mas, sim, um recorte que o narrador faz da realidade, usando o seu texto e o texto das muitas pessoas que entrevistou. Esse “dar voz” às pessoas gera muitos efeitos de sentido, porque, afinal, o narrador dá voz apenas para quem ele quer, e o quanto ele quer. Ao montar a reportagem, o jornalista certamente terá entrevistado vários envolvidos, mas provavelmente colocará apenas duas ou três frases de cada um. Ou seja, colocará apenas um recorte do que o entrevistado disse. E este recorte é exatamente o trecho que o narrador deseja para o seu texto. Assim, o jornalista “costura” o seu texto, dizendo o que pode e usando os actantes, para, através do discurso direto ou indireto, dizer o que muitas vezes não pode, mas deseja.

Observemos os trechos onde aparecem discurso indiretos:

- 1- Em voz baixa, explicou que estava lá porque sua madrasta o xingava e seu pai não lhe dava atenção (p. 76).
- 2- Na quinta-feira, a delegada Caroline Machado disse ao site de VEJA não ter dúvidas sobre a autoria do crime: “Bernardo foi morto pela madrasta com a ajuda de uma amiga. E seu pai participou do crime” (p. 79).
- 3- Contam vizinhos e colegas de escola que Bernardo nunca tinha dinheiro para comprar lanche, só usava sapatos velhos, não tinha casacos para o rigoroso inverno gaúcho e passava dias com o mesmo uniforme surrado [...] (p. 79).
- 4- O ginecologista Ivo Weis, colega e ex-vizinho de Boldrini, afirma que Graciele tentava jogar o marido contra o filho (p. 79).

Nos trechos de 1 a 4, temos discursos indiretos, sendo que alguns deles são depois seguidos por complementações em discurso direto. Em 1 é Bernardo é parafraseado pelo narrador, que reconstrói a ideia do que ele teria dito, uma vez que não está mais vivo. Observe-se que não temos acesso ao que de fato ele disse, mas as lembranças da promotora. Em 2, o discurso da delegada é parafraseado e, em seguida, recebe voz pelo discurso direto.

Este é um dos trechos mais importantes da reportagem, porque é nele que a revista é taxativa, porque traz a delegada, a autoridade no caso a afirmar suas convicções a partir da investigação: o pai, a madrasta e sua amiga são os culpados.

Em 3, o narrador não pode falar a respeito da vida do menino por que não conviveu com a criança. Ele toma conhecimento dos fatos da vida do menino através do depoimento das pessoas que conviveram com a criança. São essas pessoas (pelo efeito de ancoragem) que contam que o menino era mal cuidado pelo pai e pela madrasta, andava sem dinheiro, sem roupas adequadas. O mesmo acontece em 4, porque o narrador explica, novamente pela ancoragem, que foi o ginecologista e amigo da família, informando inclusive o nome e o sobrenome, que informou à redação que Graciele colocava o menino contra o pai.

Enfim, indiretamente são parafraseados Bernardo, a delegada, os vizinhos e colegas e o médico amigo do pai. Ressalta-se que o discurso indireto não arrebatava o leitor com tamanha intensidade quanto o discurso direto, contudo ele autoriza o narrador a escrever sobre os fatos. Ele dá autoridade ao que está sendo veiculado pela revista. Contribuem para isso a ancoragem no espaço em que se deram os fatos - de Três Passos - e a actorialização, pela especificação das pessoas, idade, nome, grau de ligação com o menino.

Já o discurso direto possui um poder de arrebatamento muito maior do que o discurso indireto. Em termos de efeitos de sentido, o discurso direto cria a ilusão de verdade, já que aparentemente o que está sendo dito são palavras pronunciadas efetivamente pelo entrevistado. Sabemos, porém, que não é exatamente isso o que ocorre, já que a fala reproduzida em discurso direto é um recorte feito pelo narrador. Mesmo assim, o poder de arrebatamento do leitor é maior, porque o interlocutor pode instaurar um **eu**, um **aqui** e um **agora**, ou seja, confere essa realidade aos fatos. E mesmo que ele instaure um **ele**, continua havendo o efeito de realidade porque o leitor sabe que quem fala é a pessoa entrevistada, que esteve presente, que vivenciou os fatos. Afinal, ele está no local ou vivenciou os fatos para poder falar. Da mesma forma, usa em sua linguagem, substantivos, adjetivos que descrevam os seus sentimentos e que serão compreendidos pelos leitores. Esses leitores serão tocados pelos sentimentos descritos pelos interlocutores. É por esses motivos que é tão contundente utilizar discurso direto em uma reportagem. Por exemplo:

1- “Ninguém me dá bola lá. Eu quero uma família que cuide de mim”. **Bernardo Uglione Boldrini**, (p. 76).

2- “Foi a primeira vez em quinze anos de Ministério Público que uma criança veio nos procurar”, diz **a promotora (Dinamércia Maciel de Oliveira**, p. 76-79).

3- Na quinta-feira, **a delegada Caroline Machado** disse ao site de VEJA não ter dúvidas sobre a autoria do crime: “Bernardo foi morto pela madrasta com a ajuda de uma amiga. E seu pai participou do crime” (p. 79).

4- “Graciele sempre quis se casar com um médico”, diz **a amiga Sandra Cavalheiro** (p. 79).

5- Apesar de pertencer a uma família de classe alta, morar em uma casa com piscina e vaga para quatro carros, o menino vivia “como um miserável”, conta **a ex-vizinha Carmina Lúcia Negrini**. “Num dia de muito frio, ele estava trancado do lado de fora só com chinelo de dedo. Uma dentista ficou com pena e o levou para casa. Era sempre assim” (p. 79).

6- “A Juçara até cortava as unhas dele”, contou **Fátima Uglione, prima de Bernardo** (p. 79).

7- **O ginecologista Ivo Weis, colega e ex-vizinho de Boldrini**, afirma que Graciele tentava jogar o marido contra o filho. “Segundo uma babá, ela inventava coisas que o Bernardo teria feito para que o pai o castigasse quando chegasse em casa”, diz (p. 79).

8- No dia em que ele desapareceu, no entanto, Graciele deixou que ele a abraçasse (a irmã mais nova). “Ela nem exigiu que ele lavasse as mãos. Achamos tão estranho que até comentamos, eu e a babá do nenê”, conta **a empregada Margarete Machado** (p. 79).

No exemplo 1, quem recebe voz em discurso direto é o próprio Bernardo. Sabendo que ele estava morto quando a reportagem foi feita, não poderia ter falado, contudo dar voz ao morto é um recurso para sensibilizar as pessoas do que ele teria dito quando vivo. E o pedido do menino era exatamente ter uma família que cuidasse dele. Esse trecho busca sensibilizar pais e mães que se colocam no lugar do pai e da madrasta e do próprio menino sentindo o abandono. Possui um alto poder de arrebatamento recordar as falas do menino.

Em 2, recebe voz a promotora, que explica ser a primeira vez que uma criança procura o ministério. Essa fala enfatiza a gravidade do abandono, a ponto de o menino encorajar-se a buscar ajuda na justiça.

Em 3 temos, a sentença taxativa da delegada, que afirma que os pais e uma amiga mataram o menino. Em 4 surge uma amiga que fala do sonho de Graciele de se casar com um médico, demonstrando o interesse de prestígio social e/ou financeiro desta. No trecho 5, o narrador não estava presente na comunidade, portanto não pode dizer que Bernardo vivia abandonado e como um miserável, mesmo seu pai sendo tão rico, mas pode dar voz às pessoas que conviveram com ele, e viram os fatos, no caso, a ex-vizinha, que observava tudo e tem, de certa forma, autoridade para tal afirmação. A entrevistada cita inclusive, com riqueza de detalhes, um dia específico em que o menino teria ficado para fora de casa. E ressalta que era sempre assim, ou seja, que os maus tratos já faziam parte da rotina.

Em 6 a prima ganha voz, explicando que até mesmo as coisas mais simples, como cortar as unhas, eram feitas por outras pessoas, que não os pais. Em 7 um médico, e ex-vizinho de Boldrini fala das intrigas de Graciele com o menino. No trecho 8, a empregada ganha voz e explica que Graciele agiu estranhamente ao autorizar que o menino abraçasse a irmã, sem nem mesmo ter de lavar as mãos.

Após analisadas as falas apresentadas, verificamos que estas produzem efeitos de verdade, de credibilidade. A fala do menino e da vizinha, por exemplo, criam efeitos passionais, de pena, de sensibilização do leitor para com o sofrimento do menino, ao mesmo tempo em que vão denegrindo a imagem do pai e da madrasta.

Temos ainda uma entrevista com a avó de Bernardo, que analisaremos abaixo:

Entrevista com a avó (p. 82)

Ele estava “magrinho” e calado, diz avó

Jussara Uglione, 73 anos, avó materna de Bernardo, tentava manter contato com o neto desde a morte da filha, em 2010. Em janeiro, encontrou-o pela primeira vez em quatro anos.

A senhora tinha uma boa relação com Leandro? Nunca gostei dele. Nem fui ao casamento dele com a Odilaine porque não fazia gosto.

Por que ele e sua filha se separaram? Leandro andou pulando a cerca, sempre foi “chineiro” (*mulherengo*). Essa mulher (*Graciele*) era uma das que mais andavam com ele quando ainda era casado com minha filha. Ela trabalhava num posto de saúde desses de interior e depois foi ser secretária.

A senhora acredita que Odilaine se suicidou? Não. Ela era miudinha, não tinha condições de espichar o braço com um 38 na mão e atirar nela mesma. Sempre desconfiei dele.

Qual foi a última vez que viu seu neto? Em janeiro ele veio a Santa Maria. Fomos ao supermercado, levei-o para patinar no gelo. Mas, quando o vi, nem parecia o mesmo Bernardo que eu conhecia, de tão magrinho.

Há quanto tempo não o via? Quatro anos. O Leandro não deixava eu visitá-los. Desde que minha filha morreu, quis romper conosco, disse que estava numa outra etapa da vida. Eu ligava, fui várias vezes a Três Passos, mas ele não me atendia e não me recebia.

Bernardo se queixava do pai ou da madrasta? Via que ele não podia falar muito. Ficava mais calado. Eu perguntava: “Como está a vida por lá?” Ele só dizia: “Muito diferente”. Ou então: “A Keli (*apelido da madrasta*) brigou comigo”.

Leandro era um dos médicos mais conceituados da cidade, tinha um bom padrão de vida. O Bernardo desfrutava isso? Os amigos contam que ele andava mal-arrumado, pedia comida. Desde que a mãe morreu, meu neto não ganhou uma roupa nova.

A entrevista com a avó ganha o espaço de quase uma página inteira na reportagem. Com certeza esse fato não é gratuito, mas carregado de intencionalidades. A começar pelo fato de que a reportagem insinua que Odilaine não tenha se matado, mas sim sido assassinada, comprovadas pelos trechos “O túmulo da mãe de Bernardo, que **teria** se matado (p. 79)” e “A senhora **acredita que Odilaine se suicidou? Não**. Ela era miudinha, não tinha condições de espichar o braço com um 38 na mão e atirar nela mesma. Sempre desconfiei dele” (p. 82).

O título já traz a afirmação dada pela avó, de que o menino estava “magrinho” o que contribui para a ideia que o restante da reportagem traz, de Bernardo como um menino frágil, conforme já mencionamos. No *lead* temos efeitos de realidade em que a avó recebe nome completo, idade e explica-se que há quatro anos ela já estava distante do neto, porque o pai não deixava que ela visse o menino. Na primeira pergunta ela já responde que **nunca** gostou de Leandro. Que não fazia gosto do casamento. Em seguida, fala que Leandro era mulherengo e que andava com Graciele quando ainda era casado com a filha dela. Isso orienta o leitor para a interpretação de que o aparente suicídio possa ter sido um assassinato passional. Além disso, a mãe de Odilaine explica que não acredita na versão de suicídio e que sempre desconfiou de Leandro. Por fim, fala que foi isolada do neto, que Boldrini não a deixava vê-lo e que ele não era mais o mesmo menino, estava magro, triste, e dizia que a madrasta sempre brigava com ele.

Em discurso direto ganham voz, portanto, Bernardo, a promotora, a delegada, uma amiga de Graciele, a ex-vizinha, uma prima do garoto, um médico ex-vizinho do pai, a empregada e, em maior escala, a avó materna. Podemos observar que o narrador certificou-se de colher entrevista de públicos variados, dos mais próximos aos mais distantes do menino, dos mais leigos aos mais especializados, de diferentes classes sociais. Todos são unânimes em direta ou indiretamente colocar a culpa no pai e na madrasta. Para confirmar ainda mais o discurso do narrador, que incrimina o pai e a madrasta, recebe voz a ex-sogra, que abertamente fala das falhas do pai de Bernardo, das traições, do abandono, das ausências, explicando que sua filha não pode ter cometido suicídio por ser pequena demais para se dar um tiro.

Um ponto a ser ressaltado é que em nenhum momento, seja em discurso direto ou indireto, o pai e a madrasta recebem voz. Eles não têm direito a falar ou a se defender. Portanto, na reportagem só temos um lado dos atores representado. Nesse sentido, é possível que essas vozes tenham sido silenciadas para que o discurso da revista sobre o caso não expressasse qualquer nuance que fosse contrária à comoção popular.

8.3 Instância do interlocutor

8.3.1 Categoria de pessoa em que se projetam os interlocutores no enunciado (1ª ou 3ª)

Fiorin (2008) explica que diferentes efeitos de sentido são obtidos a partir do uso de 1ª ou 3ª pessoa na enunciação. Como vimos, o uso de terceira pessoa produz efeito de distanciamento e objetividade em relação aos fatos. Já o uso de 1ª pessoa produz o efeito de subjetividade e aproximação em relação aos fatos, porque a pessoa instaura um **eu** que diz alguma coisa sob o seu ponto de vista, denotando, também, no enunciado, os sentimentos passionais que a pessoa está vivendo no momento. O **eu** é enunciativo, porque troca de lugar com o **tu** na enunciação (GREIMAS, 2013). É quem toma a palavra e se dirige a um **tu**. Crestani (2010) explica que o discurso direto mostra uma enunciação dentro de outra, ou seja, o discurso do interlocutor englobado pelo do narrador, que é quem constrói a reportagem a partir de vários recortes de entrevistas e do seu próprio texto.

Nos trechos que seguem, ocorrem debreagens internas de 2º grau, ou seja, o narrador delega voz aos interlocutores. Os interlocutores que recebem voz pelo narrador são os

seguintes: Bernardo (o que ele teria dito quando vivo), a promotora Dinamácia Maciel de Oliveira, a delegada Caroline Machado, a amiga Sandra Cavalheiro, a prima de Bernardo Fátima Uglione a ex-vizinha Carmina Lúcia Negrini, o ginecologista Ivo Weis, colega e ex-vizinho de Boldrini, a empregada Margarete Machado e a avó Jussara Uglione. Neste momento nos deteremos apenas em analisar as projeções de pessoa dos interlocutores, deixando as escolhas linguísticas dos interlocutores e os efeitos de sentido que projetam para o momento seguinte.

- Interlocutor Bernardo

“Ninguém **me** dá bola lá. **Eu** quero uma família que cuide de mim”. Bernardo Uglione Boldrini, p. 76.

Nesse trecho, o narrador dá voz ao interlocutor Bernardo. Este se enuncia por meio de debreagem actancial enunciativa, porque se manifesta em primeira pessoa, instaurando-se como **eu** no enunciado. Chama, dessa forma, a atenção para si mesmo, para a carência e o descaso que vivia. Esse trecho gera a comoção passional do leitor, conforme Barros (2012) não há quem passe inerte por esse tipo de escolha linguística. Some-se a isso a caracterização do menino dada pelo narrador no início da reportagem, como sendo magricela, de onze anos, que falava em voz baixa. Essa descrição do menino como um personagem frágil, em conjunto com a fala acima, acionam a afetividade do leitor que o reconhece, pelo discurso, como sendo um menino carente, que não obtinha cuidados e atenção.

- Interlocutora Dinamácia Maciel de Oliveira (promotora)

“Foi a primeira vez em quinze anos de Ministério Público que uma criança veio **nos procurar**”, diz a promotora (Dinamácia Maciel de Oliveira, p. 76-79).

A promotora emprega a expressão “**nos procurar**”, enunciando-se, portanto, por meio da primeira pessoa do plural. Através dessa estratégia, ela se projeta como membro representante do Ministério Público, fala em seu nome e do órgão que representa. Assim,

através de uma embreagem actancial enunciativa em “**nós**”, convoca todos os representantes do órgão como avalistas do seu dizer.

- Interlocutora Caroline Machado (delegada)

Na quinta-feira, a delegada Caroline Machado **disse ao site de VEJA não ter dúvidas** sobre a autoria do crime: “**Bernardo foi morto** pela madrasta com a ajuda de uma amiga. E seu pai participou do crime” (p. 79).

No trecho da delegada, o narrador começa em discurso indireto e logo após da voz a Caroline em discurso direto. No trecho em discurso direto temos uma debreagem actancial enunciativa, porque ela poderia ter dito “Eu afirmo que Bernardo foi morto pela madrasta com a ajuda de uma amiga. E seu pai participou do crime”, mas ela apaga o **eu** e projeta no enunciado apenas o **ele** (Bernardo), a terceira pessoa, instaurando debreagem enunciativa. Entretanto, se bem observarmos, o discurso indireto diz que “a delegada Caroline Machado disse ao site de VEJA não ter dúvidas sobre a autoria do crime”. A forma como o narrador dispõe o texto faz com que o leitor perceba essa certeza que vem da delegada, que não necessariamente precisa usar primeira pessoa, mas que assume com convicção assassinato, pelo discurso veiculado, a partir de suas investigações.

- Interlocutora Sandra Cavalheiro (amiga de Graciele)

“**Graciele** sempre quis se casar com um médico”, diz a amiga Sandra Cavalheiro (p. 79).

A amiga enuncia em terceira pessoa (debreagem actancial enunciativa), explicando que Graciele (a madrasta do menino) sempre quis casar com um médico, que era um sonho dela. Contudo, quem poderia confirmar esse fato era a própria Graciele, que não foi ouvida pela reportagem. Da forma como o enunciado da amiga de Graciele foi reproduzido, este incita o leitor a pensar que a madrasta do menino não mediria esforços para realizar seu sonho e que Bernardo poderia estar sendo um obstáculo à felicidade do casal. Assim, o texto remete às narrativas dos contos de fadas clássicos. Lembra, ao mesmo tempo, o conto da Cinderela, a

menina pobre que deseja casar-se com o príncipe, e o da Branca de Neve, cuja madrasta, invejosa da criança, manda matá-la. Esse depoimento, na realidade, não é relevante para a reportagem no sentido informativo, mas sim no sentido persuasivo, sensível, que faz com que o leitor crie simulacros acerca da história do menino e da madrasta de quem se fala.

- Interlocutor Fátima Uglyne (prima de Bernardo)

Apesar de pertencer a uma família de classe alta, morar em uma casa com piscina e vaga para quatro carros, o menino vivia **“como um miserável”**, conta a ex-vizinha Carmina Lúcia Negrini. “Num dia de muito frio, **ele** estava trancado do lado de fora só com chinelo de dedo. Uma dentista ficou com pena e o levou para casa. Era sempre assim”. (p. 79)

“A Juçara até cortava as unhas dele”, contou **Fátima Uglyne, prima de Bernardo** (p. 79).

No início desse trecho, o narrador começa a contar os fatos e traz um trecho do depoimento da vizinha em discurso direto para afirmar que Bernardo, apesar de ser um menino de classe média alta, vivia “como um miserável”. A seguir, delega voz à vizinha que enuncia em terceira pessoa (debreagem actancial enunciva) e narra como Bernardo era esquecido fora de casa. O mesmo processo de debreagem actancial enunciva acontece no depoimento da prima.

- Ivo Weis (médico amigo e ex-vizinho de Leandro)

O ginecologista Ivo Weis, colega e ex-vizinho de Boldrini, afirma que Graciele tentava jogar o marido contra o filho. **“Segundo uma babá, ela** inventava coisas que o Bernardo teria feito para que o pai o castigasse quando chegasse em casa”, diz (p. 79).

O ginecologista não fala por si mesmo, mas atribui o que diz ao que ouviu de uma babá. Emprega a terceira pessoa ao falar de Graciele. Realiza uma debreagem actancial enunciva.

- Interlocutor Margarete Machado (empregada da família)

No dia em que **ele** desapareceu, no entanto, **Graciele** deixou que ele a abraçasse. **“Ela** nem exigiu que **ele** lavasse as mãos. **Achamos** tão estranho que até **comentamos, eu e a babá do**

nenê”, conta a empregada Margarete Machado (p. 79).

A empregada instaura um **ela** e um **ele**, ou seja, debreagens actanciais enuncivas. Em seguida, projeta-se em **nós**, ou seja, debreagem actancial enunciativa, porque ela se mostra no enunciado. Esse trecho aponta o fato de que o menino nunca podia brincar com a irmãzinha e para abraçá-la ou tocá-la precisava lavar suas mãos antes. Esse distanciamento e essas exigências eram impostos pela madrasta.

- Interlocutor Jussara Uglione (avó materna de Bernardo)

Trechos da entrevista com a avó

Nunca **gostei** dele. Nem **fui** ao casamento dele com a Odilaine porque não fazia gosto.

Leandro andou pulando a cerca, sempre foi “chineiro” (*mulherengo*). **Essa mulher** (*Graciele*) era uma das que mais andavam com ele quando ainda era casado com **minha filha**. **Ela** trabalhava num posto de saúde desses de interior e depois foi ser secretária.

Não. **Ela** era miudinha, não tinha condições de espichar o braço com um 38 na mão e atirar nela mesma. Sempre **desconfiei** dele.

Em janeiro **ele** veio a Santa Maria. **Fomos** ao supermercado, **levei-o** para patinar no gelo. Mas, quando **o vi**, nem parecia o mesmo Bernardo que **eu** conhecia, de tão magrinho.

Quatro anos. **O Leandro** não deixava **eu** visitá-los. Desde que **minha filha morreu**, quis romper conosco, disse que estava numa outra etapa da vida. **Eu ligava**, **fui** várias vezes a Três Passos, mas **ele** não me atendia e não me recebia.

Via que ele não podia falar muito. **Ficava** mais calado. **Eu** perguntava: “Como está a vida por lá?” Ele só dizia: “Muito diferente”. Ou então: “A Keli (*apelido da madrasta*) brigou comigo”.

Conforme é possível perceber, a avó realiza debreagens actanciais enunciativas, instaurando-se como **eu** no enunciado. Em relação a Leandro, Graciele, Bernardo e Odilaine usa a terceira pessoa, **ele**, **ela**, ou o nome deles.

Os trechos também apontam opiniões pessoais de Jussara em relação ao pai de Bernardo, à madrasta e à Odilaine. A avó explica que foi proibida pelo pai de ver o menino,

que Leandro era um homem mulherengo, usa a expressão “chineiro”. Aborda as traições do ex-genro e o tratamento da madrasta em relação ao menino. Ou seja, em uma linguagem simples e bem próxima do interlocutor, repassa um ponto de vista muito particular sobre os envolvidos no caso e, para isso, emprega adjetivos e emite juízos de valor. Esses elementos também contribuem na sensibilização do leitor.

Portanto, no discurso dos interlocutores, mesclam-se *debreagens actanciais enunciativas* e *enuncivas*. Mas é possível perceber que as *debreagens actanciais enuncivas* (que projetam efeitos de distanciamento do interlocutor em relação aos fatos) predominam nos enunciados dos interlocutores não envolvidos no caso. Por outro lado, no enunciado dos sujeitos mais envolvidos (como a delegada, o menino, a empregada, a avó) as *debreagens enunciativas* predominaram e os interlocutores se projetaram no enunciado em 1ª pessoa. Isso também é um indício de subjetividade de quem está emocionalmente envolvido no caso.

Assim, vemos que o narrador dá voz às pessoas cujo depoimento pode contribuir para a comoção, para a afirmação da inocência e ingenuidade do menino e para incriminar o pai e a madrasta.

8.3.2 Escolhas linguísticas projetadas nos enunciados dos interlocutores (estratégias passionais e efeitos de sentido).

Retomamos a ideia de que as escolhas linguísticas feitas pelos falantes não são escolhas gratuitas, uma vez que produzem efeitos de sentido nos enunciados. O uso do discurso direto abre margem para que os interlocutores falem o que o narrador, em geral, não pode dizer. Conforme Gomes (2008), o discurso indireto é filtrado pelo narrador, mas o direto não é. Portanto, no discurso direto podemos sentir as dores, as alegrias, os sentimentos dos atores. E são as escolhas linguísticas, que irão sensibilizar o leitor, fazer com que o leitor se coloque a na posição do entrevistado. Isso acontece no texto escrito através dos elementos linguísticos que captam a atenção do leitor pelo lado passional (sensível) (GOMES, 2007), por aquilo que ele lê e sente. Procuraremos nos exemplos abaixo demonstrar de que forma os elementos linguísticos selecionados pelos interlocutores podem ter efeito passional no leitor da reportagem.

“**Ninguém me dá bola lá. Eu quero uma família que cuide de mim**”. Bernardo Uglione

Boldrini, p. 76.

O pretense discurso de Bernardo, que na verdade não foi dito em entrevista por ele, mas é o relato do que ele teria dito, sensibiliza por uma criança dizer, em um linguajar próprio da idade, que ninguém lhe dá atenção, através da expressão “ninguém me dá bola”. Tem peso, a afirmação “Eu quero uma família que cuide de mim”, já que expressa a ideia de que ele não era cuidado por sua família e que isso o fazia com que ele não se sentisse parte dela, a ponto de querer outra.

“Foi a **primeira vez em quinze anos** de Ministério Público que uma criança veio nos procurar”, diz a promotora (Dinamércia Maciel de Oliveira, p. 76-79).

O fato de ter sido a primeira vez que uma criança procurou o Ministério Público, num intervalo de tempo considerável (15 anos), chama a atenção na fala da promotora, porque explica a gravidade do caso e a falha de ter devolvido Bernardo ao pai e à madrasta, ao invés de encaminhar a guarda à sua avó materna. Incita, também, a imaginar o quão infeliz estava o menino para procurar ajuda junto ao Ministério Público.

“Graciele **sempre quis se casar com um médico**”, diz a amiga Sandra Cavalheiro (p. 79).

Nesse trecho, a fala da amiga de Graciele (madrasta) remete-nos ao nível narrativo, pois aponta os desejos e aspirações de Graciele, ou seja, mostra qual o objeto de valor que este sujeito buscava. Indiretamente, a amiga incita o leitor a relembrar a narrativa dos contos de fadas clássicos, como Cinderela e Branca de Neve, em cujas narrativas a garota conta com um príncipe que a salva e a faz feliz. Neste caso, um médico. Nesses contos, também, a madrasta é invejosa, má e busca subterfúgios para se livrar das enteadas, tal como se constrói a história do menino Bernardo e Graciele narrada na reportagem. Essas possibilidades são evocadas no discurso da interlocutora e em outros trechos da reportagem. Elas levam o leitor a se sensibilizar em relação a Bernardo e a atribuir à Graciele a imagem de madrasta má.

Apesar de pertencer a uma família de classe alta, morar em uma casa com piscina e vaga para

quatro carros, o menino vivia “**como um miserável**”, conta a ex-vizinha Carmina Lúcia Negrini. “Num dia de muito frio, ele estava **trancado do lado de fora só com chinelo de dedo. Uma dentista ficou com pena** e o levou para casa. **Era sempre assim**”. (p. 79)

Vemos que o narrador introduz as boas condições de vida que o pai de Bernardo tinha, contudo, logo em seguida, a ex-vizinha, afirma que ele vivia como “um miserável”. Esse termo tem um valor muito depreciativo em relação à situação do menino. Além disso, ficar trancado para o lado de fora corrobora a ideia dos maus tratos. A descrição do frio e do chinelo de dedo sensibilizam pelo descaso dos pais em relação ao menino. E a pena caracteriza o sentimento que muitas pessoas tinham por ele e, no momento, a maioria das pessoas que leem a reportagem. O mesmo acontece no trecho “**uma dentista**”, que indica que essa profissional não era sequer conhecida do menino, era uma estranha que se comoveu com a situação do garoto e o acolheu. Ou seja, isso corrobora a ideia de que o menino vivia abandonado, precisando contar com a ajuda de desconhecidos. A expressão final “Era sempre assim” reitera os maus tratos, que não eram ocasionais, mas diários. Isso provoca o interesse pela reportagem, porque mais do que informar o que acontecia, desperta emoções no leitor, fazendo-o sensibilizar-se com o que é relatado no texto.

“A Juçara até cortava as unhas dele”, contou Fátima Ugline, prima de Bernardo (p. 79).

Confirmam as ideias anteriores o discurso acima, mencionando que até mesmo a higiene, tão básica ao ser humano, era realizada pela mãe de um coleguinha. Mais um sinal do abandono total do menino. Outra estratégia de sensibilização.

O ginecologista Ivo Weis, colega e ex-vizinho de Boldrini, afirma que Graciele tentava jogar o marido contra o filho. “Segundo uma babá, **ela inventava coisas que o Bernardo teria feito para que o pai o castigasse quando chegasse em casa**”, diz (p. 79).

No dia em que ele desapareceu, no entanto, Graciele deixou que ele a abraçasse. “Ela **nem exigiu que ele lavasse as mãos**. Achamos **tão estranho** que até comentamos, eu e a babá do nenê”, conta a empregada Margarete Machado (p. 79).

Nesses dois trechos, reafirmam-se as intrigas entre Bernardo e a madrasta, o que corrobora a ideia de que ela gostaria de se livrar do garoto. A desconfiança é destacada quando as empregadas dizem que ela “nem” exigiu que lavasse as mãos para abraçar a irmã. Destaque-se a expressão “tão estranho”, indicando que aquele ato (ter de lavar as mãos) era uma exigência constante por parte da madrasta para que o menino pudesse tocar na irmã. Esses depoimentos em tom de intriga e fofoca despertam ainda mais o estado passional do leitor, uma vez que ajudam a construir uma imagem totalmente negativa da madrasta, de uma mulher má, mentirosa, que punia o menino impedindo-o de manifestar afeto e acarinhar a meia-irmã. Por outro lado, mostra um Bernardo doce e resignado, que mesmo diante da relação turbulenta com a madrasta, ainda era capaz de demonstrar carinho pela filha desta.

Ele estava “**magrinho**” e **calado**, diz avó.

A senhora tinha uma boa relação com Leandro? **Nunca gostei dele**. Nem fui ao casamento dele com a Odilaine porque não fazia gosto.

Por que ele e sua filha se separaram? Leandro andou **pulando a cerca**, sempre foi “**chineiro**” (*mulherengo*). **Essa mulher** (*Graciele*) era uma das que mais andavam com ele quando **ainda era casado com minha filha**. Ela trabalhava num posto **de saúde desses de interior e depois foi ser secretária**.

A senhora acredita que Odilaine se suicidou? **Não**. Ela era **miudinha, não tinha condições de espichar o braço com um 38 na mão e atirar nela mesma. Sempre desconfiei dele**.

Há quanto tempo não o via? Quatro anos. O Leandro **não deixava eu visitá-los**. Desde que minha filha morreu, quis romper conosco, **disse que estava numa outra etapa da vida**.

Bernardo se queixava do pai ou da madrasta? Via que ele **não podia falar muito**. Ficava mais calado. Eu perguntava: “Com está a vida por lá?” Ele só dizia: “Muito diferente”. Ou então: “**A Keli (apelido da madrasta) brigou comigo**”.

Nos trechos retirados da entrevista com a avó, destaca-se o olhar aflito e pesaroso da avó, que diz que seu neto estava magrinho e calado, digno de quem vivia em uma situação de desamor em casa. Afirmar que “nunca” gostou de Leandro, o que já leva o leitor a desconfiar do médico. Além disso, ela emprega adjetivos pesados em relação ao pai do menino, ao afirmar que ele “sempre foi *chineiro*”, expressão comum no Sul do Brasil para homem mulherengo. Afirmar, ainda, que quando “ainda era casado” com a sua filha, já andava com Graciele, o que aventa a possibilidade de terem matado Odilaine (a mãe de Bernardo) para

ficarem juntos. Ela afirma, com convicção, que sua filha não se matou, e, além disso, oferece elementos que comprovam sua afirmação, como o fato de ela ser “miudinha” e não ter condições de segurar um revólver e atirar contra si mesma. A ex-sogra de Leandro também afirma: “Sempre desconfiei dele”. Tais elementos convergem para despertar no leitor um estado de repúdio ao pai do garoto, uma visão de que Leandro não prestava, de que era um “crápula” capaz de cometer atrocidades contra sua própria família. Também despertam repúdio à madrasta, que, no depoimento da avó, passa por “secretária-amante” de Leandro ainda quando era casado.

Destaca-se a afirmação da avó de que Leandro não deixava que ela visitasse o garoto, afirmando que estava em outra etapa da vida. Provavelmente, uma etapa sem Odilaine, que depois seria uma etapa sem Bernardo também. O fato de o menino dizer que a Keli brigava com ele, e também de não poder falar muito, retomam a ideia já exposta por outros interlocutores de que o menino vivia sob pressão, não podia falar dos maus tratos que sofria.

Por fim, percebemos que essas escolhas linguísticas, do que será dito e como será dito, determinam efeitos de sentido e conduzem o leitor a tirar determinadas conclusões, movido por estratégias de ordem do sensível. Todos os interlocutores denunciam a fragilidade de Bernardo, de suas carências e necessidades mal supridas. Ao mesmo tempo, o pai e a madrasta são expostos como pessoas más, que negligenciavam e maltratavam o menino. Os depoimentos corroboram a ideia de que ambos desejavam se livrar do garoto. Em todos os trechos destaca-se o apelo passional, a busca por fazer-sentir: indignação, repúdio, aversão em relação a Leandro e à madrasta; afeição, compaixão e pesar em relação ao garoto.

8.4 Linguagens não verbais

Analisaremos agora os elementos não verbais que contribuem para a construção do sentido no texto. A partir dos pressupostos de Greimas (2013), o texto sincrético surge da união de diferentes elementos, verbais e não verbais, que se manifestam num arranjo e veiculam um determinado plano de conteúdo. Dessa forma, em uma reportagem de revista, além dos enunciados verbais em si (escritos) também as imagens, os infográficos, o tipo de letra e a diagramação convergem para a construção de sentidos. Não se trata de uma sobreposição de textos, mas de uma complementação, onde os recursos não verbais

complementam o sentido do verbal e vice-versa. As linguagens se integram em um todo de sentido.

Esse todo de sentido tem um forte poder de arrebatamento do leitor. O não verbal fisga o leitor, conforme Hernandez (2006), porque as imagens chamam a atenção, têm o poder de sensibilização e fazem com que o leitor se coloque no lugar dos atores do enunciado.

Inicialmente analisaremos as fotos presentes na reportagem (debreagens e relação entre foto e texto), em seguida a letra e, por fim, a diagramação.

8.4.1 Fotos

Em relação às fotos analisaremos a posição dos atores, ou seja, se é uma debreagem enunciativa ou enunciva, também estabeleceremos uma relação entre imagem e enunciado verbal (HERNANDES, 2006), ou seja, se a foto em relação ao texto expressa um redimensionamento, se é metafórica, ou se é redundante.

O emprego de fotos nas reportagens é um fator de forte sensibilização do leitor, porque através das imagens vemos as alegrias, as tristezas humanas, o leitor é capaz de sentir o que sentem os atores do enunciado (GOMES, 2008). Observemos as fotos retiradas da reportagem:

Foto 1 - Pai e madrasta (p. 76)

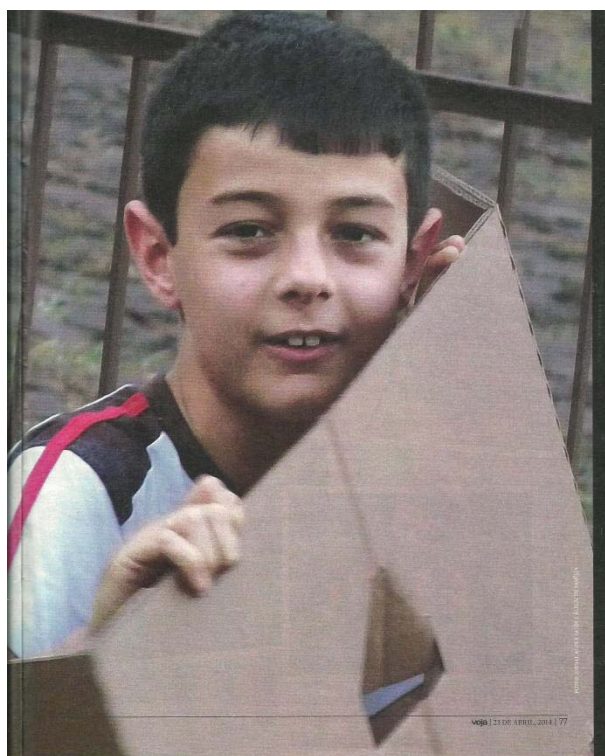


Esta foto ocupa cerca de um terço da página, portanto recebe destaque. A escolha de uma foto não é aleatória. Essa foto foi retirada do facebook de um dos acusados. Na imagem,

o pai e a madrasta sorriem para a foto. Esta é, segundo a classificação de Hernandes (2006), uma foto plástica, ou seja, uma foto posada, produzida. A equipe editorial selecionou esta foto e ao lado colocou a legenda “Ninguém me dá bola. Bernardo disse à promotora que queria uma família que cuidasse dele. Ao lado, o pai, o cirurgião Leandro Boldrini, e a madrasta, Graciele”. Temos, assim, lado a lado, uma imagem que expressa a felicidade do casal em contraste com o enunciado de lamentação do menino por não receber atenção e carinho da família.

De acordo com o quadro proposto por Gomes (2009), esta imagem está em oposição em relação ao elemento verbal, porque enquanto a foto mostra a felicidade do casal, beleza, harmonia, há o depoimento de uma criança excluída da família, que não participa nem dos passeios, nem compartilha dos momentos de alegria. Além disso, segundo Gomes (2009) e Barros (2012), nesta foto ocorre uma debreagem enunciativa, porque o casal, embora use óculos, olha para frente, chama o interlocutor a participar da felicidade que eles demonstram. Isso choca ainda mais o leitor, porque enquanto o casal e o leitor são chamados à alegria, há um menino abandonado, expressando o descaso de sua família para com ele.

Foto 2 – Bernardo brincando com uma caixa de papelão (p. 77)



A foto mostra a imagem de um Bernardo criança, brincando com uma caixa de papelão. Revela um menino de sorriso tímido, não é um sorriso convincente, parece um sorriso triste. Essa imagem contrasta diretamente com a imagem anterior do casal feliz na praia. Conforme Hernandez (2006), o tamanho da foto também tem valor na interpretação dos sentidos. Esta foto de Bernardo ocupa uma página inteira, sem legendas. O menino, em posição enunciativa, olha e “sorri” para o leitor. O título da reportagem é “Ele gritou, mas não deu tempo”. Como a foto não tem legendas, é carregada de silêncios. Silêncio pela morte, silêncio porque nenhum dos interlocutores (entrevistados) fez nada em relação ao menino, embora todos soubessem o que a criança sofria. Trata-se de uma foto plástica, porque traz as intencionalidades da equipe da revista.

Foto 3 – Felicidade de Facebook (p. 78)

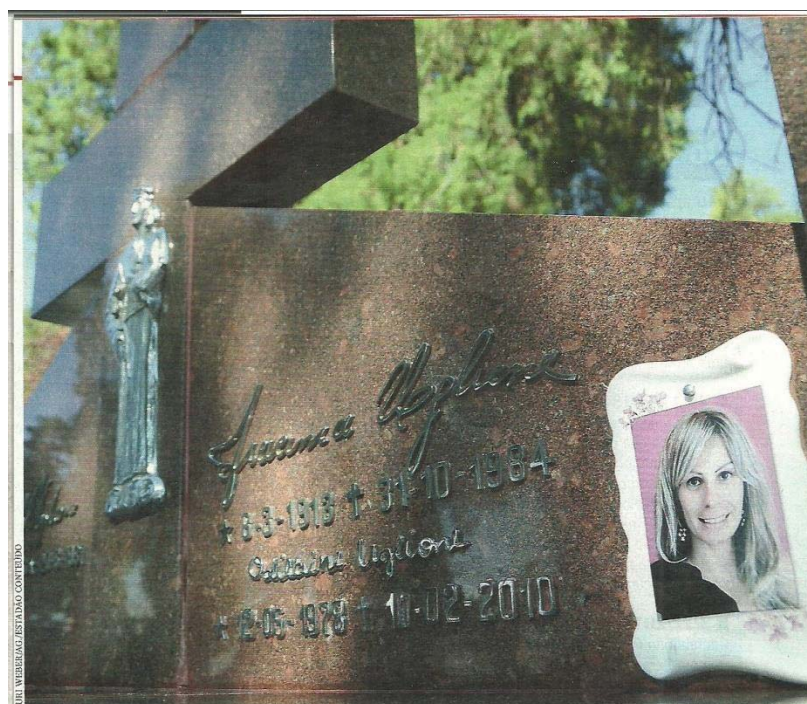


Nessas imagens, precedidas da legenda intitulada “Felicidade *de Facebook*”, a revista monta uma espécie de mural, onde coloca as fotos retiradas do *Facebook* de Graciele. As imagens têm caráter de complementação, porque complementam o texto verbal da reportagem que afirma que eles eram bonitos, bem-sucedidos, com boas condições de vida. São fotos na praia, depois com uma motocicleta, e à espera da filha do casal, Maria Valentina. A legenda das fotos diz “No dia 11 de janeiro de 2012, Graciele registrou em sua página do *Facebook* que estava ‘em um relacionamento sério’. A partir daí, postou diversas fotos ao lado de Boldrini e, mais tarde, com a filha que teve com ele em 2013. Bernardo não aparece em nenhuma das imagens. Também não há fotos dele no *Facebook* do pai. Graciele, ex-enfermeira, identifica-se na rede social como ‘sócia da clínica Leandro Boldrini’”. O verbal reitera o não verbal, indicando um Bernardo excluído da família, das fotos, das alegrias. É como se o casal apenas fosse responsável pela menina Maria Valentina.

Nessas fotos, acontecem debreagens enunciativas que instauram o leitor como **tu** a quem os sujeitos dirigem o olhar e os sorrisos. As fotos são plásticas, porque o casal posa para elas. A disposição na página e a diagramação contribuem para demonstrar a exibição da felicidade do casal, ao ir à praia, com uma motocicleta e no chá de fraldas da filha. Todas as fotos sem Bernardo. O fundo cinza, como se fosse um mural, e o contorno das fotos colocado pela redação produzem novos efeitos de sentido, porque remetem à ideia de pequenos retratos, álbuns de família de que Bernardo é excluído. O texto verbal reitera que Bernardo não aparece em nenhuma das fotos do casal no *Facebook*, nem na página do pai, nem na da madrasta. O leitor não tem como conferir tais informações, uma vez que, logo que foram presos, as páginas do *Facebook* de Leandro e Graciele foram tiradas do ar na rede social, para investigações, e também para evitar que se instigassem os linchamentos que a população revoltada desejava fazer. Assim, é preciso confiar no que diz a revista.

As fotos e as legendas incitam o leitor a se sensibilizar com a tristeza e a desolação de um Bernardo excluído de sua própria família. Despertam-se nos leitores sentimentos de indignação, repulsa e revolta contra o casal.

Foto 4 – Túmulo de Odilaine Uglione (p.79)



COMEÇO DO CALVÁRIO O túmulo da mãe de Bernardo, que teria se matado. Um mês depois, Boldrini foi viver com Graciele, e o sofrimento do filho começou

A imagem do túmulo de Odilaine ocupa boa parte da página 79. Em toda a reportagem, as imagens e o texto respeitam uma margem de aproximadamente um centímetro em relação ao início e ao final da folha, mas esta imagem ultrapassa essas margens e é impressa até o final do papel, tanto no sentido superior quanto na lateral direita, como se a imagem fosse mais importante do que o texto. Trata-se de uma foto plástica, porque busca o efeito estético. É possível observar que a foto do caixão foi tirada de um ângulo específico, planejado, a lateral do túmulo, de baixo para cima, onde aparecem as letras do nome e da data de nascimento e falecimento de Odilaine, destacando-se a foto da mãe de Bernardo. Pela posição do corpo e direção do olhar, podemos dizer que ocorre na foto uma debreagem enunciativa, pois, na imagem, a mãe do menino olha e sorri para o leitor. O olhar e o sorriso tímido, em conjunto com o fundo rosa da foto e a moldura branca em estilo provençal ajudam a construir a imagem de uma Odilaine frágil, meiga, vítima. O poder de arrebatamento dessa foto é intenso, porque poderiam ter colocado qualquer foto de Odilaine (várias foram divulgadas na imprensa), mas a equipe deu-se ao trabalho de tirar um foto do túmulo e em um

ângulo específico. Isso faz com que o leitor se sensibilize com a morte, a ausência da mãe, o abandono do filho, a imagem da cruz e do santo. As pessoas se comovem com a dor da ausência causada pela morte.

A legenda da foto afirma “O túmulo da mãe de Bernardo, que **teria se matado**”. Um mês depois, Boldrini foi viver com Graciele, e o sofrimento do filho começou”. O uso do futuro do pretérito dá a ideia de que ela não tenha, de fato, se matado, conforme o inquérito policial concluiu na época. Isso abre margem para que o leitor duvide da ideia de suicídio, e o restante da legenda corrobora na incitação à dúvida, porque afirma que um mês após a morte de Odilaine, Leandro foi viver com Graciele. Ou seja, o enunciado deixa subentendido que Leandro já estava tendo um caso com ela, e mais, que os dois podem ter sido responsáveis pela morte de Odilaine, assim como de Bernardo. Os dois elementos - a sugestão de que a mãe pode não ter se suicidado e a informação de que Leandro e Graciele logo foram morar juntos - sugerem possibilidades de novas interpretações ao leitor. Por fim, a legenda verbal afirma que na ausência da mãe e presença da madrasta os problemas do menino começaram. O título que encabeça a legenda é “O começo do calvário”, que remete ao sofrimento intenso (calvário) imputado a Bernardo a partir da morte de sua mãe. A foto e os elementos verbais estão em complementação, porque um acrescenta significados ao outro, agregando informações.

Foto 5 – Bernardo triste (p. 80)



A página 80 traz um quadro resumo dos principais acontecimentos e as respectivas datas, do dia em que Bernardo foi até o Fórum pedir ajuda, até o dia em que foi encontrado morto. A foto que acompanha é de Bernardo com rosto triste, escorado em um poste. O menino com rosto humilde, em debreagem enunciativa, parece pedir ajuda do leitor. Também se trata de uma foto registro, porque ancora o quadro resumo do que aconteceu com Bernardo. Conforme Gomes (2009), a foto tem característica de redundância, porque reafirma a ideia de um menino triste, frágil, carente, passado pelo texto verbal e pelas outras imagens.

Destaca-se que em nenhuma das imagens Bernardo está sorrindo alegremente, como um menino feliz. Isso contrasta com as fotos do pai e da madrasta, em que as fotos revelam a alegria do casal.

Foto 6 – Cartazes na casa Boldrini (p. 81)



A foto traz os cartazes de ódio colocados em frente à casa de Bernardo. Alguns pedem que ele vá em paz, outros manifestam o luto e outros ainda o repúdio ao casal, com frases como “monstros imundos”, “lixos #penademorte” e “madrasta está em seu devido lugar”. Esses depoimentos de desconhecidos, mas que recebem voz através da foto, também levam o leitor à sensibilização. São depoimentos de moradores da cidade, que conheciam Bernardo, o

pai e a madrasta. As manifestações de revolta em relação ao casal contribuem para que os leitores também assim processem o fato. Os moradores não deixam dúvidas em seus cartazes sobre a autoria do crime.

Essa é uma foto de complementação porque a imagem complementa o texto verbal que explica a indignação da população que desejava, inclusive, colocar fogo na casa dos Boldrini. Esta indignação também está registrada na foto, pelos cartazes. Contribuem para a sensibilização os diferentes tipos de papel usados para os cartazes, as letras das pessoas, desenhos e fotos que foram usados. A foto mostra que toda a indignação é real, a foto age como uma ancoradora, de que realmente todos os moradores são reais, e estão indignados com os fatos ocorridos. Se todos os moradores assumem uma posição de linchamento dos pais, é provável que o leitor também se posicione contra o pai e a madrasta. A legenda que acompanha essa imagem e a do velório explica que os manifestantes queriam, inclusive, colocar fogo na casa, contudo foram impedidos pela polícia que explicou que a casa poderia ser um local que serviria de evidência do crime.

Foto 7 – Velório de Bernardo (p. 81)



UMA CIDADE DE LUTO

O velório de Bernardo e mensagens de despedida no portão de sua casa: moradores de Três Passos sabiam da situação do menino e procuraram ajudá-lo. Quando o corpo foi descoberto, tentaram incendiar a casa de Boldrini, mas a polícia os impediu

A foto do velório caracteriza-se como uma foto flagrante, em que o fotógrafo consegue eternizar exatamente um dos momentos mais tensos, no caso o velório do menino Bernardo. Como não há fotos flagrante do crime, a redação opta por uma foto flagrante do desfecho final, o velório. Esse tipo de foto busca conferir realidade, ser um ancorador, e mobilizar passionalmente os leitores (HERNANDES, 2006). Não é gratuitamente que se escolhe justamente o momento em que a delegada (à esquerda, apoiando as mãos no caixão) se despede de Bernardo e, emocionada, chora. Ela, que é autoridade do caso, séria e fria como exige o cargo, chora pela crueldade do crime. Até mesmo ela comove-se com um desfecho tão triste do caso que precisou investigar. Também aparecem famílias, inclusive com crianças, idosos, adultos, toda a comunidade mobilizada. A foto flagra a igreja lotada, sinal de que o crime chocou a todos. Como o caixão permaneceu fechado, foi colocado um porta-retrato (cuja parte de trás aparece na foto) de Bernardo, também um terço e muitas flores.

Neste caso, pela postura dos atores, a foto evidencia uma debreagem enunciativa, porque o leitor vê os fatos de fora, não é projetado como “tu”, não participa da interação, que se dá entre “eles” apenas. Contudo, o leitor é mobilizado pela paixão que perpassa os presentes na foto. O leitor é sensibilizado pelo choro, pela tristeza, pelas cabeças baixas, mãos que secam os olhos. A tristeza dos actantes pode ser vista e sentida pelos leitores. Os sentidos do leitor são mobilizados, uma vez que este pode sentir o vazio, a tristeza, as lágrimas, a dor do outro. A legenda afirma “Uma cidade de luto”. Dessa forma, a foto além de complementar o texto faz com que o leitor sinta esse luto, viva esse luto também.

Foto 8 – Avó no enterro de Bernardo (p. 82)



Por fim aparece a imagem da avó, provavelmente no enterro do menino. A avó olha para o nada, ou, talvez, para o caixão. A foto é plástica, foi tirada por um fotógrafo, no caso, Cláudio Vaz, e traz um ponto de vista subjetivo do fotógrafo que escolhe o ângulo e o momento que mais tocará o leitor. Portanto, são manifestadas as intencionalidades da redação, em mostrar a avó desolada, segurando um porta-retratos do menino. Pela posição da avó e pela direção do olhar desta, trata-se de um foto enunciativa, em que não se estabelece interação gestual entre ator e leitor. No entanto, o ar de desolação da avó, sendo amparada por mãos amigas, e seu olhar vazio, para o nada, mobilizam o leitor a sentir a dor alheia, a dor da avó que perdeu a filha e, alguns anos depois, o neto. Ao fundo, pessoas emocionadas, flores, roupas pretas. A mulher que auxilia a avó olha para a foto, mas com olhar de tristeza e cansaço, típicos de um enterro. O enunciado verbal que ancora a imagem diz “A filha e, agora, o neto. Jussara, de 73 anos, afirma que tentou várias vezes visitar Bernardo, mas o ex-marido da filha não a deixava encontrá-lo”, explicando que a avó perdera os dois, e que tentara se aproximar do neto, mas o pai não a deixava.

8.4.2 Letra

A letra empregada no texto constitui fator importante para a análise, uma vez que, conforme Hernandes (2006), apresenta o tom do texto, mais leve ou mais pesado. Ela tem a intenção de chocar, dependendo do tamanho, da cor, da disposição. Tomemos a letra do título da reportagem:

Imagem 4 - Letra dos títulos



Conforme Hernandes (2004), a letra empregada pela revista *Veja* para os títulos é a *Frankfurt Gothic Heavy*. Comprovamos isso no *corpus* escolhido, no título “Ele gritou, mas não deu tempo”. O tamanho das letras e o fato de serem pretas e grossas conferem o tom da gravidade do assunto e da importância da reportagem. O título da seção é “Crime”, em letras de cor cinza, menores e mais claras, mas não menos importantes. Em todos os títulos das legendas da reportagem também é usada a fonte *Frankfurt Gothic Heavy*, e esses enunciados são em tom de denúncia: “Ninguém me dá bola”, “Começo do calvário”, “Uma cidade de luto”, “A filha e, agora, o neto”. Enfim, essa letra é empregada em enunciados que tratam de assuntos pesados e chocantes. Busca persuadir o leitor a se interessar pela reportagem e lê-la, a partir dos títulos chamativos.

Imagem 5 - Letra do corpo



No corpo da reportagem, conforme proposto por Hernandes (2006), a letra empregada é a *Times New Roman*, que dá um tom de leveza, em relação à letra do título, mas também confere a ideia de seriedade da revista. Hernandes (2004) explica que o uso reiterado de um determinado tipo de letra constitui a identidade da revista, o leitor se identifica e passa a confiar no veículo de informação que apresenta sempre um padrão, uma pretensa confiabilidade.

Nas legendas das imagens, é utilizado o destaque em itálico, buscando chamar a atenção do leitor para este texto mais curto, conforme a imagem que segue:

Imagem 6 - Letra das legendas

COMEÇO DO CALVÁRIO *O túmulo da mãe de Bernardo, que teria se matado. Um mês depois, Boldrini foi viver com Graciele, e o sofrimento do filho começou*

A legenda tem o objetivo de deter a atenção do leitor que não tem tempo para ler toda a reportagem e busca se informar rapidamente neste tipo de texto curto. O itálico facilita ao leitor a identificação desses tópicos principais da reportagem. Se depois tiver interesse, poderá ler a matéria toda.

8.4.3 Diagramação

Durante nossa análise já mencionamos que a disposição dos elementos na página produz efeitos de sentido. Em nosso *corpus*, destacamos o fato de que a equipe de diagramação projetou no mínimo uma foto para cada página da reportagem, o que evidencia o quanto este elemento não verbal é fundamental para o arrebatamento do leitor. Também houve uma foto de Bernardo que recebeu uma página inteira por parte da diagramação, o que demonstra a importância de trazer a vítima em destaque para o leitor, porque é quem o leitor quer ver, de quem ele quer saber. As demais fotos eram todas razoavelmente grandes para o tamanho da página.

A primeira foto analisada, do pai e da madrasta está na parte inferior da página, pois na parte superior desta aparece o título “Ele gritou, mas não deu tempo” que, neste caso, se torna persuasivo e chamativo por ser uma frase de efeito e também pelo tamanho e pela letra que o configuram. Assim, a foto acaba ficando menor, mas não menos importante porque contrasta com o título. Enquanto o menino estava gritando por ajuda, o pai e a madrasta se divertiam. Greimas (2013) explica que, em relação distribuição de elementos na página (categoria topológica), o que estiver na parte superior será mais importante do que o que aparece na parte inferior, assim também o que estiver à frente, o que for grande, claro e limpo. A foto do casal na imagem da página 76 aparece embaixo, mas contrasta em relação à de Bernardo que recebe a página inteira. A diagramação também reserva espaço especial,

inclusive com moldura, às fotos do pai e da madrasta retiradas do *facebook*, na página 78. Esses elementos de sobreposição, que constroem um simulacro de “mural”, contribuem para a persuasão do leitor em relação à exclusão de Bernardo que não aparece em nenhuma das fotos da família feliz. Isso porque, no lado direito da página temos fotos do casal, no lado esquerdo fotos individuais, uma do pai e outra da madrasta, mas nenhuma em que apareça o menino.

A foto do túmulo da mãe de Bernardo aparece fora da linha da margem, em proporções significativas, como se ela fosse até mais importante do que os elementos verbais. Isso quer dizer que o leitor dará mais valor ao que está maior e em cima, no caso o túmulo da mãe e à dúvida sobre o suicídio desta, como sugere o enunciado verbal que acompanha a imagem. No meio da reportagem, encontramos uma retrospectiva montada pelo narrador, em que temos uma foto relativamente grande de Bernardo. O resumo diagramado no centro da reportagem é uma boa estratégia de arrebatamento do leitor que não tem tempo para ler toda a reportagem, mas ali poderá ficar sabendo rapidamente dos fatos principais.

Na página 81 encontramos duas imagens que ocupam mais espaço do que o texto, configurando-se, assim, como mais importantes do que ele, até porque trazem a imagem do velório do menino e os cartazes de repúdio colocados em frente à sua casa. A última página recebe uma foto da avó na parte superior (ou seja, mais importante) seguida da entrevista feita com ela. Isso faz com que a entrevista também receba destaque, porque a foto remeterá ao texto. O depoimento da avó também recebe maior destaque pela editoração porque, da forma como foi colocado, ocupa a maior parte do espaço da página. Ou seja, é mais importante ler o que diz a avó (que como sabemos incrimina Leandro e a madrasta) do que o final da história contada pelo narrador. Esse recurso de diagramação dirige o leitor à avó que é uma actante da enunciação e com seu discurso traz os elementos incriminatórios em relação ao casal. A avó tem mais propriedade (subjatividade) para falar do assunto do que o narrador, portanto, pela diagramação seu discurso é destacado.

Nesse contexto, é possível perceber, então, que a revista lança mão dos mais diversos recursos para obter a atenção do leitor. São mobilizados elementos de ordem racional e passional. O leitor é fidelizado pela reiteração de certas escolhas linguísticas, de elementos verbais e não verbais. É levado a sentir as paixões, as dores dos interlocutores, através das emblemas e deblemas empregadas, dos recursos linguísticos, das fotos, tipos de letra e diagramação. No capítulo seguinte, apresentamos as considerações finais do trabalho.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho de dissertação, à luz da Teoria Semiótica Discursiva, propusemo-nos a compreender como palavras, expressões, tempos verbais, imagens são empregados nas reportagens com vistas à produção dos sentidos e ao convencimento do leitor sobre o ponto de vista que se deseja veicular. Ou seja, buscamos compreender quais as estratégias enunciativas empregadas para persuadir o leitor a crer no que está sendo veiculado. Como *corpus* de análise, escolhemos a reportagem intitulada “Ele gritou, mas não deu tempo”, da Revista *Veja* (23 de abril de 2014)³³.

O objetivo geral do trabalho era analisar as estratégias enunciativas e compreender os efeitos de sentido decorrentes da articulação de recursos verbais e não verbais na construção do texto que contribuem para a adesão do enunciatário ao discurso veiculado, mobilizando-o para a leitura/consumo da revista. Como objetivos específicos, buscávamos: a) compreender como as escolhas enunciativas de pessoa, tempo e espaço contribuem para a persuasão do leitor; b) identificar efeitos de sentido relacionados às escolhas enunciativas; c) compreender as características do gênero notícia jornalística, a partir dos estudos bakhtinianos, e identificar marcas próprias desse gênero (estilo); d) entender como elementos não verbais (fotos, infográficos, estilo de letra, diagramação) contribuem para a significação do texto, produzindo sentidos.

Para que tais objetivos fossem alcançados, no segundo capítulo, com base essencialmente em Bakhtin (2014), discorremos sobre conceitos fundamentais acerca dos gêneros discursivos. Buscamos apresentar características particulares do gênero reportagem, o qual apresenta determinadas coerções já cristalizadas que projetam efeitos de sentido (de objetividade, de neutralidade, de distanciamento), com vistas a imprimir confiabilidade ao que é reportado. Tratamos do dialogismo que há entre as muitas notícias que são veiculadas diariamente. Também abordamos as ideologias que perpassam os meios de comunicação e os efeitos de neutralidade usados pela redação, já que, conforme Bakhtin (2014), nenhum enunciado é neutro, todos são ideológicos. Demonstramos também as vozes que lutam para manter o poder.

No terceiro capítulo, fizemos uma retomada da criação da revista *Veja* e apresentamos pesquisas realizadas sobre a mesma, em especial as relacionados a crimes e com abordagem à

³³ Edição 2370 - ano 47, nº 17, de 23 de abril de 2014 (consta no anexo A).

luz da Teoria Semiótica. Percebemos que, entre os estudos, não havia um em específico que abordasse os efeitos de sentido projetados a partir das escolhas verbais e não verbais do enunciador da forma como nos propusemos a fazer. Os estudos, até então realizados, demonstram a revista *Veja* como um periódico da elite branca, católica, rica. Ela se impõe como dona de uma “verdade”, e veicula suas opiniões a respeito de economia, política, e dos mais diversos assuntos. Alguns trabalhos abordavam os infográficos e algumas escolhas linguísticas, assim como casos de crime, da Isabella Nardoni e dos pais de Suzane Von Richthofen. Esses estudos apontaram que revista *Veja* é escrita para um público específico e tem uma forma diferenciada de escrever. Da mesma forma, vimos que em uma comparação realizada entre as Revistas *Veja* e *Isto É*, *Veja* sempre mobilizou mais efeitos de persuasão sobre o leitor.

O quarto capítulo abordou os conceitos principais da Teoria Semiótica de Linha Francesa, nos níveis fundamental, narrativo e discursivo, a partir dos estudos essencialmente de Greimas (2013, 2014), Fiorin (1996, 1997, 2006, 2008, 2012), Barros (2002, 2003, 2005) e Gomes (2005, 2007, 2008, 2009).

O quinto capítulo deu seguimento ao quarto, ao abordar a enunciação na perspectiva do nível discursivo. Apontaram-se as projeções das categorias de pessoa, tempo e espaço e os mecanismos de debreagem e embreagem que as instauram nos enunciados. O sexto capítulo discorreu sobre os elementos não verbais que contribuem para o arrebatamento e a persuasão do leitor.

Dividimos metodologicamente nossa análise em quatro grandes grupos: 1- Instâncias enunciativas (delegação de vozes), 2- Instância do narrador, 3- Instância do interlocutor e 4- Linguagens não verbais. A partir dessas divisões, pudemos chegar esquematicamente aos resultados.

No que tange às instâncias enunciativas, verificamos que os enunciados têm um enunciador pressuposto. No caso em análise, tal enunciador é a equipe editorial da revista *Veja*. Esse enunciador opera uma debreagem interna de 1º grau e dá voz ao(s) narrador(es), que, neste caso, são as jornalistas Bela Megale e Isabel Marchezan. Destacamos que ao final da reportagem outros nomes figuram, além das duas repórteres citadas. São outros profissionais que de alguma forma contribuíram com informações, fotos, entrevistas para que a reportagem tomasse o corpo final publicado. Nesse caso, incluem-se Pieter Zalis, Luciano Pádua, Lucas Souza, Felipe Frazão e Alana Rizzo. Isso demonstra que uma reportagem passa

por muitas mãos, filtros, cortes. Recebe contribuições de várias pessoas e, ainda assim, mantém a identidade da Revista *Veja*, a forma de enunciar própria deste meio de comunicação.

Em debreagem interna de 2º grau, o narrador dá voz aos interlocutores, que são os atores do enunciado, ou seja, as pessoas “de carne e osso” que dão os depoimentos, conferindo o caráter de verdade à reportagem. No caso da reportagem, recebem voz a delegada, os familiares próximos, vizinhos, a promotora e amigos da família. As instâncias enunciativas se constituem em pares, já que um “eu” sempre enuncia a um “tu”. Nesse sentido, o enunciador enuncia para um enunciatário pressuposto, que é o “tu”, no caso, os leitores da revista. O narrador, para um narratário, que também são os leitores. E o interlocutor enuncia para um interlocutário, que, no caso, serão o narrador e os leitores.

Quanto à instância do narrador, verificamos que este sempre se enuncia em terceira pessoa, projetando em seu texto os efeitos de sentido de objetividade e impessoalidade, características tradicionais do gênero notícia/reportagem. Ou seja, ao leitor parece que os fatos narram-se por si mesmos, que o jornalista é mero relator dos fatos, isento de subjetividade e ideologias. Contudo, conforme vimos no segundo capítulo, ainda que o jornalista apague marcas de subjetividade (opiniões pessoais, adjetivos, advérbios, modalizadores, etc.) e se enuncie em terceira pessoa (debreagem actancial enunciativa), sempre há um “eu” que fala para um “tu”. O narrador nada mais é do que o jornalista enunciando. A objetividade é, portanto, um efeito de sentido, uma estratégia linguística usada pelo narrador, para conferir confiabilidade ao enunciado. Além disso, vimos que, não raro, o narrador refere-se a si mesmo como “a VEJA”, ou “a equipe VEJA”, operando embreagens actanciais enunciativas que apagam a subjetividade. Tal estratégia busca conferir ao enunciado maior poder de persuasão, porque dizer “eu/nós entrevistei/entrevistamos Fulano de Tal” é diferente de dizer “Veja entrevistou Fulano de tal”. Nesta última forma, atribui-se o enunciado ao veículo de comunicação e não ao narrador em si, o que projeta efeito de distanciamento entre narrador e fato narrado. Assim, operando debreagens enunciativas de pessoa, criam-se, na instância do narrador, efeitos de sentido de objetividade, de impessoalidade, de distanciamento. Tais estratégias são comumente empregadas nas interações de ordem racional, em que se apagam traços subjetivos, buscando a persuasão/adesão do narratário por meio de mecanismos de relacionados ao inteligível.

Outro recurso usado pelo narrador é a actorialização. Trata-se de instaurar atores do enunciado, os quais se configuram como os indivíduos entrevistados ou mencionados no texto. Esses atores, geralmente, recebem descrições/caracterizações no texto. Fornecer a idade, o nome completo, o grau de familiaridade/ proximidade com a vítima faz com que, aos olhos do leitor, a história narrada pareça mais real. Além disso, o narrador também se utiliza do mecanismo de ancoragem, informando local e data dos fatos, situando-os no “mundo real”. Assim, a actorialização e a ancoragem constituem mecanismos enunciativos que produzem efeitos de sentido de verdade e de realidade no texto. Especificamente nesta reportagem foram ouvidas pessoas próximas ao menino, como a ex babá, a empregada, a prima e a avó. Também pessoas próximas do casal, como uma amiga de Graciele, um amigo do Leandro. Como ancoragem, foi veiculado um quadro resumo com todas as datas e acontecimentos para situar o leitor, foram empregadas fotos que fazem o registro do menino, do pai e da madrasta, da avó, do túmulo, enfim de vários momentos desta história.

Por fim, o narrador dá voz aos atores do enunciado no decorrer de seu texto. Essa concessão de vozes às pessoas próximas confere efeitos de realidade, veracidade à reportagem. Nesta reportagem, receberam voz pessoas próximas ao menino, como a avó, a prima, a ex-babá, pessoas de diferentes classes sociais, nível socioeconômico e cultural, o que demonstra que a revista se certificou de trazer um maior número de depoentes, para que não restassem dúvidas a respeito do que é veiculado. É preciso destacar, porém, que as entrevistas também passam pela seleção e manipulação da equipe que produz a reportagem, e, assim, veiculam-se “recortes” de enunciados, trechos de um todo. Tais recortes, como vimos, incriminam o pai e a madrasta. A delegação de vozes aos interlocutores é, portanto, mais um recurso que produz efeitos de sentido e, essencialmente, de manipulação por parte do narrador. Também denota o ponto de vista defendido pela revista (enunciador) e pelo narrador, uma vez que eles autorizam tais discursos. Assim, o que não pode ser dito na instância do narrador, por conta das coerções do gênero, acaba sendo dito na instância do interlocutor, que não tem nenhum compromisso com a objetividade, a neutralidade e a imparcialidade. Tanto o é que os enunciados dos entrevistados trazem traços de subjetividade, de pontos de vista pessoais acerca dos fatos, de como Bernardo estava abandonado pelo pai e pela madrasta, que dependia da bondade e da ajuda alheia. Demonstram os problemas da avó Jussara com o pai, o impedimento deste em relação às visitas da avó, a fragilidade do menino ao buscar o fórum. Os discursos diretos selecionados, recortados e veiculados pela revista têm

apelo passional, porque mobilizam o leitor a sentir a revolta que é sentida pelas pessoas próximas ao menino, que conheciam a situação deste.

Outro ponto crucial é a delegação de vozes apenas para os familiares próximos a Bernardo, ou seja, não foram ouvidos o pai, a madrasta, os advogados de defesa, tampouco amigos do casal que expressassem uma posição de defesa destes. Isso porque se os acusados tivessem sido ouvidos a reportagem teria tomado outro rumo, e provavelmente estes iriam se defender das acusações, fazendo assim com que a sociedade recebesse o outro lado dos fatos. No entanto, todas as mídias estavam veiculando o pai e a madrasta como os culpados pelo crime, as pessoas já estavam sensibilizadas com a brutalidade do ocorrido e com a imagem negativa do casal. Nesse sentido, *Veja* não iria contra a comoção nacional, contra essa sensibilização já pré-estabelecida, sob pena de não ter seus exemplares vendidos. Assim, pelas suas escolhas verbais e não verbais ela reafirma a comoção do país inteiro e mantém Graciele e Leandro como culpados. Usando todos os recursos possíveis para reiterar cada vez mais esse discurso.

Em relação à instância dos interlocutores, estes se enunciam na reportagem tanto através da primeira quanto da terceira pessoa. Alguns empregaram debreagem actancial enunciativa, instaurando um **eu** que observou os fatos e que sabe do que está falando. Neste caso tratamos daqueles que estavam mais próximos do menino como a avó e a ex-babá. Outros operam debreagens enuncivas, em que as pessoas falam com distanciamento, como quem apenas observou os fatos que aconteceram com o garoto. A promotora emprega uma embreagem enunciativa, buscando se eximir da culpa de não ter ajudado o menino. Essas escolhas geram efeitos de objetividade e subjetividade, porque pela forma de enunciar dos interlocutores verificamos maior proximidade ou distanciamento do caso. Ou seja, o emprego da pessoa na enunciação gera efeitos de sentido de objetividade ou subjetividade, aproximação ou distanciamento.

Os interlocutores também empregaram elementos linguísticos para o convencimento daquilo que dizem, em especial adjetivos, afirmações taxativas, generalizações. Todos esses elementos levam a crer que o pai e a madrasta são culpados da morte de Bernardo, que era uma criança frágil e triste. Destacamos a fala da delegada: “Bernardo foi morto pela madrasta com a ajuda de uma amiga. E seu pai participou do crime”. Entendemos que essa constitui uma afirmação de peso argumentativo, porque a delegada é a autoridade na investigação da morte do menino e, para fazer tal afirmação, precisa ter certeza do que diz. *Veja* traz o

depoimento da delegada como sustentação de seu ponto de vista, mesmo antes que aconteça o julgamento do caso.

Merece destaque também a entrevista da avó, que ocupa quase uma página. Dela destacamos a afirmação “nunca gostei dele”, o adjetivo “chineiro” e a frase taxativa “sempre desconfiei dele”. Dar voz a mãe de Odilane, que usa elementos linguísticos tão fortes, de uma oralidade tão natural, corroboram para a persuasão do leitor pelo meio passional. Da mesma forma, cativam o leitor as descrições de Bernardo como um menino frágil e abandonado, como, por exemplo, “um garoto magricela” que vivia como “um miserável” e as legendas das fotos, sempre com títulos chamativos, como “O começo do calvário”.

Ainda em relação aos elementos do fazer-sentir, destacamos o intenso uso de fotografias. Elas ocupam grande espaço na diagramação, muitas vezes com legenda para fisgar o leitor que não tem tempo para uma leitura completa, mas que se informa por esses pequenos textos. Outras vezes, as imagens aparecem sem legendas, o que sugere silêncios, como o silêncio imposto a Bernardo. Em geral, os atores das fotos estão em posição de debreagem enunciativa, interagindo com o leitor, inclusive, o próprio Bernardo. Reitera-se que a afetividade do leitor é mobilizada pelo contraste que acontece entre as fotos, em que o casal sempre aparece feliz e sorrindo e Bernardo com um olhar triste, de menino abandonado. Bernardo em nenhum momento aparece com o casal, mas sempre sozinho, ou seja, era excluído da sua família. As imagens do velório, do túmulo de Odilaine e da avó desolada no enterro do menino, com um olhar vazio, também tocam o enunciatário porque através delas o público é convidado a partilhar dessa dor. O leitor se coloca no lugar dos atores do enunciado. Não são escolhas gratuitas, uma vez que sensibilizam o leitor que se identifica com a dor alheia, com o choro das pessoas nas fotos, caixão e flores.

Merece destaque a legenda da foto do túmulo da mãe que afirma “O túmulo da mãe de Bernardo, que *teria* se matado”, sugerindo, que ela não se matou. O uso do tempo verbal confere esse efeito. Como vimos anteriormente, a reportagem insinua sutilmente o pai e a madrasta como os criminosos tanto no caso da mãe, quanto no caso do menino. Aliás, as legendas em geral merecem destaque por informarem o leitor que tem pressa. As legendas empregadas por *Veja* são completas e o leitor que não tem tempo de ler toda a reportagem, pode se informar através desse recurso.

A foto dos cartazes afixados na grade da casa dos Boldrini também é contundente, porque reúne tanto elementos verbais quanto não verbais que incriminam o pai e a madrasta.

Funciona como âncora para o leitor, que se situa e percebe os cartazes e as letras das pessoas, gente de carne e osso que está indignada com os fatos ocorridos e deseja a prisão e condenação do pai e da madrasta. Pessoas que não têm dúvidas da autoria do crime.

Da mesma forma, a respeito da morte da mãe de Bernardo, a revista destaca a hipótese de que, na verdade, tratou-se de um assassinato e não de suicídio. Essa morte já era um inquérito concluído, contudo da forma como os recursos linguísticos foram empregados, o leitor é levado a tirar conclusões contrárias. Na realidade, a reportagem gira em torno do eixo fundamental inocência x culpa pelo assassinato do menino. E se adentrássemos o nível mais abstrato de análise do nível fundamental, certamente obteríamos a oposição bem x mal. Ao levantar a hipótese de assassinato da mãe, o texto macula ainda mais a imagem do casal (pai e madrasta), já deturpada pelas demais estratégias usadas no texto e que levam o leitor a concebê-los como culpados. Além disso, dentro da narrativa do assassinato do garoto, há uma subnarrativa, a do suicídio (ou assassinato) de sua mãe.

Para finalizar, os elementos não verbais são incrementados com o tipo de letra, que no título é grossa, sugerindo o teor da reportagem, e no corpo é menor e fina, sugerindo mais leveza e a reconhecimento da marca da revista. A diagramação contribui para destacar os elementos considerados mais importantes ou que têm mais chances de chamar a atenção do leitor, no caso as imagens, ou as legendas das fotos. A forma como os elementos que compõe a reportagem estão dispostos nas páginas, remetem ao estilo rápido das redes sociais ou da internet. Ou seja, a diagramação de *Veja* já demonstra preocupação com o novo leitor, que precisa das informações rapidamente.

A partir dos elementos analisados, podemos concluir que atingimos nosso objetivo de demonstrar as estratégias discursivas (verbais e não verbais) empregadas pela Revista *Veja* na reportagem analisada, a fim de persuadir o leitor tanto pela ordem racional quanto passional.

Assim também atingimos os objetivos específicos, explicitando as características do gênero notícia, especialmente os mecanismos que produzem objetividade e imparcialidade, e também os efeitos de sentido causados pelas escolhas linguísticas, pelo emprego da categoria de pessoa nos enunciados e pelos elementos não verbais.

Destacamos que, conforme o referencial teórico, o leitor não tem acesso ao acontecimento em si, mas apenas aos fatos veiculados, os quais, na verdade, são recortes de realidades. Nesse sentido, também verificamos que em nenhum momento a madrasta, o pai, ou mesmo o advogado de defesa foram ouvidos pela revista. Tal fato se justifica porque,

evidentemente, poderiam contradizer a ideia veiculada pela revista, defendendo-se. Isso iria contra a comoção geral acerca do caso e, como o objetivo da revista é vender, não se usam estratégias que possam causar rejeição ao texto.

Embora tenhamos nos proposto a realizar a análise de elementos apenas do nível discursivo, verificamos que a estrutura narrativa do texto, neste caso, também pode ser considerada uma estratégia de persuasão pelos discursos que evoca. Do modo como o texto vem construído, ele traz consigo um arquétipo das narrativas clássicas, suscitando aproximações entre estas e o conteúdo veiculado na reportagem. O texto constrói uma imagem de Bernardo como um menino frágil, abandonado, a cujo sofrimento todos assistiam, mas ninguém fez nada por ele. Isso nos remete ao clássico de Gabriel Garcia Marques, “Crônica de uma morte anunciada”, em que todos sabiam que a personagem principal iria morrer, mas ninguém disse nada, ninguém fez nada. Também remete ao conto da Cinderela, porque Bernardo também fica órfão de mãe e é cuidado pela madrasta. No clássico, a madrasta também é má e exclui Cinderela do restante da família, enclausurada em um sótão. O mesmo se passou com Bernardo que ficava para fora de casa e não aparecia nas fotos de família. Poderíamos ainda, comparar a história do menino à narrativa da Branca de Neve, em que a madrasta, invejosa, decide matá-la por entender que esta poderia se tornar mais bonita do que ela, ou Bernardo mais importante do que Graciele. Leandro, o pai, assim como os reis de ambas as histórias, foi omissos em relação aos sofrimentos do filho. Porém, diferente de Cinderela e Branca de Neve, que têm um final feliz, o caso de Bernardo tem um final trágico.

Na realidade, todos esses elementos discursivos ou narrativos, toda a forma de escrita, edição e produção da revista estão voltadas para o mercado, para o que as pessoas desejam comprar. E como vimos em Hernandes (2006), a revista *Veja* tem valores bem definidos e um público específico também. É para esse público que ela escreve. E mobiliza todos os recursos dos quais dispõe para atrair este leitor para a compra. Assim, muito além dos recursos como a actorialização, a ancoragem, as imagens, a revista emprega adjetivos e tempos verbais extras, para obter a atenção e a fidelização do leitor. Ou seja, o leitor de *Veja* é fisgado pela sensibilização que acontece tanto pelo verbal quanto pelo não verbal.

Na reportagem analisada, uma estratégia narrativa voltada à persuasão do leitor, foi a de criar uma pequena narrativa para veicular as notícias. Ela conta uma história que envolve o leitor e o fideliza. O leitor de *Veja* compra esta revista porque sabe que nela encontrará fotos, entrevistas, e formas de dizer que, em geral, sensibilizam o leitor. Seu público quer saber

mais, ter acesso a detalhes que não foram veiculados pelas outras mídias e também quer sentir os acontecimentos. E para que a revista seja vendida, são mobilizados os mais diversos recursos verbais e não verbais que levam às interações de ordem racional e também de passional, impelindo o leitor à comoção.

Com este estudo, buscamos trazer nossa contribuição para os estudos acerca dos mecanismos enunciativo-persuasivos utilizados em reportagens jornalísticas, demonstrando como se empregam vários recursos que produzem os mais diversos efeitos de sentido para arrebatá-lo e vender o produto: a revista. Porque, conforme Greimas (2014), o discurso é justamente esse local frágil em que se inscrevem e se leem a falsidade e a verdade.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Ricardo Batista. **A vida quer é coragem**. A trajetória de Dilma Rousseff, a primeira presidenta do Brasil. Rio de Janeiro: Sextante, 2011. Cap. 19, p. 251-166.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. 6. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

_____. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 16. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Algumas Reflexões Semióticas sobre a enunciação. In: DI FANTI, Maria da Glória; BARBISAN, Leci Borges (orgs). **Enunciação e Discurso tramas de sentidos**. São Paulo: Contexto, 2012, p. 25-49.

_____. Interação em Anúncios publicitários. In: PRETO, Dino (org). **Interação na Fala e na Escrita**. 2 ed. São Paulo: Humanitas/ FFLCH/USP, 2003, p.17-44.

_____. **Teoria do discurso**. Fundamentos Semióticos. 3 ed. São Paulo: Humanitas, 2002.

_____. **Teoria Semiótica do Texto**. 4. ed. São Paulo: Editora Parma, 2005.

CAETANO, Kati. A propósito de um sincretismo intermediário. . In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de; TEIXEIRA, Lucia (orgs.). **Linguagens na Comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009. p. 247-265.

CARMO JR. José Roberto do. Estratégias enunciativas na produção do texto publicitário verbovisual. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de; TEIXEIRA, Lucia (orgs.). **Linguagens na Comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009. p. 169-184.

_____. Semiótica e futebol. In: LOPES, Ivã Carlos; HERNANDES, Nilton (orgs.). **Semiótica: objetos e práticas**. 2. ed. São Paulo, Contexto, 2011, p. 141-154.

CRESTANI, Luciana. Enunciação e persuasão em textos de diferentes gêneros. In: GUIMARÃES, Elisa (org.). **Textualidade e discursividade na linguística e na literatura**. São Paulo: Mackenzie, 2010a.

_____. **A oralidade como estratégia enunciativa no Jornal On-line**. São Paulo, 2010b. [Tese de doutorado (doutorado em Letras). Universidade Presbiteriana Mackenzie]. Disponível em: <<http://livros01.livrosgratis.com.br/cp143729.pdf>>. Acesso em: 27 jan. 2015.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem e diálogo**. As ideias linguísticas do círculo de Bakhtin. 1 ed. 2ª reimpressão. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

FIORIN, José Luis (org). **Introdução à Linguística I**. Objetos de teóricos. 5 ed. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo**. 1 ed. São Paulo: Ática, 1996.

_____. **Elementos de Análise do Discurso**. 6.ed. São Paulo: Contexto, 1997.

_____. **Em busca do sentido: estudos discursivos**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2012.

_____. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. 1 ed. São Paulo: Ática, 2006.

FORNI, João José. A foto do dia: ensaio sobre fotojornalismo e análise documental. **Revista Universitas/Comunicação, Centro universitário de Brasília – UNiCEUB, FASA**, vol. 3, nº3, Brasília, v.3, n.3, p. 1-20, abr. 2005. Disponível em: <<http://jforni.jor.br/forni/files/A%20foto%20do%20dia%20-%20ensaio%20sobre%20fotojornalismo%20e%20an%C3%A1lise%20document%C3%A1ria.pdf>>. Acesso em: 27 jan. 2015, p. 1-20.

FRANÇA, Renné Oliveira. **40 anos em Revista. Representações e memória social nas capas de Veja**. [Tese de doutorado em Comunicação Social. Belo Horizonte, 2011]. Originalmente apresentada como tese de doutorado, UFMG. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUOS-8QUHRR/tese.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 27 jan. 2015.

FREITAS, Caetano. 'Ofensas eram diárias', diz ex-babá em audiência sobre caso Bernardo. **G1 RS Online**. 25 set. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/caso-bernardo-boldrini/noticia/2014/09/eles-provocavam-diz-ex-baba-em-audiencia-sobre-morte-de-bernardo.html>>. Acesso em: 8 fev. 2015.

BERNARDO fazia tudo sozinho. **G1 RS Online**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/caso-bernardo-boldrini/noticia/2014/08/bernardo-fazia-tudo-sozinho-diz-dentista-do-menino-em-audiencia.html>> 8-02-15>. Acesso em: 8 fev. 2015.

GOMES, Regina Souza. Modos de olhar: relações entre enunciação e enunciado no jornal. In: **III Congresso Internacional de Semiótica: Semiótica as Interações Sociais – Caderno de Resumos**, Vitória: UFES, 2007, v. 1. p. 59 – 70.

_____. O sincretismo de linguagens no jornal. **Linguagem em (Re)vista**, Ano 2, n. 2. Niterói, jan./jun., 2005. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/linguagememrevista/2/09.pdf>>. Acesso em: 16 jan. 2015, p. 103 - 116.

_____. O Sincretismo no jornal. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de; TEIXEIRA, Lucia (orgs.). **Linguagens na Comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009, p. 215- 146.

_____. Paixões e argumentação na mídia impressa. In: EMEDIATO, W.; MACHADO, I. L.; MELLO, R. (orgs.) **Anais do III Simpósio Internacional sobre Análise do Discurso: emoções, *ethos* e argumentação**. Belo Horizonte: UFMG, 2008. Disponível em: <<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbm9mYWRyYXJIZ2luYXNvdXphZ29tZXN8Z3g6OTIwMWYzNjQ5ODc4NzRI>>. Acesso em: 05 maio, 2015.

GOVERNO Federal. Campanha Nacional do Desarmamento. Revista **Veja**. São Paulo: Editora Abril, n. 6, 2347 ed., 6 fev. 2013, p. 34.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Sobre o sentido II**. 1 ed. Ensaio Semióticos. São Paulo: Nankin; Edusp, 2014.

GREIMAS, Algirdas Julien.; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2013.

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques**. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. **A revista Veja e o discurso do emprego na globalização: uma análise semiótica**. Salvador: Edufba; Maceió: Edufal, 2004.

_____. Jornal da CBN: Sincretismo e gerenciamento de atenção. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de; TEIXEIRA, Lucia (orgs.). **Linguagens na Comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009, p. 269-289.

LEITÃO, Leslie; ELER, André. Somos todos Santa Maria. Revista **Veja**. São Paulo: Editora Abril, n. 6, 2347 ed., 6 fev. 2013, p. 47-79.

LINHARES, Juliana. Frios e dissimulados: Pai e madrasta mataram Isabella, numa sequência de agressões que começou ainda no carro, conclui a polícia. Revista **Veja**. São Paulo: Editora Abril, n. 16, 2057 ed., 23 abr. 2008, p. 84-91.

LOPES, Adriana Dias. Aborto: A realidade dos consultórios. Revista **Veja**. São Paulo: Editora Abril, n. 4, ed. 2097, 28 jan. 2009, p. 68-77.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: configuração, dinamicidade, e circulação. In: KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZKA, Beatriz; BRITO, Karim Siebeneicher (orgs). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. Palmas: Kayganguê, 2005.

MEGALE, Bela; MARCHEZAN, Isabel. Ele gritou, mas não deu tempo. Revista **Veja**. São Paulo: Editora Abril, n. 17, 2370 ed., 23 abr. 2014, p. 76-82.

MENDES, Conrado Moreira. A extensão do acontecimento midiático: uma leitura semiótica pelos conceitos de fidedignidade e concessão. In: **CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada**, v.12, n.1, 2014, p. 259-290. Disponível em <seer.fclar.unesp.br/casa/issue/download/502/86>. Acesso em 26 jan. 2015.

MEZARI, Laura Peruchi. Análise Semiótica das capas das revistas *Veja* e *Época*: o caso Isabela Nardoni. **Revista Científica Plural**. 3 ed. Out. 2009. Disponível em: <http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos2009/artigo_lauramezari2009.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2015.

MORAES, Suany Oliveira. O Caso Richthofen na Revista *Veja*. Uma análise semiótica de um texto sincrético. **CASA**, vol. 6 n.2 dez.2008, p. 1-7. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/casa/article/view/1201>>. Acesso em: 27 jan. 2015.

_____. O jogo de manipulação e a sanção no caso Richthofen: Uma análise Semiótica. **Anais do III Congresso de Estudos Linguísticos e Literários de Mato Grosso do Sul**. Dourados: UEMS, 2007. Disponível em: <<http://www.uems.br/cellms/2008/documentos/16%20-%20O%20JOGO%20DE%20MANIPULACOES.pdf>>. Acesso em: 27 jan. 2015.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. A plástica sensível da expressão sincrética e enunciação global. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de; TEIXEIRA, Lucia (orgs.). **Linguagens na Comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009. p. 79-140.

OLIVEIRA, Luiz Ademir; NAPOLEÃO, Poliana Monteiro. A (des)construção da imagem do presidente Lula nas capas da revista *Veja* a partir de uma abordagem semiótica. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 31, n. 1, 2008. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewArticle/196>>. Acesso em: 27 jan. 2015.

PEIXE, Letícia de Souza. **Harry Potter e a Pedra da Narrativa**. Belo Horizonte, 2009. [Dissertação Mestrado em Linguística - Programa de Pós Graduação em Estudos Linguísticos, UFMG]. Disponível em: < <https://pt.scribd.com/doc/62690561/Harry-Potter-e-a-Pedra-Da-Narrativa>>. Acesso em: 27. Jan. 2015.

PRODANOV, Cléber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2009. 6ª reimpressão.

RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário Essencial da Comunicação**. São Paulo: Campus, 2011.

SANTA Rosa apresentará Danilo Kruger. **Jornal Noroeste**. Santa Rosa: 27 fev. 2015.

SANTO Cristo realizou campeonato de voleibol e futsal. **Jornal Noroeste**. Santa Rosa: 27 fev. 2015.

SILVA, Renault Dacio. **Jornalismo e História. O jornalista como historiador do presente**. Brasília: UFB, 2011. [Tese de doutoramento em Comunicação]. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/9292>>. Acesso em: 27 jan. 2015.

TEIXEIRA, Lúcia. Para uma metodologia de análise de textos verbovisuais. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de; TEIXEIRA, Lucia (orgs.). **Linguagens na Comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009, p. 79-140.

UMA terça-feira para a história de Santa Rosa. **Noroeste Notícias**. Disponível em: <<http://noroestenoticias.com.br/publicacao-20747-news2.fire>>. Acesso em: 7 mar. 2015.

VICINI recebeu licença para o Tapê Porã. **Jornal Noroeste**. Santa Rosa: 27 de fev. 2015.

ANEXO A – Reportagem “Ele gritou, mas não deu tempo”

Crime

ELE GRITOU, MAS NÃO DEU TEMPO

Bernardo, que a polícia afirma ter sido morto pela madrasta, com a cumplicidade do pai, chegou a ir sozinho ao fórum pedir para ser adotado por outra família

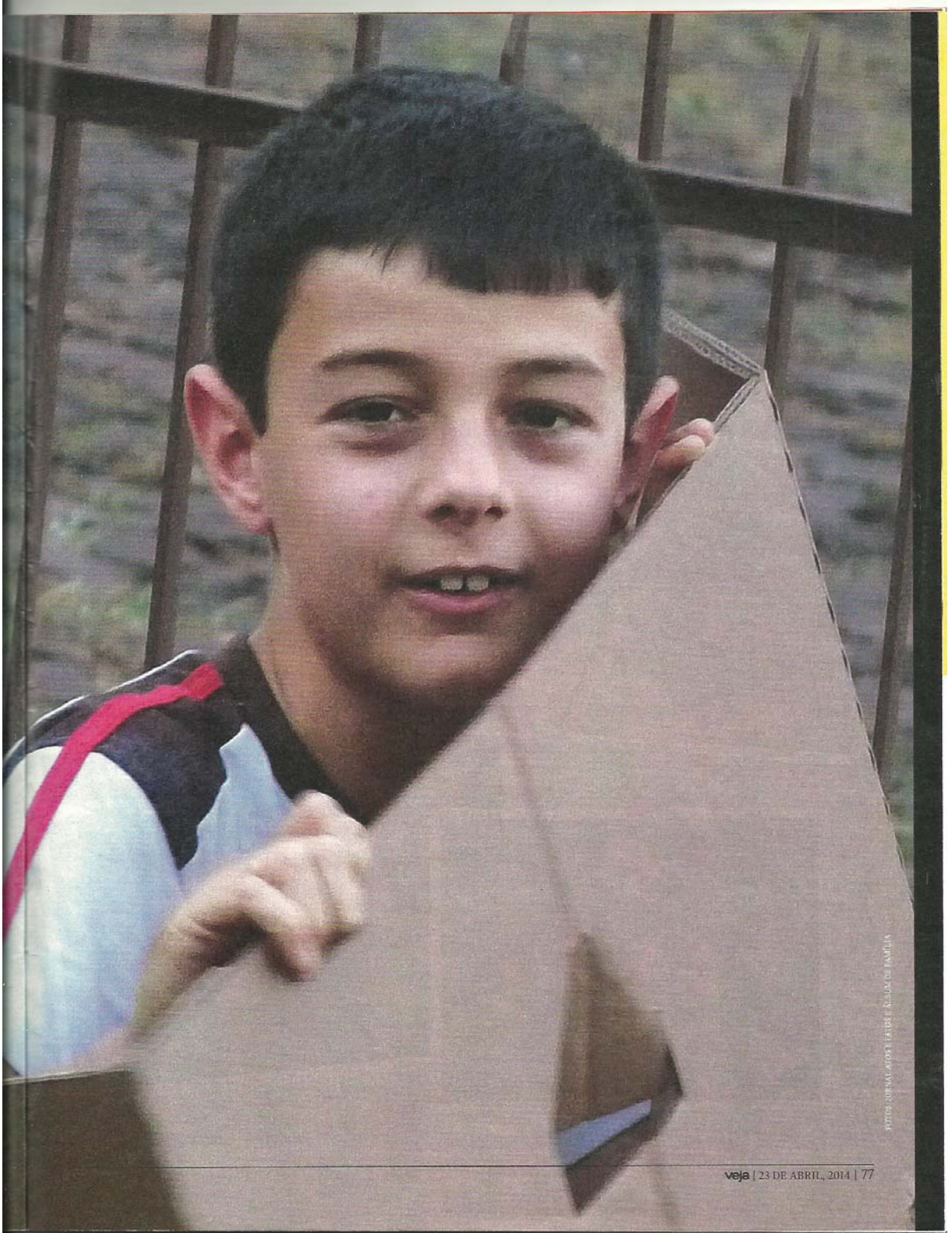
BELA MEGALE E ISABEL MARCHEZAN, DE TRÊS PASSOS (RS)

Na tarde de 24 de janeiro, um menino de 11 anos entrou sozinho na sala do Centro de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente, no fórum da cidade gaúcha de Três Passos. Em voz baixa, explicou que estava lá porque sua madrasta o xingava e seu pai não lhe dava atenção. Os funcionários ouviram a história de Bernardo Uglione Boldrini e o levaram à sala da promotora da Infância e da Juventude Dinamércia Maciel de Oliveira. Sentado em seu colo, Bernardo disse que queria sair de casa: “Ninguém me dá bola lá. Eu quero uma família que cuide de mim”. “Foi a primeira vez em quinze anos de Ministério Público que uma criança

“NINGUÉM ME DÁ BOLA”

Bernardo disse à promotora que queria uma família que cuidasse dele. Ao lado, o pai, o cirurgião Leandro Boldrini, e a madrasta, Graciele





FOTOS: JORRAN MATOS E LAURE E KAUAN DE FAMILIA

Crime

Felicidade de Facebook

No dia 11 de janeiro de 2012, Graciele registrou em sua página no Facebook que estava "em um relacionamento sério". A partir daí, postou diversas fotos ao lado de Boldrini e, mais tarde, com a filha que teve com ele em 2013. Bernardo não aparece em nenhuma das imagens. Também não há fotos dele no Facebook do pai. Graciele, ex-enfermeira, identifica-se na rede social como "sócia da clínica Leandro Boldrini"



FOTOS: AUBREY DE FAMILIA



veio nos procurar”, diz a promotora. Na semana passada, essa história triste teve um final trágico. Depois de dez dias desaparecido, Bernardo foi encontrado morto, enterrado em uma cova. Na quinta-feira, a delegada Caroline Machado disse ao site de VEJA não ter dúvidas sobre a autoria do crime: “Bernardo foi morto pela madrasta com a ajuda de uma amiga. E seu pai participou do crime”.

A história de Bernardo, um garoto magrículo, de cabelos castanhos, era conhecida de boa parte dos pouco mais de 20 000 moradores de Três Passos, a 500 quilômetros de Porto Alegre. Sua mãe morreu em 2010, em um caso de aparente suicídio. Menos de um mês depois, o pai, Leandro Boldrini,

um cirurgião respeitado na região, já era visto com Graciele, uma enfermeira bonita e loira que ele havia contratado como secretária em sua clínica. “Graciele sempre quis se casar com um médico”, diz a amiga Sandra Cavalheiro. Se, para a enfermeira, a união com Boldrini foi a realização de um sonho, para Bernardo foi o início de um calvário testemunhado por muita gente em Três Passos.

Apesar de pertencer a uma família de classe alta, morar em uma casa com piscina e vaga para quatro carros, o menino vivia “como um miserável”, conta a ex-vizinha Carmina Lucia Negrini. “Num dia de muito frio, ele estava trancado do lado de fora só com chinelo de dedo. Uma dentista ficou com pena e o levou para casa. Era sempre assim.” Contam vizinhos e colegas de escola que Bernardo nunca tinha dinheiro para comprar lanche, só usava sapatos velhos, não tinha casacos para o rigoroso inverno gaúcho e passava dias com o mesmo uniforme surrado — presente de Juçara e Carlos Petry, o casal que praticamente o havia adotado. Era na casa deles que Bernardo dormia boa

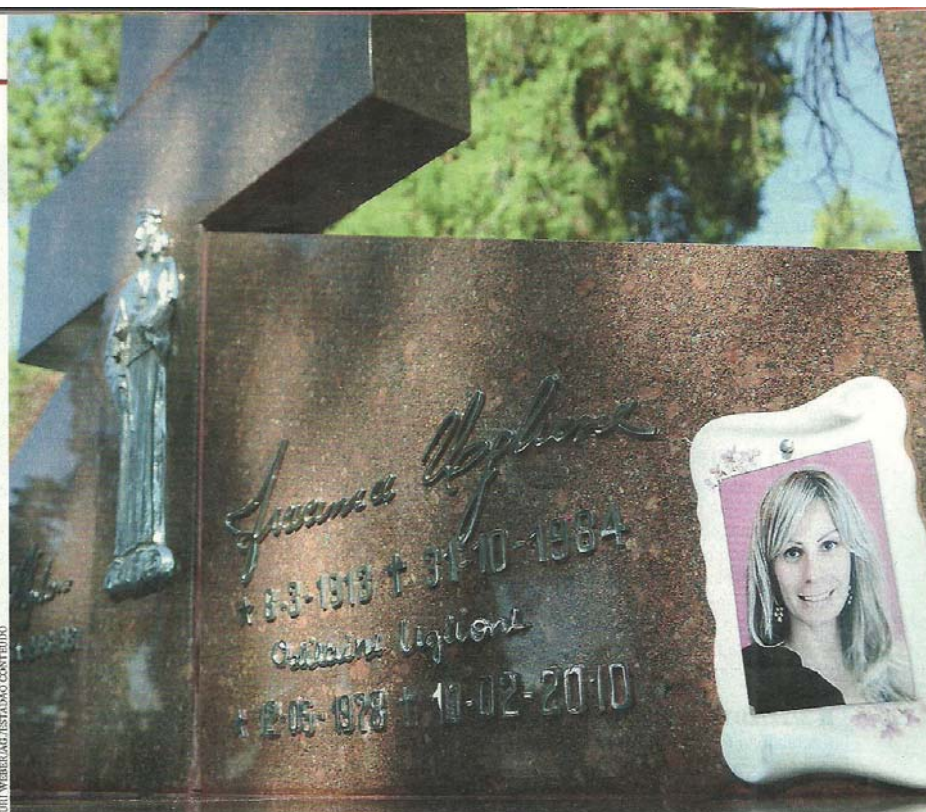
parte do mês, fazia refeições e lições da escola. O menino chamava os filhos do casal de “mano” e “mana”. “A Juçara até cortava as unhas dele”, contou Fátima Uglione, prima de Bernardo. Todas as vezes que o casal tentava fazer o menino falar dos problemas em casa, ele cortava o assunto.

A morte de Bernardo foi um caso em que a Justiça não tardou, mas no final falhou. Na tarde em que ele foi sozinho ao Centro da Criança e do Adolescente, declarou que queria ficar com a família Petry. Uma promotora chegou a procurar Carlos e Juçara, mas eles preferiram não se indispor com o pai do menino. Diante disso, a promotora entrou com uma ação, no dia 31 de janeiro, pedindo a transferência da guarda de Bernardo para a sua avó materna, Jussara Uglione (veja a entrevista na pág. 82). Na audiência que se seguiu à abertura do processo, Boldrini negou-se a entregar a guarda do menino. Pediu uma segunda chance e dispôs-se, inclusive, a atender a alguns desejos do filho, como ter um peixinho de aquário (a madrasta havia proibido qualquer animal de estimação

COMEÇO DO CALVÁRIO O túmulo da mãe de Bernardo, que teria se matado. Um mês depois, Boldrini foi viver com Graciele, e o sofrimento do filho começou

em casa). Como não havia sinais de que a criança sofresse violência física, o juiz Fernando Vieira dos Santos concedeu noventa dias para que Boldrini cumprisse a promessa de melhorar sua relação com o filho. Bernardo foi morto trinta dias antes de o prazo expirar.

O ginecologista Ivo Weis, colega e ex-vizinho de Boldrini, afirma que Graciele tentava jogar o marido contra o filho. “Segundo uma babá, ela inventava coisas que o Bernardo teria feito para que o pai o castigasse quando chegasse em casa”, diz. A situação do menino piorou quando o cirurgião e Graciele tiveram uma filha, há mais de um ano. Bernardo adorava a irmã, mas a madrasta o proibia de pegá-la. No dia em que ele desapareceu, no entanto, Graciele deixou que ele a abraçasse. “Ela nem exigiu que ele lavasse as mãos. Achamos tão estranho que até comentamos, eu e a babá da nenê”, conta a



Crime

Do abandono à morte

Bernardo foi sozinho ao juizado em busca da ajuda que não chegou a tempo

■ Nov/2013

Uma assistente social de Três Passos relata à promotora Dinamércia de Oliveira sua preocupação com a situação de Bernardo, pois ouviu vários comentários na cidade sobre o abandono afetivo do "filho do médico". E pergunta se o Ministério Público tem medo de tomar uma providência porque a família é de classe alta

■ 29/11/2013

A promotoria recebe um relatório do conselho tutelar informando que o menino era vítima de negligência familiar e que precisava de acompanhamento, mas seu pai, Leandro Boldrini, insistia que estava tudo bem e que o conselho deveria se preocupar com crianças carentes. No mesmo dia, chega uma carta da escola dizendo que o menino tinha problemas afetivos, que se recusava a fazer as tarefas e era fechado. O pai havia sido procurado pela escola, mas não se importou

■ 3/12/2013

Um relatório feito pelo conselho tutelar mostra que Bernardo era rejeitado pela madrasta e comia e dormia na casa de amigos. O texto citava uma família "do coração" de Bernardo, em cuja casa ele passava fins de semana sem o pai saber onde estava

■ 11/12/2013

O conselho tutelar informa à promotoria que o pai não havia levado Bernardo a uma entrevista com um psicólogo e se recusava a receber os assistentes sociais

■ 16/12/2013

O advogado da avó materna de Bernardo, Jussara Uglione, manda um e-mail à promotoria pedindo os documentos do processo, porque ela tinha intenção de ficar com a guarda do neto

■ 13/1/2014

Jussara deveria ser ouvida pelo Ministério Público em Santa Maria, onde vive, mas pediu que o depoimento fosse adiado, pois queria falar ao lado de Bernardo

■ 24/1/2014

Bernardo vai sozinho ao 4º andar do Fórum de Três Passos, onde fica o Centro de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente. Ali conta que era ofendido diariamente pela madrasta, que o pai não se importava com ele e, por isso, queria viver com outra família. Funcionários do centro levam Bernardo para falar com a promotora Dinamércia, responsável por casos que envolvem crianças

■ 27/1/2014

A promotora procura a família indicada por Bernardo, mas ela se recusa a ficar com o menino, alegando que não quer se indispor com o pai dele

■ 31/1/2014

O Ministério Público pede à Justiça que dê a guarda de Bernardo à sua avó materna, como uma medida para protegê-lo. O juiz Fernando Vieira Santos, da Infância e Juventude, marca uma audiência com o pai do garoto

■ 11/2/2014

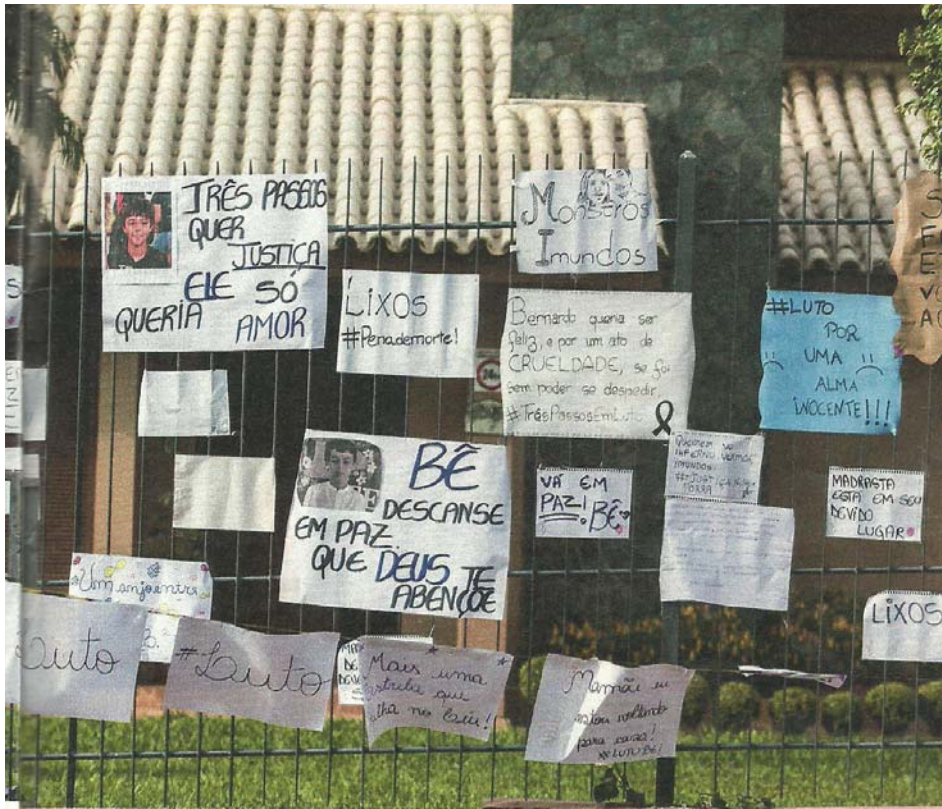
Em audiência, Boldrini diz que não quer entregar seu filho e pede uma chance de reaproximação. O juiz dá um prazo de noventa dias para reavaliar a situação e marca nova audiência para 13 de maio, à qual Leandro e Bernardo devem ir juntos

■ 14/4/2014

O corpo de Bernardo é encontrado enterrado às margens de um rio em Frederico Westphalen, cidade próxima a Três Passos

ARQUIVO DE FAMILIA





empregada Margarete Machado.

A indiferença paterna não foi suficiente para matar o amor filial. Por anos, Bernardo manteve-se calado, sem se queixar. No ano passado, chegou a declarar a um jornal da cidade, numa seção de perfis infantis chamada Espaço Criança, que queria ser médico e que Boldrini era seu "herói". Quando a mãe morreu, ele tinha 7 anos. Na ocasião, Odilaine e Boldrini estavam se separando. Havia partido do cirurgião a iniciativa do divórcio, ao qual a mulher resistiu por algum tempo. Estava tudo acertado para



UMA CIDADE DE LUTO

O velório de Bernardo e mensagens de despedida no portão de sua casa: moradores de Três Passos sabiam da situação do menino e procuraram ajudá-lo.

Quando o corpo foi descoberto, tentaram incendiar a casa de Boldrini, mas a polícia os impediu

que Odilaine recebesse metade do patrimônio familiar — 1,5 milhão de reais, mais uma pensão de, ao menos, 6 000 reais — quando ela foi encontrada morta no antigo consultório do cirurgião, com um tiro na cabeça. A polícia concluiu que se tratou de suicídio, mas a família nunca acreditou. O advogado Marlon Taborda, que defende a família dela, agora vai tentar reabrir o inquérito. Segundo ele, duas testemunhas que, por medo, não depuseram na época já o procuraram e disseram que têm informações sobre o caso.

A polícia ainda não sabe os motivos do crime. A aventada hipótese de uma disputa pelo patrimônio que Bernardo teria herdado de Odilaine não faz sentido, já que Boldrini teria o controle sobre o dinheiro do filho até ele completar 18 anos. Se o motivo é incerto, a delegada Caroline Machado diz não ter dúvidas sobre o que ocorreu na tarde daquela sexta-feira, 4 de abril: de acordo com o relato da assistente social Edelvânia Wirganovicz, a amiga de Graciele, a madrastra de Bernardo levou o menino em sua caminhonete L200 preta até a cidade



Ele estava “magrinho” e calado, diz avó

Jussara Uglione, 73 anos, avó materna de Bernardo, tentava manter contato com o neto desde a morte da filha, em 2010. Em janeiro, encontrou-o pela primeira vez em quatro anos

A senhora tinha uma boa relação com Leandro? Nunca gostei dele. Nem fui ao casamento dele com a Odilaine porque não fazia gosto. **Por que ele e sua filha se separaram?** Leandro andou pulando a cerca, sempre foi “chineiro” (mulherengo). Essa mulher (Graciele) era uma das que mais andavam com ele quando ainda era casado com minha filha. Ela trabalhava num posto de saúde desses de interior e depois foi ser secretária dele. **A senhora acredita que Odilaine se suicidou?** Não. Ela era miudinha, não tinha condições de espiçar o braço com um 38 na mão e atirar nela mesma. Sempre desconfiei dele.

Qual foi a última vez que viu seu neto? Em janeiro ele veio a Santa Maria. Fomos ao supermercado, levei-o para patinar no gelo. Mas, quando o vi, nem parecia o mesmo Bernardo que eu conhecia, de tão magrinho.

Há quanto tempo não o via? Quatro anos. O Leandro não deixava eu visitá-los. Desde que minha filha morreu, quis romper conosco, disse que estava numa outra etapa da vida. Eu ligava, fui várias vezes a Três Passos, mas ele não me atendia e não me recebia.

Bernardo se queixava do pai ou da madrasta? Via que ele não podia falar muita coisa de casa. Ficava mais calado. Eu perguntava: “Como está a vida por lá?”. Ele só dizia: “Muito diferente”. Ou então: “A Keli (apelido da madrasta) brigou comigo”.

Leandro era um dos médicos mais conceituados da cidade, tinha um bom padrão de vida. O Bernardo desfrutava disso? Os amigos contam que ele andava mal-arrumado, pedia comida. Desde que a mãe dele morreu, meu neto não ganhou uma roupa nova.

A FILHA E, AGORA, O NETO Jussara, de 73 anos, afirma que tentou várias vezes visitar Bernardo, mas o ex-marido da filha não a deixava encontrá-lo

de Cristal do Sul, onde Edelvânia mora. No trajeto, foi multada por excesso de velocidade. O policial que lavrou a multa disse a VEJA ter visto o menino no banco de trás — acordado e com cinto de segurança. Na casa de Edelvânia, Graciele dopou Bernardo e depois o matou com uma injeção letal. O corpo do garoto foi encontrado enterrado numa vala na vizinha cidade de Frederico Westphalen. Segundo os investigadores, imagens de câmeras de segurança mostram Graciele e Edelvânia no carro com o menino, e depois, sem ele. O pai não teria participado da execução, mas ajudado a acobertá-la, acredita a polícia. Em depoimento, Boldrini negou qualquer envolvimento no crime. Graciele não se manifestou. Na terça-feira passada, depois da prisão do casal, moradores da cidade foram à casa deles na intenção de incendiá-la. Foram contidos pela delegada, que disse que poderiam destruir provas. Por muito tempo, o grito de socorro de Bernardo ainda ecoará em Três Passos. ■

COM REPORTAGEM DE PIETER ZALIS, LUCIANO PÁDUA, LUCAS SOUZA, FELIPE FRAZÃO E ALANA RIZZO