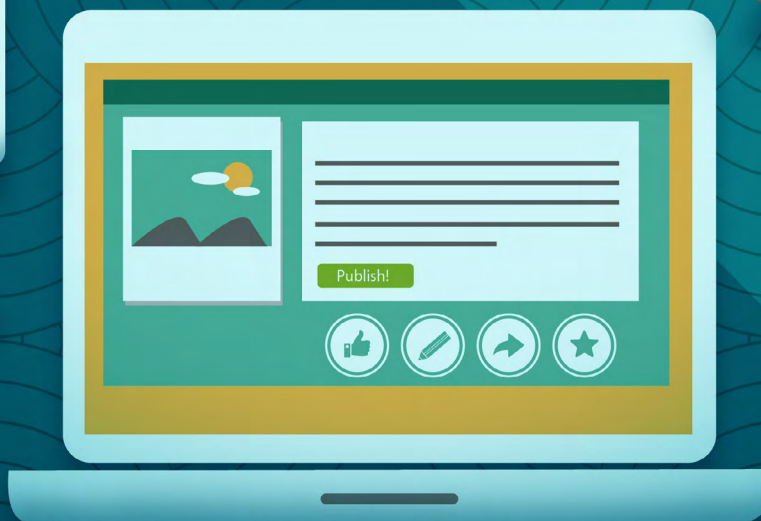


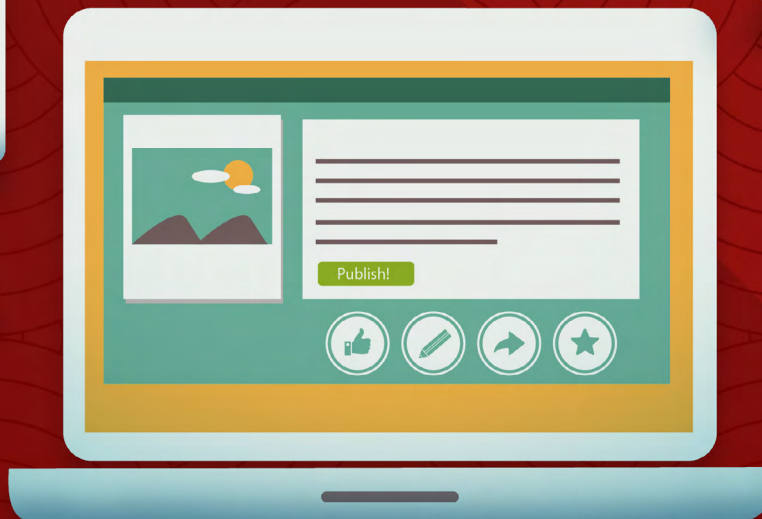
organizadores  
Renato Caixeta da Silva  
Lizainny Aparecida Alves Queiroz

# MULTIMODALIDADE e DISCURSOS



organizadores  
Renato Caixeta da Silva  
Lizainny Aparecida Alves Queiroz

# MULTIMODALIDADE e DISCURSOS



**POSLING**  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO  
EM ESTUDOS DE LINGUAGENS

 **pimenta**  
**2021**  
SÃO PAULO

Copyright © Pimenta Cultural, alguns direitos reservados.

Copyright do texto © 2021 os autores e as autoras.

Copyright da edição © 2021 Pimenta Cultural.

Esta obra é licenciada por uma Licença Creative Commons: Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional - CC BY-NC (CC BY-NC-ND). Os termos desta licença estão disponíveis em: <<https://creativecommons.org/licenses/>>. Direitos para esta edição cedidos à Pimenta Cultural. O conteúdo publicado não representa a posição oficial da Pimenta Cultural.

## CONSELHO EDITORIAL CIENTÍFICO

### Doutores e Doutoradas

Airton Carlos Batistela

*Universidade Católica do Paraná, Brasil*

Alaim Souza Neto

*Universidade do Estado de Santa Catarina, Brasil*

Alessandra Regina Müller Germani

*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

Alexandre Antonio Timbane

*Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil*

Alexandre Silva Santos Filho

*Universidade Federal de Goiás, Brasil*

Aline Daiane Nunes Mascarenhas

*Universidade Estadual da Bahia, Brasil*

Aline Pires de Moraes

*Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil*

Aline Wendpap Nunes de Siqueira

*Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil*

Ana Carolina Machado Ferrari

*Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil*

Andre Luiz Alvarenga de Souza

*Emill Brunner World University, Estados Unidos*

Andreza Regina Lopes da Silva

*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Antonio Henrique Coutelo de Moraes

*Universidade Católica de Pernambuco, Brasil*

Arthur Vianna Ferreira

*Universidade Católica de São Paulo, Brasil*

Bárbara Amaral da Silva

*Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil*

Beatriz Braga Bezerra

*Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil*

Bernadette Beber

*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Breno de Oliveira Ferreira

*Universidade Federal do Amazonas, Brasil*

Carla Wanessa Caffagni

*Universidade de São Paulo, Brasil*

Carlos Adriano Martins

*Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil*

Caroline Chioquetta Lorenset

*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Cláudia Samuel Kessler

*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

Daniel Nascimento e Silva

*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Daniela Susana Segre Guertzenstein

*Universidade de São Paulo, Brasil*

Danielle Aparecida Nascimento dos Santos

*Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil*

Delton Aparecido Felipe

*Universidade Estadual de Maringá, Brasil*

Dorama de Miranda Carvalho

*Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil*

Doris Roncareli

*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Elena Maria Mallmann

*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

Emanoel Cesar Pires Assis

*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Erika Viviane Costa Vieira

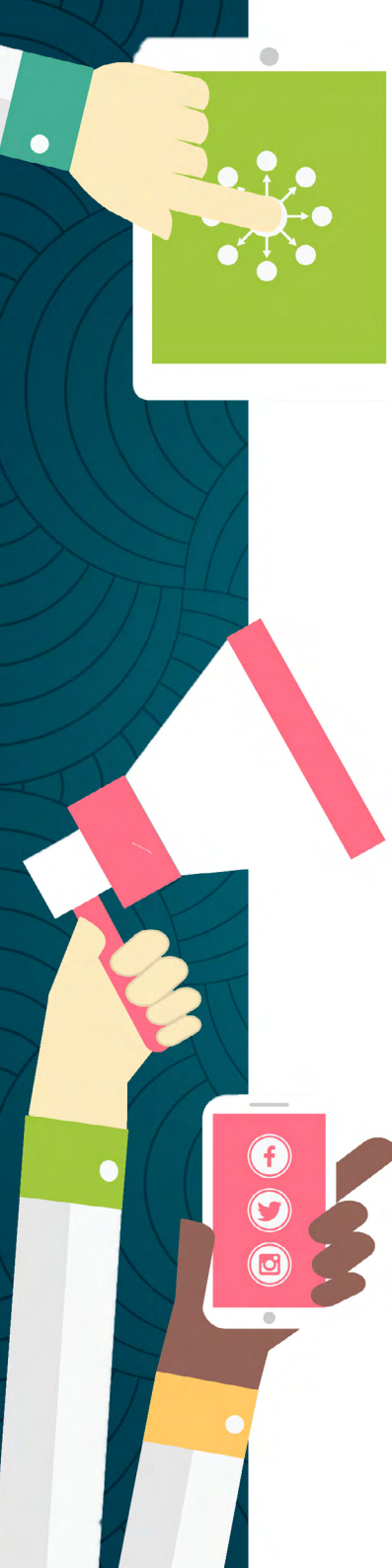
*Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Brasil*

Everly Pegoraro

*Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil*

Fábio Santos de Andrade

*Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil*



Fauston Negreiros

*Universidade Federal do Ceará, Brasil*

Felipe Henrique Monteiro Oliveira

*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

Fernando Barcellos Razuck

*Universidade de Brasília, Brasil*

Francisca de Assiz Carvalho

*Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil*

Gabriela da Cunha Barbosa Saldanha

*Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil*

Gabrielle da Silva Forster

*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

Guilherme do Val Toledo Prado

*Universidade Estadual de Campinas, Brasil*

Hebert Elias Lobo Sosa

*Universidad de Los Andes, Venezuela*

Helciclever Barros da Silva Vitoriano

*Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais  
Anísio Teixeira, Brasil*

Helen de Oliveira Faria

*Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil*

Heloisa Candello

*IBM e University of Brighton, Inglaterra*

Heloisa Juncklaus Preis Moraes

*Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil*

Ismael Montero Fernández,

*Universidade Federal de Roraima, Brasil*

Jeronimo Becker Flores

*Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil*

Jorge Eschriqui Vieira Pinto

*Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil*

Jorge Luís de Oliveira Pinto Filho

*Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil*

José Luís Giovanoni Fornos Pontifícia

*Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil*

Josué Antunes de Macêdo

*Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil*

Júlia Carolina da Costa Santos

*Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil*

Juliana de Oliveira Vicentini

*Universidade de São Paulo, Brasil*

Juliana Tiburcio Silveira-Fossaluzza

*Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil*

Julierme Sebastião Moraes Souza

*Universidade Federal de Uberlândia, Brasil*

Karlla Christine Araújo Souza

*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

Laionel Vieira da Silva

*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

Leandro Fabricio Campelo

*Universidade de São Paulo, Brasil*

Leonardo Jose Leite da Rocha Vaz

*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

Leonardo Pinheiro Mozdzenski

*Universidade Federal de Pernambuco, Brasil*

Lidia Oliveira

*Universidade de Aveiro, Portugal*

Luan Gomes dos Santos de Oliveira

*Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil*

Luciano Carlos Mendes Freitas Filho

*Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil*

Lucila Romano Tragtenberg

*Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil*

Lucimara Rett

*Universidade Metodista de São Paulo, Brasil*

Marceli Cherchiglia Aquino

*Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil*

Marcia Raika Silva Lima

*Universidade Federal do Piauí, Brasil*

Marcos Uzel Pereira da Silva

*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

Marcus Fernando da Silva Praxedes

*Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil*

Margareth de Souza Freitas Thomopoulos

*Universidade Federal de Uberlândia, Brasil*

Maria Angelica Penatti Pipitone

*Universidade Estadual de Campinas, Brasil*

Maria Cristina Giorgi

*Centro Federal de Educação Tecnológica*

*Celso Suckow da Fonseca, Brasil*

Maria de Fátima Scaffo

*Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil*

Maria Isabel Imbroni

*Universidade de São Paulo, Brasil*

Maria Luzia da Silva Santana

*Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil*

Maria Sandra Montenegro Silva Leão

*Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil*

Michele Marcelo Silva Bortolai

*Universidade de São Paulo, Brasil*

Miguel Rodrigues Netto

*Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil*

Nara Oliveira Salles

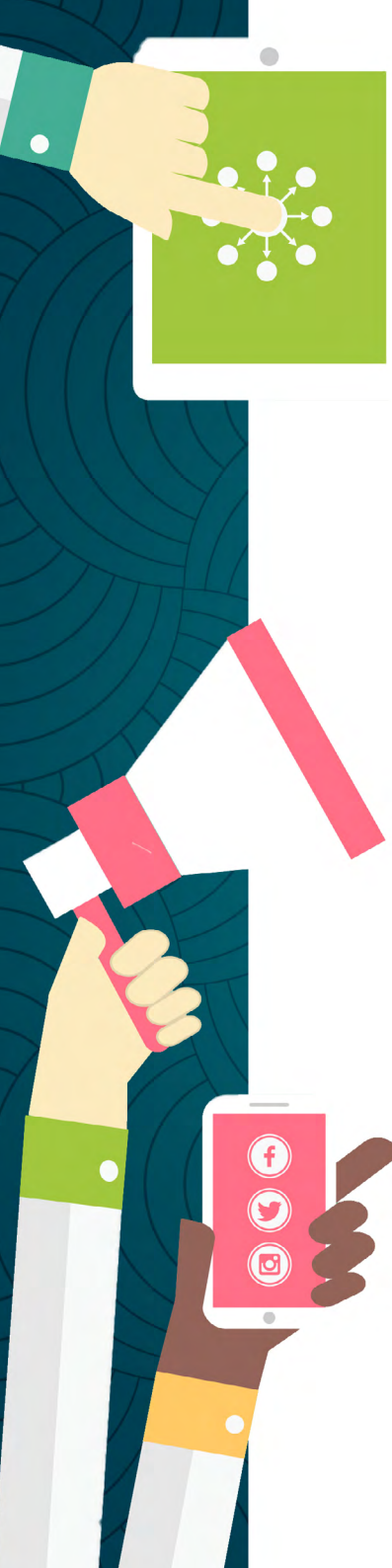
*Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil*

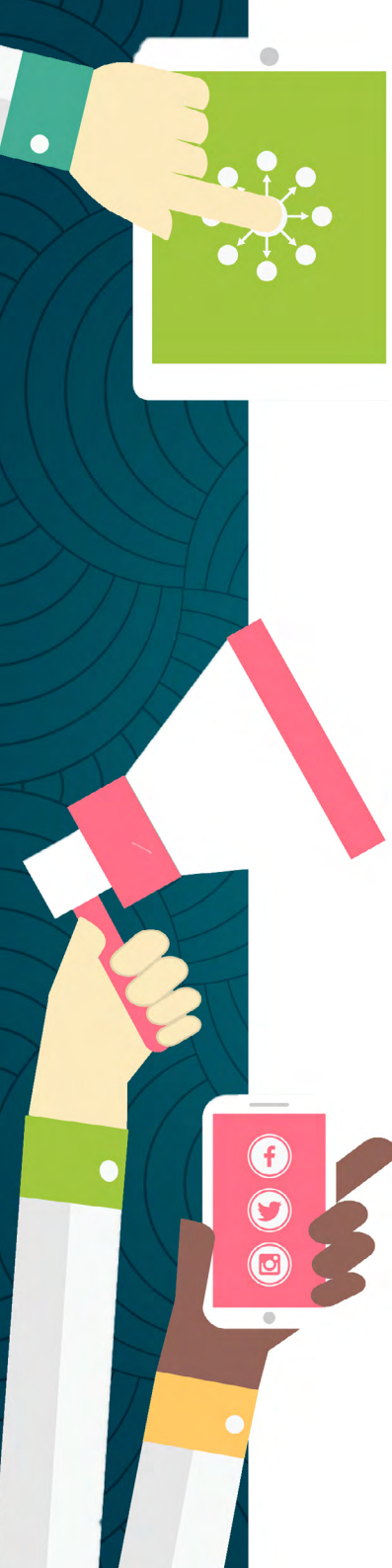
Neli Maria Mengalli

*Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil*

Patricia Biegging

*Universidade de São Paulo, Brasil*





Patrícia Helena dos Santos Carneiro  
*Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil*

Patrícia Oliveira  
*Universidade de Aveiro, Portugal*

Patricia Mara de Carvalho Costa Leite  
*Universidade Federal de São João del-Rei, Brasil*

Paulo Augusto Tamanini  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Priscilla Stuart da Silva  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Radamés Mesquita Rogério  
*Universidade Federal do Ceará, Brasil*

Ramofly Bicalho Dos Santos  
*Universidade de Campinas, Brasil*

Ramon Taniguchi Piretti Brandao  
*Universidade Federal de Goiás, Brasil*

Rarielle Rodrigues Lima  
*Universidade Federal do Maranhão, Brasil*

Raul Inácio Busarello  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Renatto Cesar Marcondes  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

Ricardo Luiz de Bittencourt  
*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

Rita Oliveira  
*Universidade de Aveiro, Portugal*

Robson Teles Gomes  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

Rodiney Marcelo Braga dos Santos  
*Universidade Federal de Roraima, Brasil*

Rodrigo Amancio de Assis  
*Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil*

Rodrigo Sarruge Molina  
*Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil*

Rosane de Fatima Antunes Obregon  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Sebastião Silva Soares  
*Universidade Federal do Tocantins, Brasil*

Simone Alves de Carvalho  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

Stela Maris Vaucher Farias  
*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

Tadeu João Ribeiro Baptista  
*Universidade Federal de Goiás, Brasil*

Tania Micheline Miorando  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

Tarcísio Vanzin  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Thiago Barbosa Soares  
*Universidade Federal de São Carlos, Brasil*

Thiago Camargo Iwamoto  
*Universidade de Brasília, Brasil*

Thyana Farias Galvão  
*Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil*

Valdir Lamim Guedes Junior  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

Valeska Maria Fortes de Oliveira  
*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

Vanessa Elisabete Raue Rodrigues  
*Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil*

Vania Ribas Ulbricht  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Wagner Corsino Enedino  
*Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil*

Wanderson Souza Rabello  
*Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil*

Washington Sales do Monte  
*Universidade Federal de Sergipe, Brasil*

Wellington Furtado Ramos  
*Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil*

## PARECERISTAS E REVISORES(AS) POR PARES

### Avaliadores e avaliadoras Ad-Hoc

Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

Adilson Cristiano Habowski  
*Universidade La Salle - Canoas, Brasil*

Adriana Flavia Neu  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

Aguimario Pimentel Silva  
*Instituto Federal de Alagoas, Brasil*

Alessandra Dale Giacomini Terra  
*Universidade Federal Fluminense, Brasil*

Alessandra Figueiró Thornton  
*Universidade Luterana do Brasil, Brasil*



Alessandro Pinto Ribeiro  
*Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil*

Alexandre João Appio  
*Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil*

Aline Corso  
*Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil*

Aline Marques Marino  
*Centro Universitário Salesiano de São Paulo, Brasil*

Aline Patrícia Campos de Tolentino Lima  
*Centro Universitário Moura Lacerda, Brasil*

Ana Emídia Sousa Rocha  
*Universidade do Estado da Bahia, Brasil*

Ana Iara Silva Deus  
*Universidade de Passo Fundo, Brasil*

Ana Julia Bonzanini Bernardi  
*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

Ana Rosa Gonçalves De Paula Guimarães  
*Universidade Federal de Uberlândia, Brasil*

André Gobbo  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

Andressa Antonio de Oliveira  
*Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil*

Andressa Wiebusch  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

Angela Maria Farah  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

Anísio Batista Pereira  
*Universidade Federal de Uberlândia, Brasil*

Anne Karynne da Silva Barbosa  
*Universidade Federal do Maranhão, Brasil*

Antônia de Jesus Alves dos Santos  
*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

Antonio Edson Alves da Silva  
*Universidade Estadual do Ceará, Brasil*

Ariane Maria Peronio Maria Fortes  
*Universidade de Passo Fundo, Brasil*

Ary Albuquerque Cavalcanti Junior  
*Universidade do Estado da Bahia, Brasil*

Bianca Gabrieli Ferreira Silva  
*Universidade Federal de Pernambuco, Brasil*

Bianka de Abreu Severo  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

Bruna Carolina de Lima Siqueira dos Santos  
*Universidade do Vale do Itajaí, Brasil*

Bruna Donato Reche  
*Universidade Estadual de Londrina, Brasil*

Bruno Rafael Silva Nogueira Barbosa  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

Camila Amaral Pereira  
*Universidade Estadual de Campinas, Brasil*

Carlos Eduardo Damian Leite  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

Carlos Jordan Lapa Alves  
*Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil*

Carolina Fontana da Silva  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

Carolina Fragoso Gonçalves  
*Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil*

Cássio Michel dos Santos Camargo  
*Universidade Federal do Rio Grande do Sul-Faced, Brasil*

Cecília Machado Henriques  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

Cíntia Morales Camillo  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

Claudia Dourado de Salces  
*Universidade Estadual de Campinas, Brasil*

Cleonice de Fátima Martins  
*Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil*

Cristiane Silva Fontes  
*Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil*

Cristiano das Neves Vilela  
*Universidade Federal de Sergipe, Brasil*

Daniele Cristine Rodrigues  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

Daniella de Jesus Lima  
*Universidade Tiradentes, Brasil*

Dayara Rosa Silva Vieira  
*Universidade Federal de Goiás, Brasil*

Dayse Rodrigues dos Santos  
*Universidade Federal de Goiás, Brasil*

Dayse Sampaio Lopes Borges  
*Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil*

Deborah Susan Sampaio Sousa Lima  
*Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil*

Diego Pizaro  
*Instituto Federal de Brasília, Brasil*

Diogo Luiz Lima Augusto  
*Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil*

Ederson Silveira  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Elaine Santana de Souza  
*Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil*

Eleonora das Neves Simões  
*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

Elias Theodoro Mateus  
*Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil*

Elisiene Borges Leal  
*Universidade Federal do Piauí, Brasil*

Elizabeth de Paula Pacheco  
*Universidade Federal de Uberlândia, Brasil*

Eliizânia Sousa do Nascimento  
*Universidade Federal do Piauí, Brasil*

Elton Simomukay  
*Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil*

Elvira Rodrigues de Santana  
*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

Emanuella Silveira Vasconcelos  
*Universidade Estadual de Roraima, Brasil*

Érika Catarina de Melo Alves  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

Everton Boff  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

Fabiana Aparecida Vilaça  
*Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil*

Fabiano Antonio Melo  
*Universidade Nova de Lisboa, Portugal*

Fabricia Lopes Pinheiro  
*Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil*

Fabício Nascimento da Cruz  
*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

Francisco Geová Goveia Silva Júnior  
*Universidade Potiguar, Brasil*

Francisco Isaac Dantas de Oliveira  
*Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil*

Francisco Jeimes de Oliveira Paiva  
*Universidade Estadual do Ceará, Brasil*

Gabriella Eldereti Machado  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

Gean Breda Queiros  
*Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil*

Germano Ehlert Pollnow  
*Universidade Federal de Pelotas, Brasil*

Glauco Martins da Silva Bandeira  
*Universidade Federal Fluminense, Brasil*

Graciele Martins Lourenço  
*Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil*

Handerson Leylton Costa Damasceno  
*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

Helena Azevedo Paulo de Almeida  
*Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil*

Heliton Diego Lau  
*Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil*

Hendy Barbosa Santos  
*Faculdade de Artes do Paraná, Brasil*

Inara Antunes Vieira Willerdig  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Ivan Farias Barreto  
*Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil*

Jacqueline de Castro Rimá  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

Jeane Carla Oliveira de Melo  
*Universidade Federal do Maranhão, Brasil*

João Eudes Portela de Sousa  
*Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil*

João Henriques de Sousa Junior  
*Universidade Federal de Pernambuco, Brasil*

Joelson Alves Onofre  
*Universidade Estadual de Santa Cruz, Brasil*

Juliana da Silva Paiva  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

Junior César Ferreira de Castro  
*Universidade Federal de Goiás, Brasil*

Lais Braga Costa  
*Universidade de Cruz Alta, Brasil*

Leia Mayer Eying  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

Manoel Augusto Polastrelli Barbosa  
*Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil*

Marcio Bernardino Sirino  
*Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil*

Marcos dos Reis Batista  
*Universidade Federal do Pará, Brasil*

Maria Edith Maroca de Avelar Rivelli de Oliveira  
*Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil*

Michele de Oliveira Sampaio  
*Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil*

Miriam Leite Farias  
*Universidade Federal de Pernambuco, Brasil*

Natália de Borba Pugens  
*Universidade La Salle, Brasil*

Patricia Flavia Mota  
*Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil*

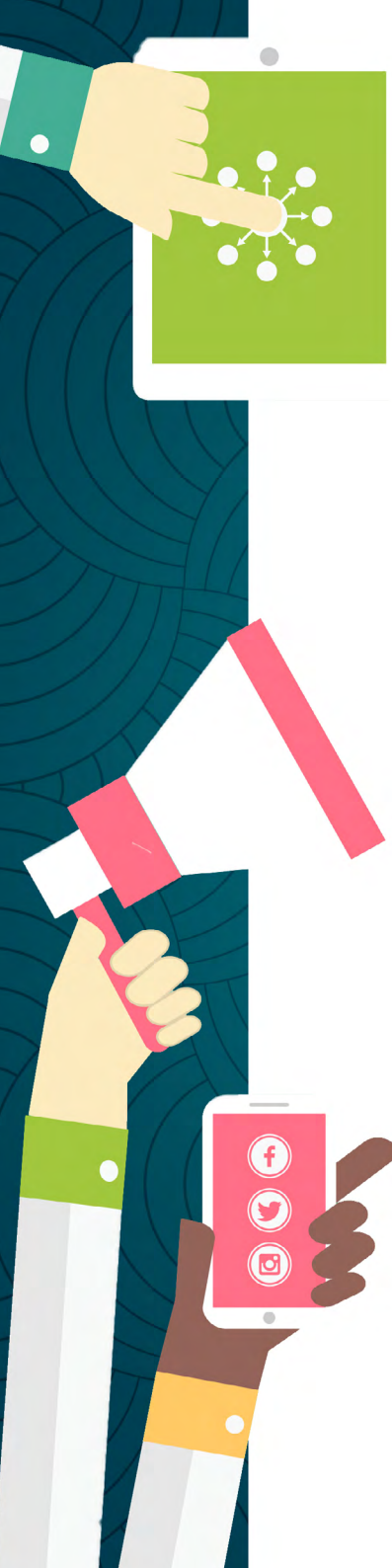
Raick de Jesus Souza  
*Fundação Oswaldo Cruz, Brasil*

Railson Pereira Souza  
*Universidade Federal do Piauí, Brasil*

Rogério Rauber  
*Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil*

Samuel André Pompeo  
*Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil*

Simoni Urnau Bonfiglio  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*



Tayson Ribeiro Teles  
*Universidade Federal do Acre, Brasil*

Valdemar Valente Júnior  
*Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil*

Wallace da Silva Mello  
*Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil*

Wellton da Silva de Fátima  
*Universidade Federal Fluminense, Brasil*

Weyber Rodrigues de Souza  
*Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Brasil*

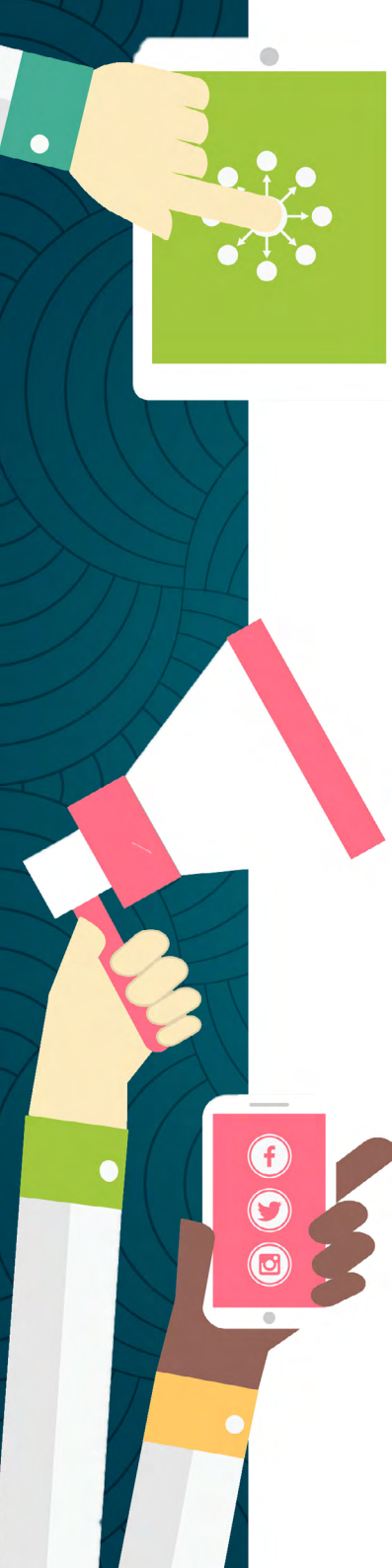
Wilder Kleber Fernandes de Santana  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

## PARECER E REVISÃO POR PARES

Os textos que compõem esta obra foram submetidos para avaliação do Conselho Editorial da Pimenta Cultural, bem como revisados por pares, sendo indicados para a publicação.







Direção editorial Patricia Biegling  
Raul Inácio Busarello

Diretor de sistemas Marcelo Eyng

Editora executiva Patricia Biegling

Assistente editorial Landressa Schiefelbein

Diretor de criação Raul Inácio Busarello

Assistente de arte Ligia Andrade Machado

Editoração eletrônica Peter Valmorbida

Imagens da capa Macrovector, Ibrandify, Freepik - Freepik.com

Revisão Renato Caixeta da Silva  
Lizainny Aparecida Alves Queiroz

Organizadores Renato Caixeta da Silva  
Lizainny Aparecida Alves Queiroz

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

---

AM961 Multimodalidade e Discursos.  
Renato Caixeta da Silva, Lizainny Aparecida Alves Queiroz  
- organizadores. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021. 380p..

Inclui bibliografia.  
ISBN: 978-65-5939-136-3 (eBook)

1. Multimodalidade. 2. Linguagem. 3. Atualidades.  
4. Comunicação. 5. Política. 6. Discurso. 7. Redes Sociais.  
I. Silva, Renato Caixeta da. II. Queiroz, Lizainny Aparecida  
Alves. III. Título.

CDU: 81.42  
CDD: 410

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.363

---

**PIMENTA CULTURAL**  
São Paulo - SP  
Telefone: +55 (11) 96766 2200  
livro@pimentacultural.com  
www.pimentacultural.com



2 0 2 1

## SUMÁRIO

**Introdução..... 13**

**Multimodalidade e discursos –**

considerando diferentes  
modos e conhecimentos

*Renato Caixeta da Silva*

*Lizainny Aparecida Alves Queiróz*

Capítulo 1

**Implicações de se assumir  
a multimodalidade**

**nos estudos de linguagem..... 26**

***Implications of assuming  
multimodality in language studies***

*Renato Caixeta da Silva*

Capítulo 2

**O discurso multimodal  
e a comunicação científica..... 54**

***Multimodal discourse  
and scientific communication***

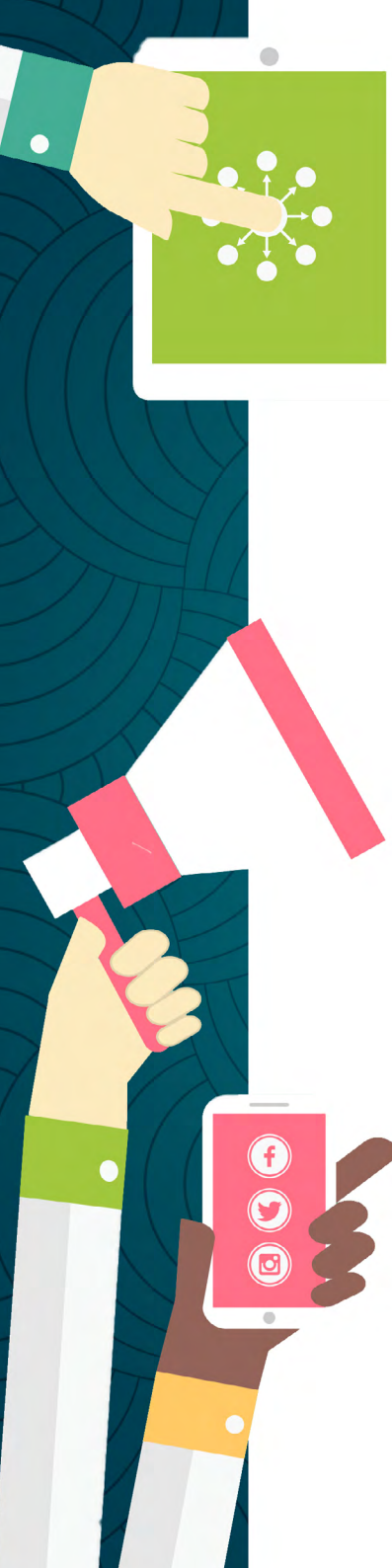
*Pollyanna de Mattos Moura Vecchio*

Capítulo 3

**O discurso multimodal além do humor  
na construção crítica de memes..... 81**

***Multimodal discourse beyond humor  
in the critical construction of memes***

*Mateus Esteves de Oliveira*



Capítulo 4

**Manifestações e polarização  
ideológica durante a pandemia  
do Novo Coronavírus:**

discurso e multimodalidade

em peças gráficas via redes sociais ..... 105

***Public manifestations and ideological  
polarization during the New***

***Coronavirus pandemic: discourse  
and multimodality in texts for social networks***

*Ana Elisa Ribeiro*

Capítulo 5

**Meu filho é trans:**

análise multimodal da matéria

veiculada pela revista Veja..... 124

***My child is trans: multimodal analysis  
of a news story by Veja Magazine***

*Adriana Maria Cunha*

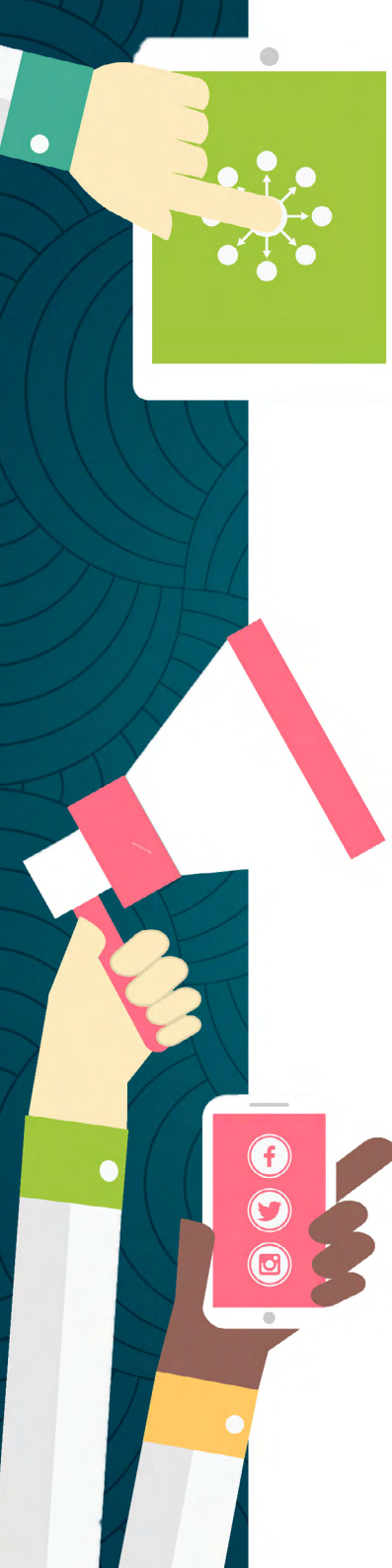
Capítulo 6

**Multimodalidade em rótulos**

**de alimentos: uma breve revisão..... 157**

***Multimodality in food label  
packages: a short review***

*Marta Rocha Costa*



Capítulo 7

- Para uma abordagem multimodal do colorismo:** multiletramento, negritude por conveniência e a tentativa de promoção da justiça social pelas cotas raciais..... 177

*For a multimodal approach to colorism: multiliteracy, blackness for convenience and attempt to promote social justice by racial quotes*  
Cláudio Márcio do Carmo

Capítulo 8

- As imagens publicitárias em movimento sob o viés da Análise do Discurso multimodal** ..... 206

*Advertising images in motion under multimodal discourse analysis*  
Lizainny Aparecida Alves Queiróz

Capítulo 9

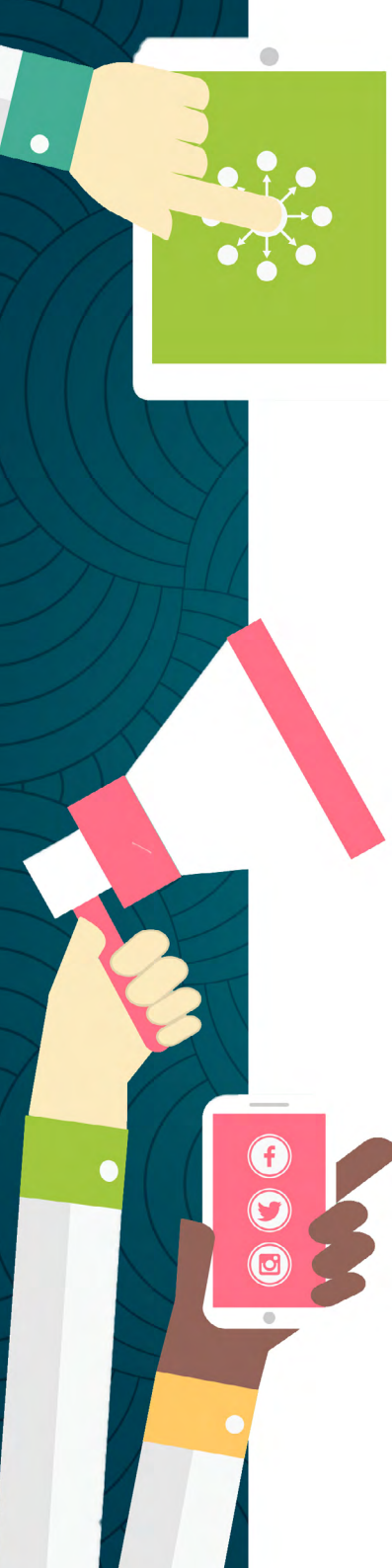
- Conhecimento e discurso político em uma revista semanal brasileira sobre as eleições de 2018** ..... 243

*Knowledge and political discourse in a Brazilian weekly magazine about 2018 elections*  
Marcos Roberto do Nascimento

Capítulo 10

- O leão Bolsonaro contra as hienas da democracia** ..... 278

*Bolsonaro lion against the democracy hyenas*  
Joarle Magalhães Soares



Capítulo 11

<b>Eleições 2018: web tira do armário argumentos multimodais que fascinam eleitores brasileiros.....</b>	<b>305</b>
--	------------

***2018 Elections: web reveals multimodal arguments which fascinate Brazilians***

*Magali Simone de Oliveira*

Capítulo 12

<b>Reflexões sobre o agenciamento político da questão migratória por meio da análise semiótica de uma capa da revista <i>Time</i> .....</b>	<b>330</b>
---	------------

***Reflections on the political agency of migration issue through the semiotic analysis of a cover of Time magazine***

*Flávia Campos Silva*

Capítulo 13

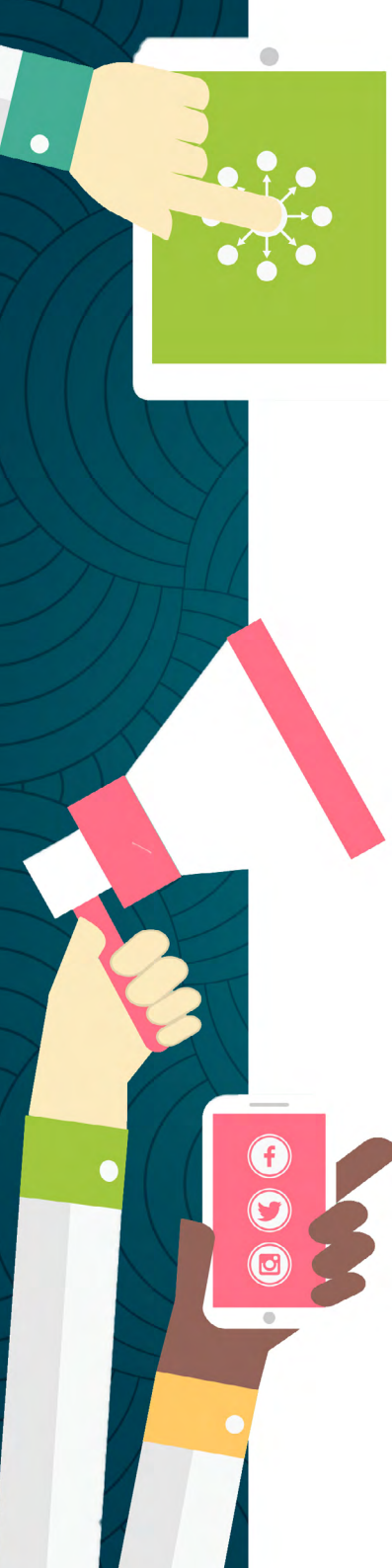
<b>Revisão de textos e design gráfico: uma análise dos ritos genéticos editoriais .....</b>	<b>351</b>
---	------------

***Text review and graphic design: an analysis of editorial genetic rites***

*Márcia Regina Romano*

<b>Sobre os autores e as autoras .....</b>	<b>373</b>
--	------------

<b>Índice remissivo.....</b>	<b>377</b>
------------------------------	------------



# INTRODUÇÃO

Renato Caixeta da Silva  
Lizainny Aparecida Alves Queiróz

**MULTIMODALIDADE  
E DISCURSOS –  
CONSIDERANDO  
DIFERENTES MODOS  
E CONHECIMENTOS**

## SUMÁRIO

A multimodalidade – presença conjunta de diferentes modos semióticos num evento comunicacional – é o estado natural da comunicação humana como mostrado por Kress (2010). Desde o início de sua existência o homem se comunica usando sons, criando e veiculando imagens, sinalizando com cores, conversando ou escrevendo – daí usando as diferentes línguas -organizando espaços, combinando e criando indumentárias, gesticulando e usando expressões faciais, enfim, de diferentes maneiras ao longo do tempo e do espaço em diversas culturas. Ainda que esse fenômeno não seja novo, cada vez mais a contemporaneidade nos impõe estudar esses diferentes modos semióticos, pois com os avanços da tecnologia ao longo da história, o acesso aos recursos de significação é possível a um número maior de pessoas. Atualmente, é possível criar uma fotografia com um aparelho de telefonia celular, editar essa imagem, acrescentar cores, desenhos, escrita, e ainda fazer circular nas redes sociais. A comunicação se faz dinâmica, a cultura do impresso e a palavra escrita vêm dando espaço para a tela e o uso de imagens (KRESS, 2003), como por exemplo emojis e figuras numa conversa no *whatsapp*. Além de tudo isso, já há muito tempo somos bombardeados por imagens nos meios de comunicação de massa, muitas vezes manipuladas ou com a insígnia de mostrar algo que seria “real” ou prova do “real”.

Sabemos que as imagens são recortes da realidade, podem ser manipuladas, podem ser entendidas de diferentes maneiras de acordo como são veiculadas, por quem, quando e onde. O mesmo acontece com gestos, músicas, cores, organizações espaciais, a língua falada ou escrita.

Nisso estão envolvidos poder, ideologia, modos de significar, maneiras de dizer e mostrar, organizar, tocar, cantar, movimentar-se, colorir, escrever e falar. Passamos do entendimento apenas da língua – modo verbal ou linguístico – para o entendimento da linguagem, ou como queiram alguns, das linguagens.

## SUMÁRIO

E quando isso acontece, pensamos em discursos. Discursos como conhecimentos socialmente construídos na sociedade sobre algum aspecto da realidade, e que estão atrelados aos interesses diversos das pessoas (KRESS e VAN LEEUWEN, 2001). E discurso, nessa ótica, não é entendido como apenas língua em curso, mas sim linguagem em curso. Consideramos que os diversos modos semióticos (língua oral ou escrita, gestos, cores, imagens, música, sons, organização espacial) são utilizados para a expressão dos conhecimentos e acontecem sempre em conjunto. Afinal, todo texto é multimodal, ainda que possa não parecer. Numa pintura, pelo menos imagens criadas e cores concorrem para construção de significados. Na fala, as palavras, expressões ou frases ditas estão sempre atreladas a gestos e à expressão facial. A escrita se constrói não apenas com palavras, mas também com marcas tipográficas ou manuscritas como negrito ou o grifo, pode ser feita em cores diferentes, e os espaços em branco na página são guias da leitura. Uma canção é uma mistura de sons de instrumentos, tons de vozes, palavras, ritmo, e ainda do desempenho de quem canta (com gestos, postura, roupa, dança).

Pensar em discurso nessa perspectiva é pensar a linguagem numa perspectiva semiótica, mais especificamente na perspectiva da semiótica social, pois é no social que são feitas as escolhas nos diferentes modos semióticos para a criação de significados. Assim, assumimos que o uso da língua não é arbitrário, e sim motivado, que os sujeitos são produtores de significado e de discursos, e usam a linguagem (portanto os discursos) como prática social. Quando nos engajamos num ato comunicacional, conscientes ou não, temos intenção de comunicar algo (um conteúdo) a alguém (um interagente), por meio de mensagens (textos em sentido amplo).

A visão da multimodalidade nessa perspectiva sociosemiótica implica considerar que as escolhas são permeadas pela ideologia e, da mesma maneira, o posicionamento é algo inevitável, pois ele é fruto de escolhas.



## SUMÁRIO

A escolha pelo viés sociosemiótico da multimodalidade guiou a disciplina Tópico Variável em Estudos de Linguagens: Multimodalidade e Gramática do Design Visual ministrada no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do CEFET-MG em 2018. Embora o foco principal fosse nessa teoria de linguagem, procurou-se não perder de vista o possível diálogo com outras teorias do discurso (sobretudo a Análise do Discurso Francesa e a Semiologia). É com esse viés ideológico, de que o saber se constrói dialógica e multiplamente, e que uma visão teórica não necessariamente suplanta a outra, que os trabalhos aqui apresentados são, em sua maioria, frutos do envolvimento de alunos dessa disciplina. Ainda, contamos com os trabalhos de colegas pesquisadores sobre o assunto. Essa é a ideia que se apresenta nos trabalhos descritos a seguir.

O capítulo “Implicações de se assumir a multimodalidade nos estudos de linguagem”, de Renato Caixeta da Silva, analisa a relação entre o crescente campo da multimodalidade e o estudo da linguagem. Ele abarca não apenas o uso da língua: fala e ou escrita – o modo verbal, mas também os diferentes modos semióticos do texto e da sociedade. Neste capítulo, o autor introduziu o conceito de multimodalidade como um fenômeno cada vez mais visível da comunicação e apresentamos os níveis de desenvolvimento da multimodalidade como um campo de pesquisa, expondo também os conceitos teóricos. Discuti e exemplifiquei noções-chave de uma perspectiva semiótica social aplicando-os à análise multimodal, apontando também os potenciais e as limitações destes procedimentos. Em vez de somente uma revisão abrangente dos estudos existentes em multimodalidade, o autor também discute os pressupostos, os tópicos e os níveis de desenvolvimentos analíticos na pesquisa multimodal que entendemos como mais relevantes para as relações entre a linguagem e a sociedade numa abordagem interdisciplinar capaz de promover o entendimento da ação de significar e do ato comunicacional.

SUMÁRIO

O capítulo seguinte, de Pollyanna de Mattos Moura Vecchio, intitulado “O discurso multimodal e a comunicação científica”, utilizando da teoria do Discurso Multimodal (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001), busca refletir sobre o impacto das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) em práticas tradicionais de edição científica. A autora aventa a hipótese de que a simples transposição do suporte impresso para o digital não leva o pesquisador a usufruir dos benefícios de um tipo de comunicação científica somente possível com o advento das NTICs. Para tanto, ela introduz as noções teóricas de discurso multimodal, de *design*, trata também dos elementos envolvidos na produção e de questões relacionadas aos bastidores da distribuição. Para melhor exemplificar a aplicação metodológica, apresenta-se estudo de caso visando investigar o funcionamento de um periódico científico que usufrui de forma inovadora do ambiente digital, transgredindo paradigmas tradicionalmente estabelecidos até o momento.

O próximo capítulo é “O Discurso Multimodal além do humor na construção crítica de memes”, de Mateus Esteves de Oliveira. Ele traz o tema respaldado na teoria de Kress e van Leeuwen, especificamente na busca das diferentes categorias em que os memes podem se enquadrar, dependendo da relação existente entre imagem e elemento verbal, além de seu impacto na qualidade da eventual interpretação. Ao abordar memes com a mesma imagem de fundo, mas com mensagens verbais distintas, foi possível compreender que o *design* interfere, especialmente, na formação semântica desse tipo de texto. Uma suposição subjacente ao capítulo, é que diferentes combinações de texto-imagem terão impacto, produzindo diferentes equilíbrios de efeitos cognitivos e esforço mental, este último às vezes estabilizado pela compensação de efeitos cognitivos adicionais na forma de implicações. No caso dos memes, essa ligação se apresenta pela aplicação da ironia de modo a provocar o efeito de humor e difundir o discurso latente na produção textual. Por isso, as escolhas são mais sensíveis à intenção do produtor e, constroem pistas textuais que ligam ideologicamente o

## SUMÁRIO

emissor ao receptor. A análise metodológica das postagens do trabalho reforçou a ideia de que os textos de diversos gêneros se constroem por meio da articulação de inúmeros modos semióticos.

O capítulo consecutivo, denominado “Manifestações e polarização ideológica durante a pandemia do Novo Corona vírus: discurso e multimodalidade em peças gráficas via redes sociais”, de Ana Elisa Ribeiro, tem como objetivo analisar peças publicadas em aplicativos de redes sociais. Para tanto, a autora primeiro busca definir: texto, texto multimodal, discurso e ainda lidar com algumas noções importantes para a multimodalidade, como as de design e layout, sobre as quais nem Kress e Van Leeuwen (2006) tiraram conclusões definitivas. Em seguida, faz uma aplicação metodológica da teoria com peças que compõem o *corpus*, em função de um mesmo chamamento a manifestações contrárias a certas atitudes do Presidente da República. A conclusão da autora é que a produção e a leitura destes textos multimodais parecem muito mais acessíveis e intuitivas a todos e por se tratarem de peças interessantes para aqueles que procuram fazer uma análise de textos multimodais e seus possíveis sentidos e discursos.

O artigo posterior, de Adriana Maria Cunha, “Meu filho é trans: análise multimodal da matéria veiculada pela revista Veja” retrata a abordagem recortada do contexto de uma pesquisa de doutoramento que se encontra em desenvolvimento a respeito de transexuais mulheres e sua inserção no mundo do trabalho. A proposta da exploração do *corpus* foi pensar o sujeito transexual em suas relações primárias no seio familiar, o lugar primeiro de aceitação, ou negação, de sua condição e identidade. A autora buscou uma análise multimodal baseada em Kress e Van Leeuwen sobre a imagem de capa e das entrevistas concedidas pelos pais na ocasião à revista VEJA em 2017. Na análise do modo verbal, priorizou-se a fala dos pais e mães ouvidos pela jornalista e que configuraram a maior parte dos entrevistados. Nessa matéria, ficou clara a importância da aceitação dos pais no processo de descoberta

## SUMÁRIO

e transição de gênero de seus filhos. A análise imagética endossou e reforçou entre si esse posicionamento; já os processos relacionais destacaram aspectos da fala dos pais relacionados a dois períodos distintos: antes e depois nas mudanças emocionais da transição vivenciadas pelos filhos. A autora conclui enfatizando importância de os meios de comunicação hegemônicos tematizarem questões como a transexualidade e a representatividade, avançando num papel salutar da informação, posto que, o Brasil ocupa a posição 'número um' no mapa dos assassinatos contra os transexuais.

Em seguida apresentamos o capítulo "Multimodalidade em rótulos de alimentos: uma breve revisão", de Marta Rocha da Costa. Nele, a autora faz uma revisão dos dados coletados na época da dissertação de mestrado defendida em 2012, em que analisou, conforme a Gramática do Design Visual de Kress e van Leeuwen, as instruções e o modo de preparo de quatro diferentes marcas de mistura para bolo que circulavam à época em Belo Horizonte/MG. Para se produzir as análises, naquela época, os participantes simularam a execução da receita escritas nas embalagens e opinaram sobre as que acharam mais fáceis de realizar. Os resultados indicaram não haver hierarquias entre os modos semióticos e que esses contribuem conjuntamente para a produção de sentidos. Realizada a partir de dois rótulos da pesquisa original, esta revisão demonstra como esses produtos apresentam novos rótulos, e neste capítulo a autora considera as mudanças ali presentes. Também, sinaliza para a importância da multimodalidade e da aplicação dos modos semióticos nesses objetos de leitura. Ao mesmo tempo em que dá mais poder de compreensão do produto ao consumidor, a compreensão do uso de diferentes elementos semióticos amplia as chances de aceitação das marcas analisadas.

No capítulo que vem a seguir, "Para uma abordagem multimodal do colorismo: multiletramento, negritude por conveniência e a tentativa de promoção da justiça social pelas cotas raciais", Cláudio Márcio

## SUMÁRIO

do Carmo aborda as faces do racismo, e aponta o colorismo como um fenômeno multimodal, que tem no corpo e na cor da pele seu suporte, e que ecoa processos sociais assimétricos e excludentes historicamente construídos. Para isto, o autor organizou o texto em duas seções: na primeira, trabalhou a dimensão multimodal e ideológica do colorismo ressaltando a categoria pardo e a instituição do negro por conveniência ao falarmos sobre os casos de fraude nas políticas de cotas para pretos/negros e pardos nas instituições federais de ensino e concursos públicos; na segunda parte, aborda o multiletramento para maior compreensão da dimensão da cor como uma linguagem socioculturalmente orientada pelo racismo e as implicações dessa prática social para uma crítica da cultura brasileira. Como aplicação metodológica, o autor analisa algumas fotografias buscando contribuições para uma compreensão mais ampla do que envolve a política de cotas como uma ação afirmativa significativa para grande parcela da população que sofre pela discriminação e pela injustiça social, garantindo-lhes suporte para o acesso a uma vida mais digna.

O capítulo seguinte, de Lizainny Aparecida Alves Queiróz, “As imagens publicitárias em movimento sob o viés da Análise do Discurso multimodal”, busca aplicar as metodologias de análise da Gramática do *Design Visual* (GDV) proposta por Kress e van Leeuwen (2006) e de análise estrutural da cena narrativa, de acordo com Bezerra (2017) em uma publicidade televisiva do refrigerante Coca Cola que tem como tema a família, intitulada “Toda casa tem suas regras, mas elas têm um sabor especial quando estamos juntos”. Durante as análises, a autora observou como ocorreu a interação entre os dois lados do discurso da TV: anunciante e telespectador/consumidor. Para a realização deste trabalho, foi apresentada a noção de discurso publicitário, que é tão utilizado por esse tipo de mídia, quanto para a difusão de informações e promoção de produtos, sendo ainda adotado na propagação de ações de interesse público. Os resultados alcançados indicaram que a interação entre ambos fortalece a rede como um todo e que, nesse

## SUMÁRIO

contexto, a imagem e o texto destacam os recursos próprios de cada linguagem, derivando em significados que se complementam.

“Conhecimento e discurso político em uma revista semanal brasileira nas eleições de 2018” é o capítulo assinado por Marcos Roberto do Nascimento. O autor analisa como as promessas de mudanças alardeadas antes das eleições de 2018 são exploradas em enunciados muito semelhantes por diferentes atores de classes sociais distintas. Mostra-se que o mantra da mudança seguiu-se a um processo sistemático de criminalização da política e combate à corrupção. O autor procurou analisar o discurso presente nas capas da revista *IstoÉ* durante o segundo turno das eleições presidenciais no Brasil, em 2018, utilizando os recursos de análise da Gramática do Design Visual, dos referenciais teóricos de Michel Foucault na Filosofia, e de Jessé Souza na Sociologia. A conclusão auferida foi que uma das capas dessa revista revelou -se como uma forma de difusão da mensagem multimodal (verbal e pictórica) de conteúdo informativo e persuasivo, apresentando o mundo e a ideologia que a sustentam de forma tão sedutora que permite hierarquizar, classificar e controlar a sociedade, atingindo, influenciando e modificando comportamentos individuais e coletivos. Enquanto gênero discursivo, foram usadas estratégias de construção de significados e circulação de certo conhecimento sobre política, fazendo parecer que a realidade é uma verdade inequívoca presente nas notícias que elas veiculam.

O próximo capítulo, de autoria de Joarle Magalhães Soares, é intitulado “O leão Bolsonaro contra as hienas da democracia”. Este autor propõe uma reflexão sobre a chegada de Jair Bolsonaro à Presidência da República, sobre o dizer, os discursos, a forma de governar e o jeito de fazer política do atual chefe de Estado. Já nos primeiros meses de mandato, foram incontáveis as manifestações desse governante que insuflaram ataques, provocaram a polarização de opiniões, incentivaram o preconceito e o ódio, disseminado

SUMÁRIO

polêmicas dentro e fora da mídia tradicional e das redes sociais, em especial, do *Twitter*, que se tornou o espaço preferencial destinado a abrigar os temas que regem o debate político no Brasil e a formar a opinião pública. Para corroborar com suas pesquisas, o autor analisou um vídeo que exibia um leão identificado como “presidente Bolsonaro” afugentando um grupo de hienas indicadas como distintas instituições republicanas, os partidos políticos, os veículos de imprensa e outras representações que o estariam perseguindo. Esta montagem foi muito disseminada em várias mídias sociais. Ao interpretar o vídeo observando de qual maneira texto e contexto se relacionavam e, considerando os significados ideacionais, interpessoais e textuais utilizados na produção do ato de comunicação discursivo, o autor chegou a várias conclusões que explicam as razões pelas quais essa postagem se tornou catalisador de uma vigorosa discussão sobre o *modus operandi* atual da democracia brasileira.

O capítulo consecutivo, denominado “Eleições 2018: web tira do armário argumentos multimodais que fascina eleitores brasileiros”, de Magali Simone de Oliveira, mostra como a análise de alguns memes ressaltou os *ethé* mais comuns associados ao candidato Bolsonaro em 2018. Essa reflexão parte da ideia de que o design explora a tendência de as quatro gerações atuais (*Boomers*, *X*, *Millenials* e *Z*) vivem em busca de valores do passado e do futuro, ou seja, de forma “descronologizados”, e que essa característica teria sido utilizada na produção de memes transformados em argumentos favoráveis à eleição do atual presidente. A *Gramática do Design Visual*, (2006) foi utilizada na pesquisa como instrumento para identificação e para a descrição de discursos políticos que, associados ao processo histórico no qual a população estava inserida em 2018, potencializaram a capacidade de manipulação, silenciando em parte, o pensamento crítico. A autora busca destacar que o uso dos discursos visuais transformou imagens em argumentos eficazes para convencer os eleitores de que Bolsonaro seria o “salvador da pátria”, “o herói que eliminaria os

## SUMÁRIO

adversários” classificados pelo candidato e por seu eleitorado como “comunistas”. Ficou claro que, no primeiro turno das eleições de 2018, as mídias sociais constituíram-se como ‘novo ágora’ da discussão política, demonstrando que o uso dos discursos multimodais configura-se em argumentos da retórica eleitoral desvinculados de discussões propositivas e do combate à desigualdade social, servindo, assim, para transformar pessoas em avatares de um poder simbólico.

O capítulo seguinte tem o título de “Reflexões sobre o agenciamento político da questão migratória por meio da análise semiótica da capa da revista *Time*” e é trazido por Flávia Campos Silva. Nele, a autora reflete a respeito do cenário migratório e suas políticas, a partir da análise da capa da edição de 2 de julho de 2018 da revista *Time*. Para tal, a autora fez uma contextualização do cenário migratório contemporâneo visando investigar os possíveis efeitos de sentido que emergem da recusa dos EUA em assinar o Pacto Global para uma Migração Segura, Ordenada e Regular (ONU, 2018) e da implantação da política migratória intitulada “Tolerância Zero”. Para melhor entendimento da questão, a autora explica o papel social das mídias e sua importância na criação/fortalecimento dos discursos geopolíticos, a relevância da imagem na construção de sentidos e significados no mundo contemporâneo e a importância da Semiótica Social para a análise proposta. Ela usa tais reflexões como ponto de partida para sua pesquisa. A análise da *Time* mostrou que a publicação reivindica um espaço de discussão e notoriedade para o sujeito migrante, levando o público leitor a problematizar a complexidade do quadro migratório e incentivando uma movimentação discursiva das lutas e dos anseios desses sujeitos que têm sido vítimas de violências de várias ordens. Ainda se observa que a revista contribui para o evidenciamento de uma situação disfuncional e inadmissível no atual cenário de mobilidade espacial, o que favorece para o desmantelamento de um sistema que abriga o eco de sujeitos silenciados.



## SUMÁRIO

No capítulo “Revisão de textos e design gráfico: uma análise dos ritos genéticos editoriais”, a autora Márcia Regina Romano apresenta uma análise sobre o discurso organizacional produzido pela instituição Serviço Social do Comércio (Sesc) – unidade regional Minas Gerais. A instituição analisada utiliza-se de tratamento editorial para os materiais de divulgação e comunicação elaborados pela assessoria de imprensa. A revisão de textos se realiza, em geral, na última fase antes do envio dos materiais para gráfica, mas, muitas vezes, desencadeia a abertura dessas produções – portanto, do próprio discurso – para um complexo processo de diálogo com os demais envolvidos. Este texto explica como a edição e seus ritos empregam a multimodalidade focada no leitor. Para exemplificar, a autora analisa detalhadamente duas peças gráficas e ressalta o valor da revisão de textos, tanto como prática profissional, quanto como campo de pesquisa, pois, não se pode negar sua natureza de unidade semiótica, como é o caso dos textos institucionais. Como exemplo, a autora cita que quando uma entidade jurídica precisa estabelecer estreita identificação com pessoas que são seus consumidores, é preciso que os profissionais envolvidos nessa produção – revisores, *designers*, redatores, entre muitos outros – entendam de forma ampla todas as possibilidades de gerar sentido. E que dialoguem entre si e construam juntos, pois os saberes se intercambiam e se completam.

Desejamos que os trabalhos aqui apresentados possam ajudar na ampliação dos estudos sobre discursos, tornando-o plural em vários sentidos: na consideração dos diferentes modos semióticos, numa abordagem teórica mais plural, e nos entendimentos dos vários discursos construídos e veiculados na sociedade na contemporaneidade. Tudo isso é tratado no conjunto da obra, reiterando o que diz Galinari (2013): “qualquer sistema semiótico (verbal, icônico, gestual, musical etc.) pode ser visto sob um prisma discursivo”.

## REFERÊNCIAS:

GALINARI, Melliandro Mendes. Hipótese para uma análise discursiva das imagens. In. MENDES, Emília (coord.). *Imagem e Discurso*. Belo Horizonte, MG: FALE/ UFMG, 2013, p. 355-369.

KRESS, Gunther. *Literacy in the new Media Age*. London, New York: Routledge, 2003.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Multimodal Discourse*. Continuum Books, 2001.

KRESS, Gunther. *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. New York, London: Routledge, 2010.

## SUMÁRIO

1

Renato Caixeta da Silva

**IMPLICAÇÕES DE SE ASSUMIR  
A MULTIMODALIDADE  
NOS ESTUDOS DE LINGUAGEM**

*IMPLICATIONS OF ASSUMING  
MULTIMODALITY IN LANGUAGE STUDIES*

DOI: 10.31580/pimentacultural/2021.363.28-53

## SUMÁRIO

### RESUMO:

Neste trabalho, apresenta-se a definição de multimodalidade na perspectiva sociosemiótica da linguagem. Explica-se que multimodalidade é considerada a condição natural da comunicação humana (KRESS, 2010), que está presente na vida social ao longo da humanidade, e que a ênfase a ela dada pelos estudos da linguagem a partir da década de 1990 está relacionada com o desenvolvimento e a popularização das tecnologias digitais e da internet. Apresenta-se a visão sociosemiótica da linguagem e os conceitos importantes para se entender o fenômeno da multimodalidade nessa perspectiva. A seguir, apontam-se as implicações da multimodalidade nos estudos de linguagem, levando em conta questões teóricas, para a pesquisa e para o ensino de línguas. Por fim, conclui-se que a consideração da multimodalidade nos estudos de linguagem pode ser entendida como uma mudança de paradigma em que o fazer do profissional assume caráter dialético envolvendo teoria e aplicação (STEINER, 2018).

**PALAVRAS CHAVE:** Multimodalidade; Estudos de Linguagem; Teoria; Pesquisa; Ensino.

### ABSTRACT:

*In this work, the definition of multimodality is presented under the sociosemiotic perspective of language. It is explained that multimodality is considered the natural condition of human communication (KRESS, 2010), which has been present in social life throughout humanity, and that the emphasis given to it by language studies the 1990s is related with the development and popularization of digital and internet technologies. The sociosemiotic view of language and the important concepts for understanding the phenomenon of multimodality in this perspective are presented. Next, the implications of multimodality in language studies are pointed out, taking into account theoretical issues, for research and for language teaching. Finally, it is concluded that considering multimodality in language studies can be understood as a paradigm shift in which the professional's doing takes on a dialectical character involving theory and application (STEINER, 2018).*

**KEYWORDS:** Multimodality; Language Studies; Theory; Research; Teaching.

## INTRODUZINDO E DEFININDO MULTIMODALIDADE

### SUMÁRIO

O objetivo desse capítulo é expresso no título, ou seja, mostrar ao leitor as implicações em se assumir a multimodalidade nos estudos de linguagens, uma tendência iniciada nos anos 1990, enfatizada nas duas décadas do século XXI. A importância dessa iniciativa está em dotar os estudiosos da linguagem de argumentos sobre a consideração de diferentes modos comunicativos no trabalho com a linguagem, sem se esquecer do elemento verbal ou linguístico da comunicação, mas também não deixando de lado o fato de este elemento se realizar em concomitância com outros modos, como os gestos, as imagens estáticas ou em movimento, com cores, com elementos de tipografia, ou podem estar em consonância com a organização espacial do ambiente em que o uso da linguagem acontece. Entendo que, uma vez cientes das implicações decorrentes da consideração da multimodalidade nos estudos de linguagem, as pessoas envolvidas com esses estudos repensarão o uso de algumas expressões costumeiramente usadas na área ou alguns entendimentos teóricos, metodológicos e pedagógicos.

Mas, primeiramente, é preciso entender o que é multimodalidade. Ela é a co-presença de vários modos de comunicação num evento comunicativo (HEMAIS, 2015); o estado normal da comunicação humana (KRESS, 2010, p. 1). Isso quer dizer que na realização de um ato de uso da linguagem, o ser humano, ao construir textos para interagir e representar a si ou o mundo que o circunda, utiliza em conjunto alguns desses modos: imagens (estáticas ou em movimento), cores, sons, fala, escrita, espaço, gestos, tipografia. O uso da linguagem não é apenas o uso da língua: fala e ou escrita – o modo verbal. O uso da linguagem envolve diferentes modos semióticos, indo além do linguístico, e conseqüentemente, entender o uso da linguagem dessa maneira implica numa abordagem interdisciplinar para entendimento da

## SUMÁRIO

ação de significar e do ato comunicacional. Defendo que o estudioso da linguagem na contemporaneidade estude o código linguístico, mas também saiba sobre design, arte, arquitetura, semiótica, e tantos outros conhecimentos. No entendimento de Kress (2010), é preciso conhecimento geral e abstrato capaz de encampar os vários significados da vida social contemporânea num mundo comunicacional multimodal.

Há quem diga que a multimodalidade teria surgido com o advento das tecnologias digitais da comunicação e da informação. De fato, o desenvolvimento maior e a popularização dessas tecnologias na última década do século XX teve papel importante para a consideração e a teorização da multimodalidade. Mas ela é um fenômeno que sempre existiu, e como já dito, é o estado normal da comunicação humana.

O homem sempre utilizou outros recursos de significação além do elemento linguístico, como imagens, organização espacial, cores, gestos. Bastaria uma rápida lembrança de que antes das tecnologias digitais, o cinema já existia, e num texto fílmico estão integradas imagens em movimento, língua falada ou escrita, sons diversos, cores. Antes do cinema, um livro escrito para criança (como os de Monteiro Lobato publicados na primeira metade do século XX) já traziam desenhos em preto e branco junto com o texto escrito, e diferentes fontes separavam o texto em capítulos, e marcavam outras partes da obra. Mais tarde, os livros infantis passaram a trazer imagens em cores. Muito antes, o teatro já utilizava a fala para transformar em ações diversas, inclusive verbais / orais, um texto escrito pelo dramaturgo; e na realização de uma peça, máscaras ajudavam a caracterizar e criar uma imagem do personagem, desenhos em papel ajudavam a contar histórias com sombras, a organização espacial dos teatros em diferentes épocas e lugares também faziam parte e interferiam na criação comunicativa da encenação. As imagens sempre tiveram importância no processo de significação haja vista que a escrita como conhecemos atualmente é fruto de representações visuais, sendo ela mesma uma tentativa de representação imagética da fala.

## SUMÁRIO

Como se vê, a multimodalidade é um fenômeno que sempre existiu ao longo da humanidade. O que muda, de fato, são os recursos tecnológicos disponíveis em diferentes momentos da história, e conseqüentemente, o acesso a eles. Para criar e registrar imagens nas paredes de cavernas, o homem da pré-história usava elementos naturais como sangue de animais, seivas de plantas e terra. Mais tarde, outras tecnologias foram surgindo e imagens foram registradas com materiais afiados ou de pintura em cerâmicas, peles de animais, ou foram esculpidas em argila e pedras. Com o desenvolvimento das técnicas e dos novos materiais, aparecem as pinturas em tecidos e telas, com tintas feitas de óleo de animais ou minerais. Isso aconteceu e acontece até hoje. No século XIX, quando surgiu a câmera fotográfica, foi possível registrar e depois revelar a imagem tal como ela seria naquele momento, sem “traço humano”. As fotografias, primeiramente em preto e branco (na verdade, escala de cinza), depois passariam a ser possíveis em cores, registradas em filmes e depois reveladas em papel, guardadas como recordações em álbuns. Imprimir para circulação era algo possível apenas para os detentores dos meios de produção para isso, como donos de gráficas, das empresas de comunicação (jornais, revistas, depois a TV). Num passado não muito longe, vieram as máquinas digitais e conseqüentemente menor quantidade de impressão, podendo-se até descartar uma fotografia indesejada logo após ser captada. Atualmente, imagens são criadas nos *smartphones*, e com poucos cliques o produtor de uma fotografia pode interferir nela (cortar, desfocar, inserir balões ou desenhos), transformar em outra imagem, e ainda fazer essa fotografia circular nas redes sociais.

Então, o que acontece a partir dos anos 1990 é que o desenvolvimento e a popularização da tecnologia digital e da internet evidenciaram ainda mais o fenômeno da multimodalidade, pois a democratização dos recursos tecnológicos fez com que as pessoas tivessem mais acesso aos recursos de produção de significação, e

## SUMÁRIO

com isso, vivenciam eles mesmos os processos de produção, edição e circulação. Torna-se importante o ser humano estudar o uso da linguagem considerando as opções disponíveis para criar e fazer circular os diferentes significados. O fenômeno da multimodalidade então não é novo, mas estudar e dar conta dele de modo a integrar conhecimentos faz-se premente, pois as pessoas, antes apenas espectadoras, passavam a utilizar-se agentes de imagens e outros modos semióticos, criando e fazendo circular facilmente fotografias, desenhos já disponíveis ou criados, podem gravar vídeos, fazê-los circular, comunicam-se com escrita e imagens em aplicativos. Isso traz mais evidência para algo que sempre existiu no cotidiano das pessoas como a fala integrada aos gestos, expressões faciais, movimentos e posturas.

Pode-se argumentar, então, que, como fenômeno, a multimodalidade pode ser estudada por diferentes perspectivas. De fato, sim. Mas não se pode deixar de considerar que estudar multimodalidade é estudar a criação e a comunicação de significados de diferentes naturezas, portanto, é um estudo do fenômeno da linguagem humana, da capacidade do ser humano de “representar e expressar simbolicamente sua experiência de vida, assim como adquirir, processar, produzir e transmitir conhecimento” (BAGNO, 2008). Eis o conceito de linguagem, e o que de fato se faz com ela. Acontece que tudo isso se dá com a apropriação de sistemas de recursos de significação (palavras, expressões, traços, formas, cores, sons, gestos). Em se tratando de estudos de linguagem, portanto, um fenômeno múltiplo precisa ser entendido a partir de uma teoria que leve em conta o significado em suas diversas formas de manifestação, em ocasiões diversas de ocorrência, e nas diferentes culturas (KRESS, 2010). A teoria sociosemiótica da linguagem seria uma dessas teorias, e é tópico da próxima seção.



## A PERSPECTIVA SOCIOSSEMIÓTICA DA LINGUAGEM

A visão sociossemiótica da linguagem deriva dos estudos de Michael Halliday sobre a linguagem. Esse autor mostra que a linguagem é criação de significados, o que a faz um fenômeno semiótico. Ao mesmo tempo, essa criação de significados ocorre em consonância com a inserção das pessoas no meio social, o que faz da linguagem algo social.

Assim, significados são construções sociais, motivadas pelo contexto, portanto, uma visão diferente da defesa do caráter arbitrário do signo linguístico de Saussure. Ao contrário desse autor importante para a Linguística, a visão sociossemiótica de linguagem entende que a junção entre significante e significado acontece devido aos interesses de quem produz o signo, o criador de significado, e esses interesses estão ligados ao contexto, envolvendo papéis sociais envolvidos, idades, acessos aos recursos de significação, classes sociais, gêneros e etnias.

A teoria sociossemiótica da linguagem, então, enfatiza o processo de produção do signo relacionando esta produção à reprodução, à circulação de significados de todos os modos semióticos. O uso da linguagem é uma ação semiótica e social ao mesmo tempo: um uso específico ocorre em contexto específico; em que as pessoas usam artefatos comunicativos e eventos para interpretá-los em situações sociais e práticas específicas (NATIVIDADE, PIMENTA, 2009; KRESS, 2010).

Nessa visão estão os princípios da Linguística Sistêmico-Funcional (HALLIDAY; HASAN, 1989; HALLIDAY; MATHIESSEN, 2004): a escolha (geração do signo ocorre por escolhas dentro do sistema semiótico, dependendo do que se pretende significar); o contexto (contexto de situação e contexto de cultura); as funções semióticas ou metafunções da linguagem (ideacional, interpessoal, textual).

### SUMÁRIO

SUMÁRIO

Já mencionei a noção de escolha acima. Sobre contexto, entende-se que há uma relação estreita entre o uso da linguagem e o ambiente social em que ele se efetua. Esse ambiente imediato, mais próximo do uso da linguagem é o contexto de situação em que acontece uma interação. Ele fornece aos participantes do ato de significação ou de comunicação informações sobre o que está sendo construído e negociado. Também, concomitantemente, os significados construídos no momento de uso da linguagem informam sobre o contexto de situação (Halliday; Hasan, 1989). Esse contexto é compreendido quando se estabelecem suas variáveis caracterizadoras: o campo do discurso – a natureza da atividade social, o conteúdo da interação existente; as relações – os papéis assumidos pelos interagentes, considerando a hierarquia e a distância social entre eles; e o modo – como a linguagem se constitui e constitui a interação, a construção do texto em conjunto ou não pelos interlocutores (no caso de interação oral ou no caso de textos escritos), levando-se em conta o canal de comunicação (áudio - oral, escrito, gráfico-visual) e o meio de veiculação.

Já o contexto de cultura é o contexto mais amplo, refere-se à atividade social e à interpretação do uso da linguagem pelas pessoas de modo a fazer sentido numa cultura a que pertençam. Podemos pensar em culturas nacionais ou regionais (de países), mas também podemos pensar em cultura religiosa, cultura educacional, cultura política, pois essas culturas envolvem diferentes contextos de situação. Cultura, para Halliday (in Halliday; Hasan, 1989), é conjunto de sistemas de significação, e tais sistemas se inter-relacionam. A língua é um desses sistemas assim como os outros modos semióticos (imagens, gestos, a organização espacial, as cores, a música). É por meio da cultura que textos são produzidos na interação entre seres humanos (Martin; Rose, 2003). Daí, entende-se que gêneros discursivos pertencem ao contexto de cultura, são construções culturais.

## SUMÁRIO

Sobre as metafunções, essas são os usos da linguagem. Para Halliday, usamos a linguagem para três coisas que acontecem a um só tempo: representarmo-nos e representarmos o mundo em que vivemos e nossa inserção nele (a metafunção ideacional); estabelecermos relações com os usuários de um mesmo código semiótico (a metafunção interpessoal); e construirmos organizadamente mensagens para com elas agir sobre o outro e representar (a metafunção textual).

Entender o fenômeno da multimodalidade sob essa perspectiva dos estudos da linguagem requer familiarizarmo-nos com outros termos, os quais elenco a seguir:

**Modo ou modalidade:** conjunto de recursos social e culturalmente moldados para gerar significado: escrita, fala, gestos, imagens, espaço, música,...

**Recurso semiótico:** ações, materiais e artefatos usados para fins comunicativos. Podem ser produzidos fisiologicamente (ex., aparato vocal, os músculos que usamos para fazer expressões faciais e gestos), ou tecnologicamente (ex. com caneta e tinta ou hardware e software de computador) - juntamente com as maneiras pelas quais esses recursos podem ser organizados.

**Affordance:** potencialidades e restrições, o que é possível ou não de se expressar, representar ou comunicar com determinado recurso semiótico.

## IMPLICAÇÕES EM CONCEITOS TEÓRICOS

A consideração da multimodalidade na perspectiva sociosemiótica nos estudos de linguagem implica numa noção de língua e linguagem ampliada, aceitando-se as diferentes

SUMÁRIO

funcionalidades e modalidades não apenas da língua, mas sim da linguagem como um todo. Os estudos de linguagem não seriam mais regidos pela ideia dita fundamental do Curso de Linguística Geral de Saussure, de que “a Linguística tem por único e verdadeiro objeto a língua considerada em si mesma e por si mesma” (SAUSSURE, 1988, p. 271). Van Leeuwen (2004) argumenta, por exemplo, que os linguistas devem atentar-se para a comunicação visual, e poderíamos estender essa visão considerando não apenas o visual, mas os diferentes modos. Segundo esse autor, um ato de fala (que ele defende como ato comunicacional) é um evento multimodal comunicacional em que os signos ali presentes estão combinados de acordo com um propósito comunicativo. Também, os gêneros em geral combinam várias modalidades, estando presentes, por exemplo, texto escrito e imagem, texto oral e gestos, texto escrito e elementos tipográficos (linhas, pontos, fontes diferentes), e ainda, muitas vezes, alguns propósitos comunicativos em determinados gêneros podem ser realizados com ações (pagar ou mostrar num diálogo envolvendo compra e venda, por exemplo). Às vezes a imagem ou outro modo semiótico pode dar conta de algum propósito assim como verbal e imagem podem estar juntos combinados de modo que ambos são necessários para o sentido pretendido e criado. Por outro lado, significados contrários também podem ser produzidos e veiculados na junção imagem e língua.

Van Leeuwen (2004) acrescenta-se que muitos conceitos dos estudos linguísticos são também verdadeiros e aplicáveis aos entendimentos de imagens, como narrativas, descrição, modalidade, transitividade, dentre outros. Ao mesmo tempo, o autor argumenta que estudiosos da comunicação visual devem estar atentos aos estudos linguísticos uma vez que conceitos e métodos dessa área de estudo são aplicáveis e produtivos no estudo da comunicação visual.

Há que ter em mente, também, que a homogeneidade caracterizadora da noção de língua de correntes formalistas da

## SUMÁRIO

Linguística dá lugar à heterogeneidade do uso da linguagem, pois que considerar a multimodalidade implica em considerar diversidade. Mas essa consideração vai além do que se pensa nos estudos funcionalistas da Linguística ou nos estudos de Sociolinguísticas, pois que não se trata do mesmo código verbal em diferentes contextos, e sim de diferentes modos semióticos. Essa diversidade liga-se tanto aos diferentes modos que servem a diferentes propósitos, como também aos usos da linguagem como prática social, pois considera-se que o ser humano é agente construtor da realidade, e como tal, é agente criador de significado – ele escolhe os recursos para criar signos que veiculem significados desejados.

Assim, a língua oral ou escrita, os gestos, as imagens, as cores, enfim, os diversos modos semióticos não são sistemas homogêneos prontos dos quais o homem se apropria, mas são sistemas compostos de recursos de significação (significantes) os quais são escolhidos e organizados de modo a se criar os significados pretendidos em determinada situação sócio-comunicativa. À medida que a tecnologia avança e se torna disponível, novos recursos de significação são incorporados aos sistemas ou criam-se novos sistemas para novas escolhas serem realizadas.

Dessa maneira, então, se cria o signo, não arbitrário, mas motivado. A consideração da multimodalidade então, traz para os estudos de linguagem a preocupação com a construção do signo, não apenas com sua descrição. A questão, segundo Kress (2010), passa a ser: que significantes são usados (e para que) para se construir determinado significado?

A noção de significado implica, portanto, em algo construído, não pronto e único. Sua construção se dá numa dinamicidade na realização de escolhas dependentes de contexto e intenções sócio-comunicativas, contexto esse marcado pela ideologia que posiciona as pessoas em suas culturas, permitindo mais ou menos poder, mais ou menos acesso

aos recursos de significação, estando ainda relacionada às questões de idade, gênero, etnia, posição social (MARTIN; ROSE, 2003).

A consideração da multimodalidade nos estudos de linguagem também traz implicações para a noção de gramática. Primeiramente, gramática seria entendida como algo que não circunscreve apenas à língua, pois como mencionado anteriormente, defendido por van Leeuwen (2004), conceitos dos estudos sobre línguas servem também ao entendimento de outros códigos semióticos. A ideia defendida é de descrição do uso da linguagem, não de prescrição, e assim, pode-se propor uma descrição de diferentes códigos semióticos nos moldes pensados para a descrição linguística, guardando as especificidades de cada código. Exemplo é a Gramática do Design Visual (GDV) de Gunther Kress e van Leeuwen (1996). Os autores descrevem o uso das imagens na sociedade contemporânea ocidental com base na Gramática Sistêmico-Funcional de Halliday. Além de considerarem a descrição do uso das imagens como Halliday faz para a língua inglesa com base nas metafunções ideacional, interpessoal e textual, os autores da GDV mostram que alguns conceitos se aplicam ao estudo do uso das imagens, como transitividade, modalidade, narrativa, descrição, análise, processos, informação dada e informação nova. A gramática é entendida como unidade de processamento onde significados são criados (HALLIDAY, 1994; HALLIDAY MATHIESSEN, 2004), portanto falar em gramática implica em mostrar as potencialidades de criação de significados.

Isso nos leva também à noção de texto. A ideia de multimodalidade impacta tal ideia, pois que todo texto é multimodal. As ideias defendidas por van Leeuwen (2004) já apresentadas ajudam a mostrar isso, mas também o fato de que um texto é a unidade de análise dos estudos de linguagem, e na sua realização pelo menos dois códigos semióticos estão envolvidos. Quando falamos, gesticulamos, fazemos caretas, mudamos os olhares. Atualmente, a maioria dos textos escritos traz em si uma imagem, cores diferentes, que não estão ali por

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

acaso, mas sim, há uma intenção. Mesmo um texto escrito em que imagem e cores não apareçam, recursos tipográficos estão ali e o uso deles implica em significados criados, como o uso de negrito para realçar determinado termo, o uso de caixa alta para indicar títulos e subtítulos, uso de molduras (com linhas ou com espaços em branco) para criar caixas de texto separados e destacados do texto maior. Nisso, está a visão do texto como processo de construção a partir do produto pertencente ao contexto social uma vez que do texto se chega ao contexto e vice-versa (HALLIDAY; HASAN, 1989).

Se se assume que todo texto é multimodal, como Kress e van Leeuwen (2001) o fazem, não parece haver sentido na expressão “texto multimodal”. A caracterização expressa no adjetivo remete-nos ao entendimento de que há textos não multimodais pois a caracterização “multimodal” deveria opor-se ao “não multimodal”. Não é raro depararmos com tal expressão nos estudos na área de linguagem, mesmo quando adota-se a noção aqui debatida. Essa é uma implicação importante a meu ver: ao se assumir a multimodalidade, assume-se que no uso da linguagem há co-presença de modos semióticos, conseqüentemente, nos textos, que são materializações do uso, portanto, tais modos sempre estarão presentes, e com isso, a palavra texto já encerraria em si a noção de multimodalidade, não precisando do adjetivo caracterizador.

Ao se realçar as implicações na noção de texto, conseqüentemente a noção de gênero do discurso é afetada. Se todo texto é multimodal, então todo gênero é multimodal, pois textos são exemplares de um construto de uso da linguagem – o gênero. Esse construto é o que nos faz, como usuários da linguagem, reconhecer um texto escrito, por exemplo, a partir de o que está escrito, como está, a quem se destina. A partir disso, sabemos se o texto em questão é carta, notícia, ou receita, para mencionar apenas três gêneros. Com uso ou não de imagens, de quais imagens, destinadas ou próprias a quem e como, por

## SUMÁRIO

exemplo, conseguimos distinguir uma charge de uma tirinha. Além disso, os elementos ideacionais, textuais e interpessoais serão diferentes em todos esses casos. Por fim, levo em conta que usamos diferentes recursos tecnológicos para construir textos, exemplares de gêneros, e este uso dos recursos faz parte das diferentes culturas, e é no contexto de cultura que gêneros são criados.

Se a noção de texto muda, também é impactada a noção de leitura. Contando que num texto há a co-presença de diferentes modos semióticos, há que considerar os diferentes e possíveis caminhos a serem percorridos pelo leitor na construção de entendimentos. Num texto com imagem, gráfico, escrita, por onde o leitor inicia seu caminho rumo ao entendimento? Ele lê tudo, parte, começa por onde, vai de onde para onde, e com isso, que significados são construídos? A leitura não é linear, portanto. Não é apenas da esquerda para a direita e de cima para baixo como na nossa cultura ocidental, mas pode ir do centro para a margem, ou o olhar do leitor pode ser guiado a fazer o percurso de inferior para a superior da página. Além disso, a consideração dos contextos de leituras, das diferentes funções do uso de diferentes modos assim como do papel do código escrito (KRESS, VAN LEEUWEN, 1996/2001;) fazem parte da leitura. Trata-se de pensar que ler o texto é parte de ler o mundo, e que “ler o mundo” faz parte de “ler o texto”, como diria Paulo Freire (1989). A leitura não é algo simples, e não o é também se pensarmos na multimodalidade inerente a todo texto. Ler implica em retextualização, implica em transformação, e ainda em tradução (KRESS, 2010); não é apenas compreensão e recepção.

Por fim, em se tratando de questões teóricas, a noção de discurso é também impactada pela consideração da multimodalidade nos estudos da linguagem. A multimodalidade, a meu ver, requer dos estudos de discursos atenção para a multiplicidade envolvida nas ações comunicativas para as quais os atores envolvidos podem ser atentar mais ou menos, numa perspectiva de análise mais holística



considerando os diversos modos semióticos envolvidos. Esses modos podem ser os incorporados pelo agente, como fala, olhar, gestos, postura, ou não diretamente incorporados, como escrita, música, imagens (NORRIS, 2004). Não se teria discurso entendido como língua em uso (dizer em curso) mas linguagem em uso.

Kress e van Leeuwen (2001) defendem a visão de discurso multimodal, definindo discurso, design, produção e distribuição como etapas de um processo. O discurso envolve os conhecimentos socialmente construídos sobre aspectos da realidade; são ou foram construídos em contextos sociais e servem a interesses de atores sociais. O *design* é o lado conceitual da expressão e o lado expressivo da concepção; é no design que estão os recursos semióticos em todos os modos e combinações a serem escolhidos para a construção de um todo significativo. A produção é o momento da organização e realização da expressão; articulação material do evento semiótico, confecção e realização do design. Por fim, a distribuição está relacionada à preservação e à transmissão ou circulação do que se criou no ato de comunicação; ela pode transformar a comunicação criando novas representações e interações.

Essa é uma visão de processo, de como significados são criados nos mais diversos modos semióticos, seja linguisticamente, seja a criação em imagem, seja a criação com elementos musicais, etc. Há ainda uma dinamicidade, pois que discursos dependem de contextos, e mudanças no contexto implicam em mudanças nos conhecimentos, o que gerará mudanças no design, portanto na produção e na distribuição. O contrário também é verdadeiro. A maneira de enviarmos e armazenamos mensagens via celular (distribuição) provocou mudanças na produção dos textos em que se diminui o número de caracteres (você = vc, abraço = abr; sim = ss) e no uso de figurinhas e emojis. Estes recursos fazem parte dos sistemas de significação

## SUMÁRIO

disponíveis (*design*) para serem escolhidos de modo a expressarem os conhecimentos partilhados socialmente (os discursos).

Após reflexões a respeito das implicações teóricas que percebo para os estudos da linguagem mediante a consideração da multimodalidade, passo para questões relacionadas à pesquisa.

## IMPLICAÇÕES EM PESQUISAS

Além das implicações teóricas apontadas na seção anterior, a consideração da multimodalidade nos estudos de linguagem impacta também no fazer investigativo. As decisões a serem tomadas sobre objeto de pesquisa, objetivos, referencial teórico, visão de mundo, relação com o conhecimento mudam quando a pesquisa considera a linguagem em todas as suas manifestações em diversos modos semióticos. Ao assumir os estudos da linguagem de modo mais amplo como defendido aqui, o pesquisador pode incorporar em suas pesquisas objetos que sejam produções linguísticas, e ao mesmo tempo imagéticas, sonoras e musicais. Em o fazendo, está-se a considerar que o que normalmente era estudado apenas em áreas específicas como Arte, Design, Comunicação ou outra seria também estudado na área da linguagem. É uma visão mais interdisciplinar da produção do conhecimento. Para isso, entretanto, convém encarar a ciência de modo a se aproximar de um paradigma emergente de pesquisa como defendido por Souza Santos (2010): sem distinção tipológica e categórica entre diferentes tipos de investigação, considerando o conhecimento científico nm horizonte amplo, mas ao mesmo tempo algo local e que se volta a esse local de maneira holística; a ciência procurando entender por vários ângulos, não determinista e não apenas descritiva, porém interpretativa.

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

Para o pesquisador da linguagem, a constituição de um *corpus* a ser analisado dependerá dos objetivos e da postura científica assumida. Quero dizer com postura, a visão de mundo e de conhecimento científico envolvido (ontologia), a relação estabelecida entre pesquisador e objeto / sujeito pesquisado (epistemologia), e possíveis maneiras de produzir a investigação (a metodologia). Se multimodalidade implica em diferentes modos de significação, há que se pensar sobre quais desses modos estão presentes no *corpus*, e como estão. Assim, constituir um *corpus* implica também em perceber a representatividade para o que se quer pesquisar. Se se pretende olhar a relação língua escrita e imagens, é preciso que o *corpus* traga produções em que isso aparece amplamente, não apenas em parte do *corpus*.

Também, há que se perguntar se ele é constituído por produções já existentes ou produzidas para a pesquisa. A pesquisa de Silva (2017), por exemplo, analisou narrativas visuais de alunos sobre a aprendizagem de inglês em uma escola particular. Tem-se um caso de *corpus* constituído para a pesquisa em que os alunos foram convidados a desenhar, à mão livre, o que é a aprendizagem de inglês para eles. Uma pesquisa sobre rótulos, como a de Costa neste volume por exemplo, e de outros pesquisadores, implica na constituição de um *corpus* com elementos já existentes na sociedade. Algumas vezes, considerar produções existentes ressignificadas como o vídeo dos leões analisado por Soares neste volume. A visão dos pesquisadores foi guiada por critérios estabelecidos para a tomada de decisão sobre constituição, pensando em quais elementos e propósitos seriam considerados na pesquisa.

Além disso, é preciso atentar, no *corpus*, para o fato de a multimodalidade ter caráter principal ou complementar na pesquisa em si. A multimodalidade pode ser objeto da pesquisa, entendida como fenômeno inerente à análise discursiva e ter caráter principal. Assim, uma investigação de propagandas, como as mostradas neste volume,

## SUMÁRIO

constitui um *corpus* que será analisado considerando os diversos modos semióticos. Mas uma pesquisa pode desconsiderar na análise um dos modos, e priorizar o linguístico ou o visual, por exemplo. Isso é possível, mas o pesquisador não pode desconsiderar a existência dos demais modos, e provavelmente terá que se referir a eles na análise e justificar tal desconsideração.

Outra questão metodológica diz respeito à coleta e ao registro de dados. Ressalto aqui o papel dos diferentes recursos tecnológicos usados para a captura e reprodução de textos, gravações, captação de imagens ou sons. Os recursos serão de extrema importância para a reprodução de cópias coloridas de imagens com boa resolução, gravação de imagens em movimento com boas resoluções, gravação sonora com boa audibilidade. Além disso, ao coletar dados, os pesquisadores precisam estar atentos se os detalhes necessários estão sendo captados: todos os ângulos possíveis em fotografia ou filmagem de um espaço analisado, não dissociação do escrito com as imagens e as cores, gravação em vídeo captando tanto o oral como os movimentos e o cenário. É importante ter domínio do recurso utilizado na geração de dados e perfeita consciência dos limites. Esses, a meu ver, devem ser descritos no relato da pesquisa.

Também são de grande importância os instrumentos de registro de dados coletados. Será necessário usar a criatividade. Uma ficha de registro com as categorias de análise pode ser uma boa opção. Exemplo pode ser encontrado em Silva (2020), em que se analisou as representações do aprender inglês em sites de cursos de idiomas. Foi utilizada uma ficha padrão em que se registrava uma cópia da imagem analisada, informações sobre as seções dos sites em que aparecia a mesma imagem, uma descrição verbal feita pelo pesquisador, e marcação das categorias de análise com base na Gramática do Design Visual. Um instrumento como este ajuda a uniformizar a constituição do *corpus*, a não desconsiderar certas categorias durante o percurso de

## SUMÁRIO

análise e observação, a poder manter o mesmo rigor de observação e análise em diferentes textos ou situações que compõem a pesquisa, a detectar recorrências e padrões no corpus analisado.

A coerência com referenciais teóricos também é importante principalmente quando se parte de um referencial teórico, mas se observa que é necessário elaborar novas formas de olhar para um *corpus*. Essas novas formas precisam estar coerentes com o referencial. Um exemplo é a pesquisa de Bezerra (2016) que, partindo da Gramática do Design Visual, reconhece que nela os autores enfatizam mais as imagens estáticas, sem desconsiderar totalmente as imagens em movimento. Porém, Bezerra percebeu que o modelo de análise discursivo de um filme iria além e precisava de mais categorias em consonância com a terminologia da Gramática Sistêmico-Funcional. Era necessária também uma maneira de registro que mostrasse a recorrência em narrativas fílmicas. O autor elaborou quadros em que anotava as ações e suas recorrências por *shots*, por categorias (ações de dinamismo ou ações de passividade).

No exemplo aqui mencionado mostraram-se apenas questões de cunho ideacional: ações, participantes, circunstâncias. Outro estudo pode ser recortado de modo a se enfatizar especificamente aspectos composicionais ou de cunho interacional. Recortes são possíveis e às vezes necessários. Entretanto, em se tratando de multimodalidade, não se pode esquecer que há muito mais envolvido do que o que se mostra num recorte: ou modos vários concorrem juntamente para a construção de significados e o pesquisador enfatizará apenas um ou mais, ou o foco será apenas num aspecto de significação, restringindo-se a uma das metafunções da linguagem. Entretanto, é preciso atentar e deixar claro no relato da pesquisa que um modo de significação não suplanta os demais, que todos têm o mesmo valor dentro de sua especificidade e são interdependentes para a criação de significados.

Também é preciso esclarecer no relato, e reconhecer, a existência das outras metafunções não consideradas em determinado estudo.

Por fim, questões éticas são afetadas em pesquisas nos estudos de linguagem quando se considera a multimodalidade. O pesquisador pode se deparar com questões referentes ao direito de uso de imagem e direitos autorais, por exemplo. É preciso se certificar e ter autorização do uso de imagens criadas para a pesquisa ou de imagens já produzidas por artistas em geral e que não foram publicadas de maneira mais ampla ou com finalidade não comercial. Seria o caso, por exemplo, de se querer investigar as ilustrações de um livro infantil, ou um livro de fotografias produzido por um fotógrafo. No relato da pesquisa, a análise precisará ser mostrada, ou se não puder reproduzir imagem por exemplo, ou músicas, estas devem ser descritas verbalmente com detalhes pelo investigador. Seria também o caso de se mostrar rosto de pessoas em situação de vulnerabilidade, ou menores de idade em situações filmadas, ou de estudantes numa pesquisa em escolas.

Esse segundo caso implica também na manutenção do anonimato de sujeitos pesquisados. Se for necessário mostrar imagens em movimento ou estáticas durante a análise, o anonimato de participantes de pesquisa pode ficar comprometido. Evitar tal exposição pode ser possível. O pesquisador pode usar de recursos simples como as formas no editor de texto para encobrir rostos em fotografias, nomes de pessoas ou empresas, evitando exposição e constrangimento.

## IMPLICAÇÕES PARA O ENSINO E A APRENDIZAGEM NA ÁREA DE LINGUAGEM

Tradicionalmente, o ensino de línguas tem sido dominado pelo ensino da língua escrita, priorizando-se a leitura e a escrita nos diferen-

### SUMÁRIO

SUMÁRIO

tes níveis escolares. A ideia de letramento já vem sendo considerada desde os anos 1980, entendido como um processo socialmente construído nas práticas de ler e escrever considerando as condições de produção do texto, o papel da língua e do texto bem como o processo de criação de significado. Em suma, trata-se da apropriação da leitura e da escrita em contexto social de maneira significativa (SOARES, 2012). Ao se considerar a multimodalidade como venho fazendo neste texto, já de longa data autores vêm defendendo que somente a língua escrita não mais dá conta dos anseios da vida social da qual faz parte a lida com recursos de tecnologias digitais (o computador e os *smartphones*, por exemplo, para mencionar apenas esses dois). Assim, é entendido por pesquisadores como Soares (2002), Cope e Kalantzis (2000), Cazden et alii (1996), que a noção de letramento não mais se concentra apenas na língua, mas pode e deve se expandir para a consideração da linguagem como um todo. Assim, se pensa em multiletramentos, o que abrange o conhecimento linguístico-discursivo, o conhecimento visual, o espacial, o digital, e a interação entre eles, ou seja, o letramento multimodal como definem Cope e Kalantzis (2000). Associado a isso, está o desenvolvimento no educando de um posicionamento crítico do uso das linguagens e das tecnologias, para vivência numa sociedade formada de pessoas capazes de nela agir de modo a entendê-la em sua diversidade e transformá-la significativamente.

Isso já é pensado nas últimas décadas no Brasil e no mundo. Essa é, de maneira sintética, a ideia central do manifesto em defesa de uma pedagogia dos multiletramentos (CAZDEN et alii, 1996) publicado em 1996. A ideia dos proponentes naquela época era de que a tecnologia que começava a ser usada em larga escala naquela época traria mudanças na maneira de trabalhar de algumas pessoas mas poderia realçar ainda mais a desigualdade excluindo outras pessoas sem acesso. Para os proponentes, o ensino precisaria ser repensado de modo a suprir novas necessidades, promovendo mudanças no que ensinar e no que aprender. A noção de multiletramentos, então, viria

## SUMÁRIO

com o apoio de dois argumentos que surgiam da observação de uma nova ordem cultural, institucional, e global: a multiplicidade dos meios e canais de comunicação e o aumento da diversidade linguística e cultural (CAZDEN et alii, 1996).

No Brasil, os documentos pensados como orientações ou normas para o ensino já vem, nos últimos 20 anos, trazendo a noção de multiletramentos, o que é uma implicação da consideração da multimodalidade na área de linguagem. As Orientações Curriculares para o Ensino Médio (BRASIL, 2006) já enfatizavam a necessidade de que o trabalho com textos fosse algo que extrapolasse a compreensão do que está ali expresso linguisticamente, de modo a ter em mente os sentidos ali veiculados em consonância com a realidade social circundante. A Base Nacional Comum Curricular (BRASIL, 2018), como mostra Ribeiro (2020), já traz, nas competências gerais da educação nacional, nas primeiras páginas do documento, dizeres que remetem ao que já era defendido no manifesto em prol da Pedagogia dos Multiletramentos. Ribeiro (2020, p. 14-15) assinala o uso de termos, na BNCC, que nos remetem à “construção de uma sociedade justa, democrática e inclusiva”, “valorização de práticas diversificadas da produção artístico-cultural”, utilização de “diferentes linguagens—verbal (oral ou visual-motora, como Libras, e escrita), corporal, visual, sonora e digital para se expressar, partilhar” e “produzir sentidos”, à valorização dos diversos “saberes e vivências culturais”, da “diversidade de indivíduos e de grupos sociais, seus saberes, identidades, culturas e potencialidades” considerando as relações no mundo do trabalho e desenvolvimento de cidadania, ao exercício da “empatia, o diálogo, a resolução de conflitos e a cooperação”.

Assim, utilizando as competências a serem desenvolvidas no ambiente escolar, após a escolaridade, um aluno deveria, ao chegar num determinado local, preciso saber reconhecer como a organização espacial ali presente veicula significados, da mesma forma que é



## SUMÁRIO

preciso conhecer também o que gestos e posturas diferentes significam em determinadas culturas. Ao lidar com um texto escrito ou falado nas diferentes mídias, numa postagem de rede social, o cidadão da contemporaneidade precisa saber que imagens são usadas, por que foram escolhidas para estarem ali, por quem foram selecionadas, como foram produzidas, que mundo mostram e que significados engendram.

O que a multimodalidade então implica para a área de linguagem quanto a o que ensinar e o que aprender, então, poderia ser resumido em: os diferentes códigos semióticos, como funcionam e que significados são produzidos pelos seres humanos quando os usam. Seria uma conscientização do fato de que usando a linguagem, agimos socialmente. Seria a construção de uma competência comunicativa que vai além do que se preconizou nos estudos realizados por Hymes (1972), e mais tarde desenvolvidos por Canale e Swain (1980). Para o primeiro, a competência comunicativa envolve o conhecimento linguístico (ou gramatical), e o conhecimento das regras de uso da língua num ato de comunicação. Indo além, Canale e Swain (1980) entendem a competência comunicativa como ação humana que envolve outros sistemas de conhecimento humano ou conhecimentos de mundo além do linguístico. Com isso, desenvolver competência comunicativa visa desenvolver conhecimentos linguístico-discursivos, conhecimentos de regras socioculturais envolvidas no ato de comunicação, conhecimento de estratégias verbais e não verbais a serem usadas para suprir e compensar demandas também envolvidas ali. A consideração a multimodalidade exige o desenvolvimento da competência multimodal: “o conhecimento e uso adequado de diferentes recursos semióticos como gestos, sons e imagens na comunicação contemporânea, além das demais competências comunicativas” (HERBERLE, et al., 2011, p. 530)

Outra questão que se coloca refere-se ao como ensinar / aprender. Em se tratando de multimodalidade, é conveniente considerar

## SUMÁRIO

o que Kress (2003) chama de paisagem semiótica, que engloba a observação de múltiplas questões, os recursos disponíveis para a significação, os que foram efetivamente usados, como são usados, em que contexto foram escolhidos. Nisso está também a consideração da globalização e do desenvolvimento tecnológico – que tecnologias são usadas na criação e veiculação de significados, como são, por que são usadas, num mundo e cultura em que deixamos o impresso em direção à tela. Também o respeito às diferenças culturais, em prol do desenvolvimento de postura ativa e crítica a partir da análise dos diferentes textos e os modos envolvidos.

Com o que ensinar e aprender? Se se considera a multimodalidade, é possível pensar em aprender e ensinar com diferentes materiais didáticos e recursos tecnológicos disponíveis, pois é através deles que diferentes modos e recursos semióticos se manifestam. Isso implica em considerar materiais didáticos de maneira ampla, adotando a visão de que tudo que for usado para ensinar algo desde que nele esteja expresso o conteúdo a ser ensinado (TOMLINSON, 2011). Um livro, uma página de Internet, um vídeo de You Tube, um jogo analógico ou digital, um vídeo de programa de TV, um filme, um bilhete escrito de um colega para outro, um cartaz anunciando um produto ou um serviço, imagens diversas produzidas para diversas finalidades. Ainda, ensinar considerando o acesso aos diferentes recursos tecnológicos, como o computador, o celular, a câmera, a caneta, o gravador de voz, as plataformas de interação online. Tudo isso, e mais, dependendo das necessidades e do que for ensinado ou estiver para ser aprendido, pode ser usado de modo a se promover uma aprendizagem por meio da experiência do uso da linguagem. Assim, o aluno pode aprender não só a língua ou sobre ela, mas linguagem e a usá-la, podendo também aprender a usar outras ferramentas (SOUZA, 2019).

Por fim, e não por menos, tudo isso implica em questões éticas. O aluno, nessa perspectiva, não se limita ao receber o que o professor

## SUMÁRIO

ensina. A figura do aluno passivo não coaduna com os avanços tecnológicos das últimas décadas, com a visão de um ser humano crítico e capaz de desenvolver-se para agir no mundo colocando em prática o que aprendeu. O professor também não é guardião de um conhecimento circunscrito a uma área, mas também alguém que aprende a usar novos recursos tecnológicos que muitas vezes os alunos conhecem. O professor de línguas ou da área de linguagens aprende com os colegas de outras áreas, assim como eles podem aprender com o professor de línguas ou da área de linguagens. Afinal, no fundo, todos estão lidando com a linguagem, seja ensinando a ler ou a falar uma língua, ensinando a escrever um relatório em português sobre um experimento no laboratório de Ciências, seja marcando o espaço num jogo na Educação Física, seja lidando com mapas, fotografias e gráficos em aulas de Geografia, ou ainda observando imagens produzidas em outra época ou ouvindo noticiário atual na aula de História. O aluno e o professor são, nessa perspectiva, produtores e autores, leitores e consumidores de textos escritos, orais, visuais, gestuais, espaciais.

## CONCLUINDO

Assumir a multimodalidade nos estudos de linguagem implica uma mudança de paradigma, o que parece resumir o que foi argumentado aqui ao se remeter a implicações na(s) teoria(s), na(s) prática(s) de pesquisa, na educação. Em todos os três aspectos, a ideia de multimodalidade faz cair a supremacia de um único código semiótico como objeto dos estudos de linguagem. A língua oral e escrita é considerada em conjunto com as imagens, os gestos, os sons, as cores, a tipografia, o uso do espaço e dos recursos tecnológicos. Assume-se, por que não dizer, um caráter democrático.

SUMÁRIO

Para o profissional da linguagem, seu fazer assume caráter teórico e aplicado, dialético, em que teoria seja vista no momento de aplicação, e que a aplicação seja considerada por um desenvolvimento teórico que não quer ser irrelevante, como preconizado por Michael Halliday no entendimento de Steiner (2018).

REFERÊNCIAS

BAGNO, Marcos. Linguagem. In. Glossário CEALE, termos de alfabetização, leitura e escrita para educadores. CEALE/ FAE/ UFMG. Disponível em <http://www.ceale.fae.ufmg.br/app/webroot/glossarioceale/imoveis?busca=Como+citar>. Acesso em 03 jul 2020.

BARBARA, Leila.; MACEDO, Célia M. Linguística Sistêmico-Funcional para Análise do Discurso: um panorama introdutório. Cadernos de Linguagem e Sociedade. 10, 1, 2009, p. 89-107. Disponível em <http://periodicos.unb.br/index.php/les/article/view/1212>

BEZERRA, Fábio Alexandre Silva. Lendo a imagem dinâmica em uma análise multimodal da representação da mulher no filme Sex and the City. In. ALMEIDA, Danielle Barbosa Lins. *Novas Perspectivas em Análise Visual: do texto ao contexto*. São Paulo: Mercado de Letras, 2016.

BRASIL. Orientações curriculares para o Ensino Médio – Linguagens, Códigos e suas Tecnologias. Brasília: MEC / SEB, 2006.

BRASIL. Base Nacional Comum Curricular - BNCC. Brasília: MEC / SEB, 2018.

CANALE, M.; SWAIN, M. Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing. *Applied Linguistics*, v. 1, n. 1, p. 1-17, 1980.

CAZDEN, C. et al. A Pedagogy of Multiliteracies: designing Social Futures. *Harvard Educational Review*, v.66,n. 1,p. 60-92, Spring 1996. Disponível em: [http://newarcproject.pbworks.com/f/Pedagogy+of+Multiliteracies\\_New+London+Group.pdf](http://newarcproject.pbworks.com/f/Pedagogy+of+Multiliteracies_New+London+Group.pdf). Acesso em 02/08/2020.

COPE, Bill. & KALANTZIS, Mary. (ed). A pedagogy of multiliteracies. In.: *Multiliteracies – Literacy learning and the design of social futures*. London & New York: Routledge, 2000, pp 9-37

FREIRE, Paulo. *A importância do ato de ler em três artigos que se completam*. 23ªed. São Paulo: Editores Associados Editora Cortez, 1989.

SUMÁRIO

Glossary of multimodal terms – a mode initiative. – National Centre for Research Methods. <https://multimodalityglossary.wordpress.com/>

HALLIDAY, Michael; HASAN, Ruqaiya *Language, context, and text: aspects of language in a social-semiotic perspective*. Oxford: Oxford University Press, 1989.

HALLIDAY, Michael. *An Introduction to Functional Grammar*. 2nd edition. London: Arnold, 1994

HALLIDAY, Michael; MATHIESSEN, Christian. *An Introduction to Functional Grammar*. 3rd edition. London: Arnold, 2004

HYMES, Dell. On communicative competence. In: PRIDE, J.; HOLMES, J. (Ed.). *Sociolinguistics*. Harmondsworth, UK: Penguin, 1972. p. 269-293.

HERBERLE, Viviane; BEZERRA, Fábio; NASCIMENTO, Rosely. Multiletramentos: iniciação à análise de imagens. *Linguagem & Ensino*, Pelotas, v.14, n.2, jul./dez. 2011, p. 529-552.

HEMAIS, Barbara. Práticas pedagógicas no ensino de inglês: integrando gêneros discursivos e multimodalidade. In. HEMAIS, B. (org). *Gêneros discursivos e multimodalidade: desafios, reflexões e propostas no ensino de inglês*. Campinas: Pontes Editores, 2015.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London, New York: Routledge, 2001.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Multimodal Discourse*. Continuum Books, 2001.

KRESS, Gunthe. *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. New York, London: Routledge, 2010.

MARTIN, Jim; ROSE, David. *Working with Discourse – meaning beyond the clause*. 2 ed. London, New York, Continuum, 2003.

NORRIS, Sigrid. Multimodal Discourse Analysis: A Conceptual Framework. In.: LE VINE, Philip; SCOLON, Ron (ed). *Discourse and Technology – Multimodal Discourse Analysis*. Washington, DC: Georgetown University Press, 2004, pp.101-115.

PIMENTA, Sônia; LIMA, C. H. P; AZEVEDO, A. M. T. *Incursoes Semióticas: teoria e prática de Gramática Sistemico-Funcional, Multimodalidade, Semiótica Social e Análise Crítica do Discurso*. Rio de Janeiro: Livre Expressão Editora, 2009.

## SUMÁRIO

RIBEIRO, Ana Elisa. Que futuros redesenhamos? Uma releitura do manifesto da Pedagogia dos Multiletramentos e seus ecos no Brasil para o século XXI. *Diálogo das Letras, Pau dos Ferros*, v. 9, p. 1-19, e02011, 2020.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de Linguística Geral*. São Paulo: Ed. Cultrix, 1988.

SOARES, Magda. *Letramento – um tema em três gêneros*. 3ed. Belo Horizonte: CEALE, Autêntica, 2012.

SOARES, Magda. Novas práticas de leitura e escrita: letramento na cibercultura. In.: *Educação e Sociedade*. Campinas: vol. 23, n. 81, dezembro 2002, pp 143-160, disponível em <https://www.scielo.br/pdf/es/v23n81/13935.pdf> Acesso em 02/08/2020.

SOUZA SANTOS, Boaventura. *Um discurso sobre a ciência*. 7ª ed. São Paulo: Ed. Cortez, 2010.

STEINER, Erich. A tribute do Michael Halliday. *Lingua*, n. 216, 2018, p. 1-9.

VAN LEEUWEN, Theo. *Introducing Social Semiotics*. London and New York: Routledge, 2005.

VAN LEEUWEN, Theo. Ten reasons why linguists should pay attention to visual communication. In.: LE VINE, Philip; SCOLON, Ron (ed). *Discourse and Technology – Multimodal Discourse Analysis*. Washington, DC: Georgetown University Press, 2004, pp. 7-19.

# 2

Pollyanna de Mattos Moura Vecchio

## **O DISCURSO MULTIMODAL E A COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA**

*MULTIMODAL DISCOURSE  
AND SCIENTIFIC COMMUNICATION*

DOI: 10.31580/pimentacultural/2021.363.54-80

## SUMÁRIO

### RESUMO:

Este estudo utiliza como suporte a perspectiva do Discurso Multimodal (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001) para refletir sobre o impacto das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs) em práticas tradicionais de edição científica. Partimos da hipótese de que a simples transposição do suporte impresso para o digital não leva o pesquisador a usufruir dos benefícios de um tipo de comunicação científica somente possível com o advento das TDICs. Assim, conduzimos um estudo de caso a fim de investigar o funcionamento de um periódico científico que usufrui de forma inovadora do ambiente digital, transgredindo paradigmas tradicionalmente estabelecidos até o momento. Trata-se do projeto The Journal of Visualized Experiments (JoVE), um periódico científico eletrônico na área da Medicina, Biologia, Química e Física que se baseia no formato tradicional de periódicos indexados e revisados por pares, mas cujos artigos são apresentados em formato de vídeos com a filmagem profissional dos procedimentos experimentais e protocolos, acompanhados de descrições textuais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação Científica; Discurso Multimodal; Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação.

### ABSTRACT:

*This study uses the perspective of Multimodal Discourse (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001) to reflect on the impact of Digital Information and Communication Technologies (DICTs) in traditional scientific publishing practices. We start from the hypothesis that the simple transposition from print to digital support does not lead the researcher to the benefits of a type of scientific communication only possible with the advent of DICTs. Thus, we conducted a case study in order to investigate the functioning of a scientific journal that takes advantage of the digital environment in an innovative way, transgressing paradigms traditionally established so far. The case studied was the project The Journal of Visualized Experiments (JoVE), an electronic scientific journal in the fields of Medicine, Biology, Chemistry and Physics that is based on the traditional format of indexed and peer-reviewed journals, but whose articles are presented in videos with professional recording of experimental procedures and protocols, accompanied by textual descriptions.*

**KEYWORDS:** *Scientific Communication; Multimodal Discourse; Digital Information and Communication Technologies.*



## INTRODUÇÃO

Este capítulo utiliza como suporte a perspectiva do Discurso Multimodal (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001) para refletir sobre o impacto das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) em práticas tradicionais de edição científica. Partimos da hipótese de que a simples transposição do suporte impresso para o digital não leva o pesquisador a usufruir dos benefícios de um tipo de comunicação científica somente possível com o advento das NTICs. Assim, conduzimos um estudo de caso a fim de investigar o funcionamento de um periódico científico que usufrui de forma inovadora do ambiente digital, transgredindo paradigmas tradicionalmente estabelecidos até o momento.

Segundo Garvey e Griffith (1979), a comunicação científica é a troca de informações entre os membros da comunidade científica desde o momento em que o cientista/pesquisador concebe uma ideia para pesquisar até que os resultados sejam aceitos pelos pares como constituintes do estoque universal de conhecimentos e se transformam, em geral, em um artigo científico publicado em um periódico revisado por pares e balizado por algum tipo de sistema de avaliação de periódicos ou ranqueamento de fator de impacto.

A iniciativa pesquisada foi o projeto *The Journal of Visualized Experiments* (JoVE). Trata-se de um periódico científico eletrônico na área da Medicina, Biologia, Química e Física que se baseia no formato tradicional de periódicos indexados e revisados por pares, mas cujos artigos são apresentados em formato de vídeos com a filmagem profissional dos procedimentos experimentais e protocolos, acompanhados de descrições textuais.

## SUMÁRIO

## O DISCURSO MULTIMODAL

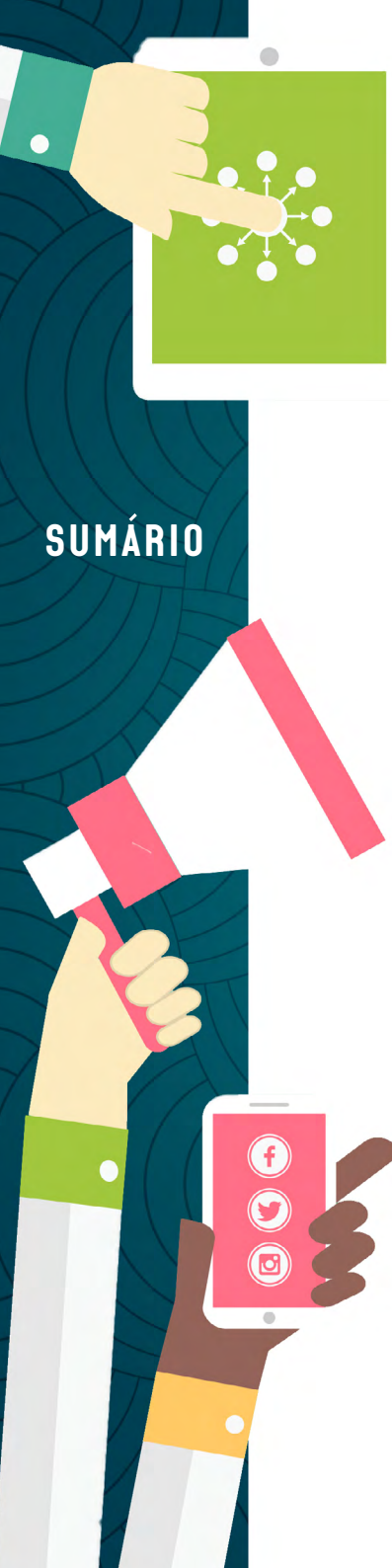
Kress e Van Leeuwen (1996; 2001) têm argumentado que, na contemporaneidade, a comunicação humana não se limita a um único modo semiótico (como a linguagem verbal) e não é realizada por meio de um único meio (como a página impressa).

Inserida na perspectiva da Semiótica Social, a multimodalidade consiste na ideia de que a produção de sentido se realiza pela combinação de mais de um código semiótico (modalidade) e de que todos os modos semióticos utilizados em um determinado objeto multimodal contribuem para a construção de sentido. Assim, cada modalidade teria suas potencialidades de representação e de comunicação que são construídas culturalmente pelos seres humanos no processo de construção de signos.

Em *Multimodal Discourse*, de 2001, Kress e Van Leeuwen ampliam o conceito de multimodalidade defendido em sua obra *Reading Images*, de 1996, ao explorarem os princípios comuns de comunicação multimodal presentes em diferentes modos semióticos. Os autores afirmam que, dentro de um determinado domínio sociocultural, um “mesmo” sentido pode frequentemente ser expresso por meio de diferentes modos semióticos. Por exemplo, uma informação publicada em um jornal impresso pode aparecer na forma de um texto verbal, de uma fotografia com legenda ou de um infográfico. Se essa mesma informação fosse publicada em um jornal *online*, ainda poderia ser expressa por um infográfico interativo ou por um vídeo.

Em termos gerais, a ideia central do discurso multimodal é de que, na comunicação humana, há sempre um modo mais apropriado de representação de uma ideia conforme o propósito e a audiência em questão. Contudo, para se chegar a esse modo, há alguns fatores que interferem na produção de sentido. O produtor, por exemplo,

### SUMÁRIO



## SUMÁRIO

deverá possuir as habilidades necessárias tanto para planejar (*design*) quanto para executar (produção) os procedimentos necessários para expressar uma determinada ideia por meio de um determinado modo, ou por uma combinação de modos.

Na comunicação científica, por exemplo, é comum se deparar com reclamações de leitores e autores quanto à impossibilidade de se acrescentar, nas publicações *online*, arquivos audiovisuais de um experimento, ou mesmo do *corpus* da pesquisa, juntamente com o artigo científico que o descreve verbalmente. Um biólogo, por exemplo, pode não conseguir reproduzir um experimento usando como fonte de informações somente o artigo que o descreve. Um pesquisador da área do Cinema também pode achar incompleto ler um artigo que expõe uma cena em quadrantes em vez de assisti-la em movimento. Esses exemplos nos mostram que pode haver certo desconforto, por parte do leitor/receptor, quando uma determinada ideia não é apresentada por meio do sistema sógnico que melhor a represente.

Kress e Van Leeuwen (2001) também afirmam que a multimodalidade não se resume à junção de várias semiotes, como ocorre no processo de edição no cinema, em que a imagem representa a ação, os efeitos sonoros representam o realismo e a música adiciona emoção à cena. Mais do que isso, os autores afirmam que, na visão da multimodalidade, princípios semióticos comuns operam por meio de diferentes modos e seria possível, por exemplo, que uma determinada trilha sonora expressasse uma ação ou que uma imagem expressasse um sentimento e assim por diante.

Os autores afirmam que, na era digital, os diferentes modos têm se tornado tecnicamente iguais em algum nível de representação e podem ser operados por uma só pessoa multitarefa usando uma única interface (o software) em um único aparelho de manipulação física (o computador). Assim, esse produtor multitarefa poderia chegar ao ponto de se perguntar, em determinado ponto: “Seria melhor

## SUMÁRIO

representar essa ideia com um efeito sonoro ou com uma música de fundo?”, “Seria melhor dizer isso visualmente ou verbalmente?”.

Corroborando essa ideia, Lunenfeld (1999, p. xix) afirma que “o computador, quando ligado a uma rede, é único na história das mídias tecnológicas: é o primeiro sistema amplamente disseminado que oferece ao usuário a oportunidade de criar, distribuir, receber, e consumir conteúdo audiovisual no mesmo local”. Manovich (2003) também se manifesta a esse respeito quando afirma que a revolução causada pelo computador “afeta todos os estágios da comunicação, incluindo aquisição, manipulação, arquivamento, e distribuição; afeta também todos os tipos de mídia – textos, imagens, imagens em movimento, som, e construções espaciais” (p. 19).

Por fim, ainda dentro do conceito de multimodalidade, os autores afirmam que a linguagem se constitui a partir de múltiplas articulações que ocorrem entre quatro estratos (ou camadas) diferentes: o discurso, o *design*, a produção e a distribuição. Cada um desses estratos produz suas próprias camadas de significado. Nas seções seguintes, descreveremos melhor cada um deles.

## DISCURSO

Kress e Van Leeuwen (2001) corroboram teorias consolidadas de análise do discurso que o definem como um conjunto de saberes socialmente construídos sobre a realidade (ou de alguns aspectos dela). No entanto, vão além ao relacionarem o discurso não somente à linguagem, mas também à forma como ele se realiza materialmente. Os autores focam a inter-relação absoluta entre o discurso e o modo como ele se apresenta e argumentam que a materialidade do modo semiótico contribui para o sentido. Para eles, todos os modos

## SUMÁRIO

semióticos disponíveis como meios de realização comunicacional em uma determinada cultura são elaborados naquela cultura como meios de articulação de discursos. Para os autores, é bastante cara a ideia de que os discursos podem ser articulados em modos semióticos não linguísticos, como as cores, o som, a textura e até mesmo os elementos ligados ao suporte. A própria diferença de sensações derivada das diferenças de leitura em suporte impresso e digital já seriam maneiras de atribuir sentido a um objeto de comunicação.

Kress e Van Leeuwen (2001) afirmam que há certa especificidade sensorial para cada modo semiótico e que, por conseguinte, há certa perda dessa especificidade quando há uma transposição de um modo para outro. Segundo os autores:

[...] duvidamos que a língua seja o modo mais articulado em todas as circunstâncias, tanto porque a cor como modo – para dar um exemplo – pode ser capaz de realizar sentidos discursivos que a língua falada ou escrita não podem, quanto porque alguns sentidos são “recebidos” mais facilmente em um modo do que em outro. Em outras palavras, a prática discursiva em um ambiente multimodal consiste na habilidade de selecionar os discursos que devem estar “em jogo” em uma ocasião específica, em um “texto” em particular. (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 29-30)

Assim, usar o modo cor para se referir às cores seria mais articulado discursivamente (mais eficiente) que usar palavras para se referir às cores. Por exemplo, para representar um sofá azul em uma revista de decoração, o recurso semiótico mais adequado seria uma imagem colorida de um sofá azul e não somente um texto verbal que o descrevesse ou uma imagem em preto e branco. Nesse sentido, uma tradução de um modo não linguístico para o modo linguístico perde várias especificidades essenciais. No caso da descrição do sofá, o leitor poderá não saber qual é a tonalidade específica de azul, além de perder a possibilidade de associação visual com outros aspectos visualmente representados, como formato, textura, material etc. Segundo os autores,

“as associações de sentido capazes de ser estabelecidas visualmente simplesmente não são as mesmas que podem ser estabelecidas verbalmente” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 27).

Para finalizar esta seção, retomamos a premissa inicial da multimodalidade, que consiste na ideia de que, na comunicação humana, há sempre um modo mais apropriado de representação de um discurso. Da mesma forma que acontece com as cores, usar imagens em movimento para se referir a imagens em movimento é mais articulado (eficiente) do que representá-las verbalmente ou em quadrantes. Nesse sentido, as imagens em movimento se apresentam como um modo bem articulado para expressão de sentidos discursivos. No entanto, em geral, a comunicação científica *online* ainda carece bastante dessa potencialidade, embora seja feita em um ambiente multimídia por essência.

## DESIGN

Conforme vimos na seção anterior, na concepção multimodal, a prática comunicacional consiste em escolher, entre os modos semióticos culturalmente disponíveis, aqueles que são mais adequados para finalidades, audiências e ocasiões de produção textual específicas. É a partir desse princípio que Kress e Van Leeuwen vão elaborar seu conceito de *design*.

Segundo os autores, para alcançar essa harmonia entre o que se pretende comunicar e como é comunicado, é necessário escolher materiais e modos que – por razões histórico- culturais, por proveniência ou pela história do indivíduo – são os mais capazes de articular os discursos utilizados em um momento em particular. Isto é, não é simplesmente uma questão de organizar o discurso considerado

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

de forma abstrata, mas também de organizar os modos realizacionais para os discursos. Isso envolve selecionar as formas materiais de realização a partir do repertório existente em uma determinada cultura, além de selecionar os modos que o produtor do texto julgue serem os mais eficientes em relação aos seus propósitos, às expectativas em relação à audiência e aos tipos de discurso que serão articulados.

Além disso, os autores afirmam que uma das limitações para as possibilidades de escolha de modos semióticos está no fato de o produtor saber quais são os recursos que estão disponíveis. Para os autores, há uma fronteira entre recurso e *design*. Nessa fronteira, há uma restrição bastante específica: somente os recursos oficialmente reconhecidos como modos comunicativos e representacionais (sejam abstratos como os discursos ou concretos como o material para desenhar) podem se transformar em sujeitos de um *design* consciente.

Os modos semióticos que não fazem parte do inventário oficial e público de uma determinada cultura (ou de um domínio de práticas) não podem ser usados no processo de *design*. Da mesma forma, apenas as estruturas e os sintagmas reconhecidos pelo falante (em termos linguísticos) estão disponíveis para o processo de elaboração de uma sentença.

Para os autores, isso sugere que, dentre os modos semióticos existentes em uma cultura, alguns são oficialmente reconhecidos (como a linguagem verbal) e, portanto, ficam disponíveis para o processo de comunicação e representação. Esses modos, em geral, são altamente desenvolvidos, chegando a existir membros da cultura que descrevem sua organização como se fosse uma gramática. Outros modos não são reconhecidos ou o são somente em relação a determinados domínios, ou podem ainda ser semirreconhecidos. No caso da comunicação científica, o modo reconhecido disponível em termos de *design* é a linguagem verbal escrita e as figuras, seja em suporte impresso ou eletrônico.

## SUMÁRIO

Kress e Van Leeuwen defendem que a comunicação depende da articulação dos estratos e também da interpretação. Para esta última, os autores falam em comunidade interpretativa, que é a instância responsável por fornecer esse reconhecimento. No nosso caso, a comunidade interpretativa é a comunidade científica.

De outra maneira, dentre os outros modos, estariam aqueles que carregam consigo a novidade de utilizar algum tipo de tecnologia ainda não totalmente explorada (ou reconhecida) pela comunidade científica. Por exemplo, as imagens em movimento são um modo semiótico reconhecido como recurso na edição de documentários televisivos. No entanto, elas são menos reconhecidas como modo semiótico para a composição de um artigo científico. Nesse sentido, o nosso caso de estudo, o JoVE, seria inovador ao apresentar videoartigos com a filmagem profissional de procedimentos e protocolos médicos e laboratoriais, utilizando, assim, a imagem em movimento como um modo representacional em uma prática discursiva (a comunicação científica formal) que parece ainda não reconhecer este como um modo semiótico legítimo.

## PRODUÇÃO

A produção está associada ao meio através do qual o *design* pode ser expresso. Está relacionada à organização de uma expressão, à articulação material real do evento semiótico. A produção é a organização da expressão ou do meio de execução do que foi elaborado na camada do design. Para os autores, diferentemente do que ocorre com o *design*, há outra série de habilidades relacionada à produção: habilidades técnicas, habilidades manuais e visuais, habilidades relacionadas não aos modos semióticos, mas aos meios semióticos, ou seja, ao tipo mídia ou suporte que será utilizado.



## SUMÁRIO

Para Kress e Van Leeuwen (2001, p. 66), “a produção pode estabelecer correspondências entre a qualidade material percebida por diferentes órgãos sensoriais”. A forma como um material é produzido para ser distribuído interfere na interpretação do leitor, ou seja, na leitura para produção de significado, pois não só a produção, mas a interpretação também pode ser considerada um trabalho físico que se materializa através dos órgãos sensoriais.

Algumas vezes, o *design* e a produção são executados pela mesma pessoa. Por exemplo, isso acontece quando um professor desenvolve um método e ministra suas aulas utilizando esse método. Mas também pode ser separado, quando, por exemplo, um professor ministra suas aulas utilizando método alheio ou quando um compositor compõe uma canção e um intérprete faz somente a parte performática de cantá-la.

Para os autores, o significado reside na produção e não apenas no discurso e *design*. O que é comumente aceito é que a produção não acrescenta significado, já para os autores: “a produção desempenha um papel semiótico variável independente na comunicação e não simplesmente realiza o que temos chamado de *design*” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 66). Um exemplo claro para demonstrar essa ideia é o jazz, estilo musical em que a essência do improviso coloca *design*, discurso e produção como instâncias simultâneas de realização de sentido.

Os autores também discutem dois princípios básicos de produção: a *provenance* (proveniência ou lugar de origem) e o potencial significativo experiencial. O primeiro se relaciona à origem dos signos e aos potenciais de significados que esses podem veicular; o segundo se relaciona ao seu potencial de significar algo diferente do que ordinariamente significa, através de um processo metafórico, por exemplo.

## SUMÁRIO

Segundo Kress e Van Leeuwen (2001), a ideia de proveniência pressupõe que os seres humanos constantemente importam signos de outros contextos (de outra época, grupo social ou cultura) para o contexto no qual se está construindo um novo signo. Para os autores, a ideia de proveniência inclui os seguintes aspectos (p. 73):

1. Na ausência de um modo semiótico, isto é, de uma “léxico-gramática” explicitamente elaborada, uma forma de significar um discurso é por proveniência, anexando um discurso a um significante importado de outro lugar, outro tempo, outra cultura, ou de outro grupo social, em que esse outro “lugar” está, de uma forma ou de outra, relacionado ou associado a valores ou temas-chave daquele discurso.
2. Um signo que produz significado por proveniência evoca um discurso completo, mas sem fazer com que esse discurso fique explícito, de modo que, subjetivamente, apenas um complexo vago e confuso de ideias e valores seja comunicado. No entanto, essas ideias e valores geralmente são importantes para o “lugar” que criou o signo de proveniência, e estão associados com sentimentos fortes. Como resultado, em geral, a imprecisão não é conscientemente percebida.
3. A comunicação por proveniência é geralmente assistemática e *ad hoc*, uma invenção do momento, ou parte de um catálogo de invenções do passado que nunca foi sistematizado e, portanto, só pode ser comunicada como uma “lista”. Do mesmo modo, não haverá regras gerais para interpretação, de modo que cada um dos casos é visto como único e os exemplos só podem ser interpretado um de cada vez. (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 73)

Isso acontece, por exemplo, quando a comunicação científica na web é feita de maneira bastante similar à comunicação científica tradicional impressa. Roger Chartier (1999), ao tratar da transição de suportes, afirma que “a obra não é jamais a mesma quando inscrita em formas distintas, ela carrega, a cada vez, um outro significado” (p. 71), uma vez que sempre que há a um novo suporte, há também um novo hábito de leitura que, em geral, vai se impondo vagarosamente.

## SUMÁRIO

O professor e designer italiano Ezio Manzini afirma que, em termos de técnica, inovações materiais chegariam ao sistema de objetos em duas etapas: na primeira, “se empregam os novos materiais como imitações, ou seja, como meros substitutos de materiais anteriormente utilizados” (MANZINI, 1993, p. 53). Já na segunda fase, todo o sistema seria redefinido em função do grau de inovação possibilitado pela nova tecnologia. É nesse ponto que esta pesquisa se baseia: na apresentação de uma iniciativa *online* que estariam nessa segunda fase descrita por Manzini (1993).

## DISTRIBUIÇÃO

A distribuição se refere à “recodificação” técnica de produtos ou eventos semióticos, com o propósito de gravação (exemplo: gravação em fita cassete ou gravação digital) e/ou distribuição (exemplo: transmissão por rádio ou TV, *internet* etc.). Também tende a ser vista como um elemento não semiótico, como se não acrescentasse nenhum significado e somente facilitasse as funções pragmáticas de preservação e distribuição. Se assim o fosse, ouvir uma orquestra com um fone de ouvido ligado a um *smartphone* produziria o mesmo efeito de sentido de se ouvir a mesma orquestra tocando ao vivo em um teatro com tratamento acústico.

Assim, os autores afirmam que a distribuição também acrescenta algo a (ou muda) o sentido e que, com o passar do tempo, os meios de distribuição podem, em parte ou como um todo, se tornar meios de produção.

Uma ideia bastante importante relacionada à distribuição é de que os modos e as mídias que lhe servem de suporte são interdependentes, o que significa que embora as mídias e os modos

sejam diferentes uns dos outros, a mídia que usamos afeta as maneiras pelas quais podemos perceber o significado através de um modo ou de uma combinação de modos.

Por exemplo, o modo escrita é afetado de forma diferente pelas possibilidades e limitações proporcionadas pela página de um livro em comparação às possibilidades e limitações proporcionadas pela tela do computador ou de outro dispositivo eletrônico. A ideia de um autor único e solitário que se comunica com o leitor por meio do produto final livro foi transformada à medida que as tecnologias digitais abriram as possibilidades de produção textual não linear, interativa, hipertextual, continuamente passível de revisão.

Conforme a escrita vem se tornando uma atividade cada vez mais baseada na tela, as maneiras pelas quais escrevemos (desde a gramática que usamos até o estilo, tom, aparência e estrutura de nossas palavras, frases, parágrafos e páginas) faz com que o papel ocupado pelo autor se torne necessariamente mais fluido e transitório. Essa mudança na relação entre autor e texto, e, portanto, na maneira como o significado pode ser comunicado por meio de texto, foi facilitada pelo avanço tecnológico, que permitiu uma mudança do meio estático da página para o meio mais fluido da tela.

Por fim, vale ressaltar que a camada do discurso perpassa todas as categorias devido à sua estreita ligação com a noção de ideologia. Vejamos: a prática comunicacional consiste em escolher o modo de realização que está mais apto a um propósito específico, a um público e à ocasião da produção do objeto, que será interpretado por uma comunidade interpretativa.

Essa comunidade é quem vai reconhecer e aceitar o discurso. Kress e Van Leeuwen (2001) também afirmam que a prática discursiva é sempre produtiva e transformativa: a cada nova configuração do discurso e de seus modos, um formato novo é produzido e transformado. Essas

## SUMÁRIO

transformações produzem efeitos. Para os autores, trata-se de ideologia. Por trás dessas mudanças, há motivações. Como toda ação social é semiótica e vice-versa, a ação social muda o ator e o ato. Nesse sentido, a iniciativa aqui pesquisada apresenta certas mudanças ideológicas, mas, obviamente, há outras ideologias (a lógica do impresso ou de sua transposição literal para o ambiente digital) que tentam se manter.

## À GUIA DE METODOLOGIA

Esta pesquisa insere-se no paradigma qualitativo e é um estudo de caso. Como metodologia de trabalho, utilizou-se a tríade análise documental, pesquisa bibliográfica e entrevista. Na análise documental, consideramos como corpus de análise o *website* oficial do projeto *The Journal of Visualized Experiments* (JoVE) à procura de textos como editoriais, recomendações aos autores e descrições de funcionamento, além de arquivos de áudio ou vídeo ou ainda figuras como infográficos ou fluxogramas que falavam sobre o projeto em si, sua história, seu funcionamento e as razões para a sua proposta inovadora.

Concomitantemente à análise documental, foi feita uma pesquisa bibliográfica por meio de artigos, livros, dissertações e teses que abordassem temas relacionados à iniciativa. Como complementação à análise documental e à pesquisa bibliográfica, entrevistamos o idealizador do projeto.

Para analisar o produto editorial, escolhemos um artigo como amostra da produção do período e analisamos seu conteúdo e seu formato, a fim de verificar as mudanças ocorridas no gênero artigo científico.

## SUMÁRIO

## THE JOURNAL OF VISUALIZED EXPERIMENTS (JOVE)

Segundo informações colhidas no site oficial da iniciativa, o JoVE é o primeiro periódico científico especializado em publicar videoartigos. Com sede em Massachusetts/EUA, já publicou mais de 10.200<sup>1</sup> artigos com filmagem profissional feita em laboratórios científicos de instituições de pesquisa e sua lista de assinantes inclui mais de 1.000 universidades, faculdades, hospitais e empresas de biotecnologia.

Seu principal fundador é o pesquisador Moshe Pritsker, atual editor-chefe e presidente do empreendimento. Pritsker é doutor em Biologia Molecular pela Universidade de Princeton/EUA, possui mestrado em Química pelo Instituto de Ciência Weizmann, em Israel, e licenciatura em Química pela Universidade Hebraica de Jerusalém. Nasceu na Rússia, mas viveu por muito tempo em Israel e nos EUA. Atualmente, reside em Medford, Massachusetts. Moshe Pritsker foi quem nos concedeu a entrevista para a condução desta pesquisa.

Pritsker nos fala sobre as primeiras inquietações que o levaram à criação de um periódico de videoartigos. A ideia surgiu durante seus estudos de doutorado, quando, segundo o editor, como qualquer outro biólogo experimental, sofria com as dificuldades de reproduzir experimentos a partir de descrições escritas disponíveis na literatura científica. Ele afirma que esse fenômeno se deve a várias razões, incluindo descrições incompletas de procedimentos complexos feitas pelos autores, interpretações erradas de detalhes técnicos por parte dos leitores, variações na terminologia, ausência de padronização, entre outros fatores.

Ainda segundo o editor, para lidar com esse problema, os cientistas muitas vezes recorrem a colegas que já estão habituados

<sup>1</sup> Dado retirado do site da iniciativa em 14 de maio de 2018.

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

com determinadas abordagens experimentais e pedem a eles para mostrar como fazer o experimento. O problema, segundo Pritsker, é que muitas vezes esse tipo de ajuda não está disponível e os cientistas ficam estagnados em um processo contínuo de “reinventar a roda”, passando anos tentando reproduzir experiências anteriormente feitas e publicadas por outros. Nas suas próprias palavras: “(...) no nível pessoal, isso é muito frustrante. No nível global, é um ‘buraco negro’ sistêmico que consome mais de 50% do tempo e dinheiro que são destinados para a pesquisa biológica e biomédica” (PRITSKER, 2013 apud VECCHIO, 2014, p. 146).

O editor afirma que o impacto das novas tecnologias na comunicação científica tem sido significativo, mas limitado à melhoria nos mecanismos de transferência, busca, navegação e catalogação. Por outro lado, para ele, as novas tecnologias não alteraram significativamente a estrutura principal da publicação científica, que permanece a mesma nos últimos 400 anos: descrições longas e complicadas, cheias de jargões técnicos de difícil compreensão, mesmo por peritos em domínios específicos.

Para Pritsker, a mudança lenta na publicação científica é incompatível com a rápida evolução da própria ciência nos últimos 50 anos. Para ele, uma grave consequência disso é a baixa reprodutibilidade dos experimentos devido ao nível insuficiente de eficácia na transferência de conhecimento fornecido pelo formato tradicional dos artigos baseados somente em texto e figuras. O editor afirma que pesquisas recentes mostram que mais de 70% dos estudos publicados não são reprodutíveis.

Como uma possível resposta a essa demanda, Pritsker começou a vislumbrar um grande repositório *online* de vídeos de experimentos em laboratório. Sua ideia inicial era de que os vídeos pudessem substituir o processo tradicional de pedir a outro cientista para “mostrar” como o processo funciona, aumentando,

## SUMÁRIO

portanto, a reprodutibilidade, eficiência e padronização em ciências biológicas. Na sequência, o editor percebeu que esse repositório deveria ser desenvolvido como um periódico científico, incentivando pesquisadores a submeterem seus trabalhos para publicação.

Depois de filmar o próprio experimento, Pritsker percebeu que seria muito difícil que os próprios cientistas produzissem vídeos de alta qualidade de suas próprias experiências. Segundo o pesquisador, um experimento médio requer entre 3 e 4 horas de filmagem e edição extensa e os cientistas normalmente não têm câmeras profissionais e *softwares* de edição e, sobretudo, não têm tempo para aprender as habilidades necessárias para fazer filmagem e edição de boa qualidade.

O projeto para o JoVE começou a ganhar forma em 2006, quando Pritsker e seus colaboradores estabeleceram uma rede multilocal de produtores de vídeo profissionais que passaram a produzir vídeo-protocolos em laboratórios de pesquisa espalhados pelo mundo. Hoje essa rede abrange cerca de 15 países, onde são filmados experimentos em laboratórios de universidades dos EUA, Reino Unido, Canadá, Alemanha, Suécia, Israel, Austrália e outros.

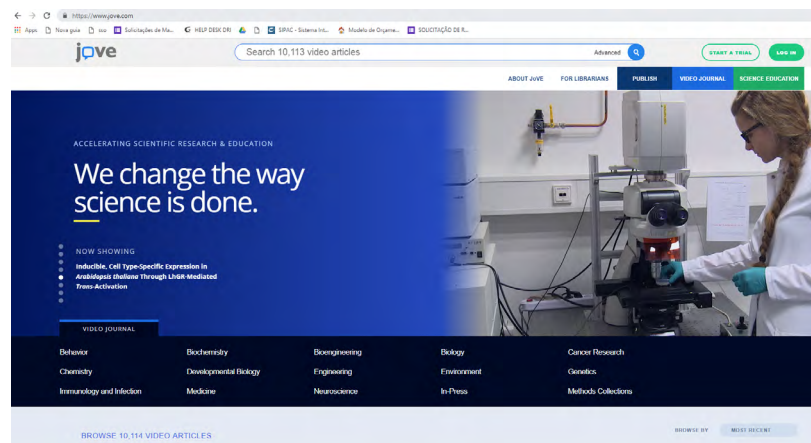
Na entrevista, Pritsker relata que inicialmente a ideia recebeu uma recepção muito boa por parte de cientistas e estudantes no que diz respeito ao uso das publicações em vídeo e que ainda hoje o acesso aos vídeos é muito requisitado. No entanto, embora os cientistas aprovassem o uso dos videoartigos, muitos demonstravam certa resistência em publicar seus trabalhos no JoVE.

Segundo Pritsker, nas Ciências Biológicas, um periódico leva décadas para acumular um prestígio comparável ao das revistas de maior prestígio, como a *Nature* e a *Science*. Além disso, dentro do processo editorial científico, a etapa de produção de vídeo ainda não era familiar para os cientistas e os editores do JoVE precisavam se esforçar para explicar isso detalhadamente aos candidatos à submissão de trabalhos.



Segundo Pritsker, a equipe do JoVE tem trabalhado bastante para aumentar a credibilidade e o reconhecimento do periódico entre autores potenciais. E a iniciativa tem se tornados mais conhecida a cada ano. A FIG. 10, a seguir, traz a página inicial do *website* do periódico JoVE.

FIGURA 1 – Página inicial do website do periódico JoVE



(Fonte: <http://www.jove.com/>)

## ANÁLISE DO VIDEOARTIGO

Escolhemos como amostra do produto editorial da iniciativa JoVE o artigo intitulado *Live-cell Video Microscopy of Fungal Pathogen Phagocytosis* [Vídeo microscopia de célula viva de fagocitose de patógenos fúngicos], publicado em janeiro de 2013, pelos pesquisadores Leanne E. Lewis, Judith M. Bain e Blessing Okai, da Divisão de Medicina Aplicada da Universidade de Aberdeen/Escócia, Neil A. R. Gow, do Grupo Fúngico de Aberdeen, e Lars Peter Erwig, do

SUMÁRIO

Grupo Fúngico de Aberdeen e da Universidade de Aberdeen/Escócia. Trata-se de um artigo de acesso aberto, ou seja, sem cobrança de taxas ou necessidade de assinatura do periódico para acesso, ao contrário da a maioria dos artigos do periódico.

Em termos estruturais, o videoartigo tem a extensão total de 8'52'', divididos em sete seções. O título de cada seção aparece em um menu lateral direito em forma de *hiperlink* em que o usuário pode clicar e assistir diretamente àquela seção, conforme pode ser visto na FIG. 2.

O artigo em formato de texto não é uma transcrição do que é dito no videoartigo. Ele obedece às estruturas convencionais do gênero artigo científico na área de ciências biológicas e tem 2.835 palavras. Além das seções apresentados no vídeo, traz também resumo, discussão, referências e uma seção de agradecimentos. É possível fazer *download* da versão em PDF, assim como da lista de materiais utilizados no experimento, separadamente.

FIGURA 2 – Página do videoartigo *Live-cell Video ... Phagocytosis*

The screenshot displays the Jove website interface for the article "Live-cell Video Microscopy of Fungal Pathogen Phagocytosis". The page includes a search bar at the top, navigation tabs for "IMMUNOLOGY AND INFECTION", "PROTOCOLS", "RESULTS", "DISCUSSION", "METHODS", "REFERENCES", and "DOWNLOAD". The article title and authors are listed, along with a video player showing a woman (Judith Bain) in a lab setting. A table of contents on the right lists chapters such as "C. albicans Growth and Conditions", "C. albicans Staining Using Fluorescein Isothiocyanate (FITC)", "Preparation of the J774.1 Mouse Macrophage Cell Line", "Live Cell Video Microscopy Phagocytosis Assay 28", "Analyzing the Live Cell Video", and "Conclusion".

Fonte: <http://www.jove.com/video/50196/live-cell-video-microscopy-of-fungal-pathogen-phagocytosis>

SUMÁRIO

## SUMÁRIO

Em termos de conteúdo, o tema geral do artigo é a fagocitose, nome dado ao processo realizado por células que, ao encontrarem partículas sólidas estranhas no organismo, envolvem-nas e as absorvem para protegê-lo. As bactérias, células de tecido morto e pequenas partículas minerais são exemplos de materiais que podem ser fagocitados. O artigo descreve um método de videomicroscopia de células vivas do fungo *Candida albicans* sendo fagocitado.

Os autores afirmam que determinados estudos desse tipo de fagocitose, apesar de informativos, são limitados por normalmente não dividirem o processo em suas fases específicas, que podem afetar o processo de formas diferenciadas. Isso se deve ao fato de que a análise costuma ser feita a partir de imagens capturadas de um único momento do processo, sem levar em consideração seu caráter dinâmico e contínuo. Segundo os autores, o método demonstrado no videoartigo é inovador por revelar novos aspectos e fases da fagocitose, uma vez que são feitas imagens em um intervalo muito pequeno de tempo (uma a cada minuto durante 6 horas).

Assim, ao contrário da captura de imagens de um único momento, a microscopia em vídeo de células vivas permite que uma ampla variedade de células e de organismos patógenos sejam estudados como sequências contínuas em períodos de tempo prolongado, proporcionando informação espacial e temporal em uma ampla gama de processos dinâmicos. Segundo os autores, essa técnica pode fornecer uma diretriz para futuros estudiosos que queiram utilizar o método de microscopia em vídeo para a análise de atividades fagocitárias e de outros microrganismos.

O vídeo começa com uma vinheta do JoVE, seguida por uma tela com o título, o nome dos autores e suas afiliações, acompanhada por narração. Em seguida, há uma animação explicando resumidamente como o experimento deve ser feito e suas vantagens em relação aos métodos já existentes, incluem-se também imagens microscópicas

## SUMÁRIO

das células em movimento. Funciona como uma introdução ou um resumo do artigo. Em seguida, em 1'15", a autora Judith M. Bain aparece falando sobre as vantagens do método em relação às técnicas existentes. Em seguida, em 1'32", a autora Blessing Okai fala sobre a aplicabilidade do método em outros tipos de experimentos. Na cultura impressa, essa seção seria a junção da revisão da literatura e da justificativa. Em 1'44", inicia-se o experimento, que é dividido em cinco seções correspondentes às cinco etapas de sua execução.

Nessa fase do vídeo, as imagens apresentam uma das duas autoras executando os procedimentos no laboratório enquanto a narração descreve como eles devem ser feitos. Uma das etapas demonstradas é a coloração da amostra do fungo *Candida albicans* para melhor visualização no microscópio. Também há algumas legendas indicando quais procedimentos estão sendo feitos e algumas medidas, como se fosse o vídeo de uma receita culinária.

Na etapa que envolve a visualização do processo de fagocitose no microscópio, aos 6'22", a autora Judith M. Bain volta-se para a câmera para alertar que se trata da fase mais crítica do experimento, por isso o pesquisador deve ser cuidadoso em configurar o microscópio corretamente, uma vez que, se o material ficar exposto além ou aquém do necessário ou se estiver fora do foco, o experimento deverá ser refeito.

Na sequência, aos 6'40", inicia-se a seção de análise e o vídeo apresenta as imagens microscópicas coloridas das células em atividade e depois uma figura com setas indicando aspectos importantes da análise e um gráfico que resume o número total de *Candida albicans* fagocitado por cada célula fagocitária.

Por fim, na seção de conclusão, aos 8'10", a autora Judith M. Bain retorna afirmando que, após assistir ao vídeo, é esperado que o usuário tenha tido uma boa compreensão de como executar o experimento seguindo especificamente as instruções dadas. O vídeo

termina aos 8'52'' com a repetição da tela de título, autoria e afiliação, seguida da ficha de créditos, que inclui o nome do produtor, roteirista, cinegrafista, narrador e editores do vídeo.

## A PERSPECTIVA DO DISCURSO MULTIMODAL

Segundo Santaella (2004), a leitura não está restrita à decifração de letras. Para a autora, ler significa também relacionar palavra e imagens, desenho e tamanho de tipos, elementos gráficos e diagramação. Além disso, os hábitos de leitura mudam de acordo com evoluções técnicas, formais e culturais, as quais podem alterar o modo de pensar a ciência e seus resultados de pesquisa. A própria diferença de sensações derivada das diferenças de leitura em suporte impresso e digital já seriam maneiras de atribuir sentido a um objeto de comunicação.

Sobre o artigo publicado pelo JoVE, cumpre admitirmos que escolhemos esse estudo em particular porque, embora não sejamos da área das ciências biológicas, conseguimos perceber que a reprodução do experimento baseada somente na sua descrição verbal seria difícil de ser feita. O grande diferencial do artigo é a inovação da visualização e categorização de uma atividade celular, ou seja, de algo dinâmico, em movimento. Nesse momento, sentimos empatia pelas primeiras inquietações do editor Moshe Pristker e pudemos entender como os videoartigos podem ser úteis para a comunidade científica.

Além disso, com uma análise atenta dos elementos dispostos na página do artigo *online* e após assistir ao vídeo, podemos observar que não se trata de uma transposição do material verbal para o material audiovisual. O artigo em formato de texto apresenta seções de introdução e discussão bem mais longas e aprofundadas, enquanto que a seção do protocolo é apenas uma lista em formato “passo a passo”

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

dos procedimentos a serem executados. De forma complementar e oposta, as seções de introdução e conclusão do vídeo são bastante sucintas, enquanto que as etapas de condução do experimento, ou seja, o protocolo, são bastante explícitas.

Nesse caso, percebemos que os editores comprovam as afirmações de Kress e Van Leeuwen (2001) de que a produção de sentido se realiza pela combinação de mais de um código semiótico e de que todos os modos semióticos utilizados em um determinado objeto multimodal contribuem para a construção de sentido. Assim, nesse caso, as potencialidades específicas de representação e de comunicação de cada modalidade (no caso, a linguagem verbal escrita e as imagens em vídeo) foram utilizadas de forma a complementar uma à outra.

Em relação às camadas, percebemos, por exemplo, que distribuição e produção estão imbricadas uma vez que o artigo originalmente produzido pelo autor no modo semiótico da linguagem verbal escrita é representado por meio de um novo objeto semiótico, o videoartigo, que foi produzido e editado por outros profissionais, como produtor, roteirista, cinegrafista, narrador e editores do vídeo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados desta pesquisa corroboram a teoria de Bazerman (2005; 2007; 2011) de que os gêneros não são meras cristalizações formais estagnadas no tempo e no espaço. Corroboram também a ideia do teórico de que, para se definir um gênero, não devemos nos ater somente aos traços textuais mais característicos, mas sim às relações e às interações mais fundamentais que são realizadas no ato de comunicação por meio dos gêneros.

## SUMÁRIO

Assim, afirmamos que o vídeo analisado como artigo científico o é não porque apresenta um conjunto de traços formais esperados para compor tal gênero, mas porque pertence a uma categoria sociopsicológica usada para reconhecer e construir a ação tipificada de troca de informação e discussão de ideias entre cientistas e pesquisadores dentro da situação tipificada da comunicação científica.

Desse modo, esse novo tipo de publicação científica pertence ao gênero discursivo científico tanto quanto o mais tradicional dos artigos escritos. A novidade é que esse novo produto incorpora a criatividade improvisadora dos seres humanos na interpretação de novas situações, na identificação de novas metas, no uso de novos recursos para alcançar essas metas e na transformação das situações através de seus atos criativos, provando o caráter dinâmico, interativo e agentivo do uso da linguagem por meio dos gêneros.

Embora o ponto de vista da educação não tenha sido o foco deste trabalho, vale também mencionar os estudos da pesquisadora norte-americana Elizabeth Daley (2010) sobre o letramento multimidiático. A autora afirma que, na concepção tradicional sobre o que é letramento, há um pressuposto subjacente de que a linguagem só possa se articular por meio de palavras. Contraponto essa ideia, Daley se propõe a expandir o conceito argumentando, entre outros pontos, que a linguagem multimidiática da tela permite modos de pensamentos, formas de comunicar e produzir pesquisa, além de métodos de publicação e ensino que são essencialmente diferentes daqueles relacionados ao texto escrito.

A autora também relata que já existem institutos de ensino que oferecem cursos para “empoderar professores e alunos para escolherem a melhor linguagem para suas tarefas” (p. 489). Esses dados abrem caminhos para pesquisas que envolvam a relação entre multimodalidade e ensino, em especial a questão do letramento multimidiático defendido pela autora.

## SUMÁRIO

Ao iniciar esta pesquisa, nossa principal inquietação era descobrir se havia pessoas ou instituições propondo novas maneiras de se fazer comunicação científica na *internet*. Podemos dizer que fomos bem-sucedidos nesse propósito. Lamentamos que não tenhamos descoberto casos brasileiros ou, ao menos, latino-americanos até o momento de fechamento deste capítulo, mas ficamos satisfeitos em saber que o caso que abordamos pode servir de incentivo e modelo para ações locais.

## REFERÊNCIAS

- BAZERMAN, Charles. *Gêneros textuais, tipificação e interação*. Tradução de Judith Chambliss Hoffnagel. São Paulo: Cortez, 2005.
- BAZERMAN, Charles. *Escrita, gênero e interação social*. São Paulo: Cortez, 2007.
- BAZERMAN, Charles. *Gênero, agência e escrita*. 2. ed. Tradução e adaptação de Judith Chambliss Hoffnagel. São Paulo: Cortez, 2011.
- CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. Tradução de Reginaldo de Moraes. São Paulo: Editora UNESP/Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.
- DALEY, Elizabeth. Expandindo o conceito de Letramento. Traduzido por Solange Gervai. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, Campinas, n. 49, v. 2, p. 481-491, jul./dez. 2010.
- GARVEY, William. D., GRIFFITH, Belver. C. Communication and information process within scientific disciplines, empirical findings for psychology. In: GARVEY, W. D. *Communication: the essence of science; facilitating information among librarians, scientists, engineers and students*. Oxford: Pergamon, 1979. Apêndice A, p. 127-147.
- KRESS; Gunther; VAN LEEUWEN; Theo. *Reading images: The Grammar of Visual Design*. Nova York, Routledge, 1996.
- KRESS; Gunther; VAN LEEUWEN; Theo. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. Nova York e Londres: Bloomsbury Academic, 2001.



## SUMÁRIO

LUNENFELD, Peter. Screen grabs: the digital dialectic and new media theory. In: LUNENFELD, Peter. (Org.). *The digital dialectic: new essays on new media*. Cambridge, IT Press, 1999. p. xiv-xxi

MANOVICH, Lev. New media from Borges to HTML. In: WARDRIP-FRUIN, Noah; MONTFORT, Nick. *The new media reader*. Cambridge, The MIT Press, 2003

MANZINI, Enzo. *A matéria da invenção*. Trad. Pedro Afonso Dias. Porto: Porto Editora, 1993.

SANTAELLA, Lúcia. *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004.

THE JOURNAL OF VISUALIZED EXPERIMENTS (JOVE). Disponível em: <https://www.jove.com/about/>. Acesso em: 13 mai 2019.

VECCHIO, Pollyanna de Mattos Moura. *A comunicação científica e o futuro: estudo sobre ações inovadoras de edição científica em ambiente digital*. Belo Horizonte, 2014. 149 f. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagens) – CEFET-MG.

# 3

Mateus Esteves de Oliveira

## **O DISCURSO MULTIMODAL ALÉM DO HUMOR NA CONSTRUÇÃO CRÍTICA DE MEMES**

*MULTIMODAL DISCOURSE BEYOND HUMOR  
IN THE CRITICAL CONSTRUCTION OF MEMES*

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.363.81-104

## SUMÁRIO

### RESUMO:

Com o advento da internet como um dos principais meios de interação em escala global, outros modos de comunicação passaram a fazer parte das relações humanas. Consequentemente, novos textos surgem continuamente e seguem transmitindo discursos, ideologias e interesses de seus produtores, mesmo que inconscientemente. Assim, a web apresentou ao mundo outras possibilidades de discursos multimodais que articulam imagem, texto verbal, sons, cores e efeitos intransponíveis para o impresso tradicional. Esses discursos são pensados, produzidos e distribuídos simultaneamente em sites, blogs e redes sociais que se identificam com o tema e, assim, conduzem o internauta na adesão às ideias vinculadas. Dito isso, este estudo se sustenta na teoria do Discurso Multimodal de Kress e Van Leeuwen aplicada à construção crítica de memes, um gênero virtual amplamente aceito e propagado em várias plataformas virtuais. Assim, a discussão aqui presente procura contextualizar e abordar teoricamente os mecanismos que interferem na produção semântica e no design desse tipo de texto.

**PALAVRAS-CHAVE:** Discurso Multimodal; Memes; Design; Produção; Distribuição.

### ABSTRACT:

*With the advent of the internet as one of the main means of interaction on a global scale, other modes of communication became part of human relationships. Consequently, new texts of texts appear continuously and go on transmitting speeches, ideologies and interests of their producers, even if unconsciously. Thus, the web presented the world with other possibilities of multimodal discourses that articulate image, verbal text, sounds, colors and insurmountable effects for traditional print. These speeches are thought, produced and distributed simultaneously on websites, blogs and social networks that identify with the theme and, thus, lead the Internet user to adhere to the linked ideas. That said, this study is based on the theory of Multimodal Discourse by Kress and Van Leeuwen applied to the critical construction of memes, a virtual genre widely accepted and distributed on various virtual platforms. Thus, the discussion here seeks to contextualize and theoretically address the mechanisms that interfere in the semantic production and design of this type of text.*

**KEYWORDS:** Multimodal Discourse; Memes; Design; Production; Distribution

## INTRODUÇÃO

Com a crescente utilização da internet como meio capaz de agilizar as atividades do dia a dia e potencializar as relações interpessoais através das tecnologias de comunicação que possibilitam contato em tempo real, faz-se necessário estudar as produções visuais e/ou escritas que circulam pela rede mundial de computadores, bem como suas pretensões ideológicas, sociais e culturais. Em ampla medida, devido à mudança do real para o virtual na forma pela qual os serviços se movimentam, a linguagem verbal e não verbal também vem sofrendo modificações que impactam na rotina social, sobretudo, nos sistemas de ensino que, agora, deparam-se com uma modernidade líquida, como bem observa Bauman (2000). Em outras palavras, pós-moderna, onde as relações humanas tendem a ser mais fluidas devido à rapidez de atualizações e informações correntes.

Essa mudança na comunicação se torna mais visível na circulação de textos que conjugam vários recursos semióticos com o intuito de passar o maior número de informações com o menor tempo possível. Assim, pode-se chamar de multimodalidade essa conjugação de recursos que busca transmitir informações com clareza em um determinado contexto social e cultural.

Por conseguinte, a definição de multimodalidade materializa-se na presença conjunta e simultânea de mais de um modo semiótico que, ao se interagirem, produzem significados dentro de uma situação comunicativa. Logo, o “que é importante nessa visão de uso de linguagens é que os modos funcionam em conjunto, sendo que cada modo contribui de acordo com a sua capacidade de fazer significados” (HEMAIS, 2010, p.1).

Até o século passado, quando capas de jornais e folhetos explicativos chegavam às mãos dos leitores, a maioria dos textos era produzida em preto e branco, em decorrência, inclusive, do

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

aparato tecnológico insuficiente para massificar produções editoriais ilustradas e em cores. Entretanto, como bem nos ensina Cope e Kalantzis (apud SANTOS; PIMENTA, 2001) ao desenvolver a teoria da multimodalidade, todo texto é multimodal, logo, traços característicos da multimodalidade, como espaçamentos entre as linhas, cor do papel, disposição dos parágrafos e escolha da fonte, já estavam presentes nos impressos. Não obstante, a intensificação da produção de textos que articulam com maior palpabilidade a linguagem verbal com a não verbal se deu a partir das facilidades oferecidas pelo computador para editar e distribuir material textual.

À vista disso, as ideias de Guerreiro e Soares (2016) abarcam que:

O ambiente digital viabiliza diversas ferramentas que a tornam mais acessível a um público que aspira por materiais cada vez mais dinâmicos e ao mesmo tempo com conteúdo. Os domínios digitais carregam, agora, não apenas textos verbais, como também imagéticos, objetos em movimento, sons, cores e disposições dos textos. Essa configuração ocorre devido à organização multimodal dos textos contemporâneos. (GUERREIRO; SOARES. 2016, p. 185-186)

Logo, a era digital proporcionou outras possibilidades de contato com o texto, e conseqüentemente, com a literatura. Tornou-se viável adicionar recursos que não eram possíveis de serem utilizados no texto impresso tradicional, como a animação e o áudio, o que trouxe para o leitor outras experiências interacionais com a produção textual. Isso causa impacto na linguagem, a qual precisa ser mais versátil, flexível e ativa para conseguir atender às novas demandas de comunicação.

A chegada das novas tecnologias da informação também corroborou para alterar as configurações de alguns gêneros textuais muito utilizados, como foi o caso da carta. Esse tipo de escrito que levaria dias ou até meses para chegar ao destinatário passou a ser transferido para o meio digital através do correio eletrônico, o *e-mail*. Este, por

motivos econômicos e logísticos, passou a, gradativamente, substituir aquele, já que também se mostrava confiável e de fácil compreensão.

Diante desse contexto, outros gêneros surgem e se fazem presentes na vida de todos os usuários da rede. Seja para o humor, crítica ou divulgação ideológica, novos textos circulam pela internet com características bem distintas que os diferenciam dos demais gêneros que existiam antes da popularização da *web* e das redes sociais. Como exemplos claros desses novos gêneros textuais, têm-se os *history*, *gifs* e, o foco de estudo deste artigo, os memes. Dessa forma, este trabalho propõe uma análise de um par de memes, extraídos de uma famosa rede social, à luz do Discurso Multimodal, em uma perspectiva focada nos mecanismos de produção de sentido crítico das mensagens.

## WEB E DISCURSO MULTIMODAL

As primeiras análises considerando traços característicos do discurso surgiram por volta dos anos 60 e se baseavam na dualidade de textos orais ou escritos. Com o surgimento das novas tecnologias da comunicação, outras textualidades emergiram e ocuparam espaço em todas as esferas da sociedade. Isso fez com que a informação se difundisse por outros meios, o que alterou profundamente os estudos convencionais de análise dos discursos até então veiculados. Dentre os avanços mais significativos, podem-se destacar a transmissão de mensagens em tempo real e o uso intensivo de imagens exploradas como códigos de comunicação.

Essa nova forma de organização e circulação de mensagens inquietou os analistas discursivos a refletirem sobre suas práticas de trabalho e se elas ainda conseguiriam abarcar toda a complexidade de textos altamente multimodais (MAINGUENEAU, 2015). Essa

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

multimodalidade, por sua vez, sugere que todo texto se vale por mais de um recurso expressivo, de modo simultâneo, para difundir sua mensagem. Isso significa que quando se ouve alguém discursar, aparentemente, compreende-se o comunicado pelo que a pessoa fala, ou seja, a linguagem verbal. Entretanto, é sabido que seus gestos, entonação de voz, olhar e postura corporal corroboram para que a mensagem seja transmitida de modo mais preciso possível.

Com isso, Mainguenu (2015, p. 159), por exemplo, observa que “o discurso oral já é multimodal por natureza, visto que a comunicação ativa simultaneamente a produção de um fluxo sonoro e de movimentos corporais associados”. A partir de tal colocação, entende-se que a comunicação verbal e a gestual devem ser consideradas em conjunto, a fim de ampliar a abordagem analítica de determinado discurso.

De acordo com Santos e Pimenta (2001, p. 302), “o campo da multimodalidade pretende explorar a produção de significados, levando em consideração os vários modos e meios possíveis de significação à disposição dos atores socioculturais”. Nesse sentido, o fenômeno da multimodalidade também é sensível no texto visual, sendo que as imagens podem conter críticas carregadas de influência dos discursos dominantes na sociedade.

Desse modo, a seleção para uma representação é marcada pela intenção enunciativa do objeto em um contexto. Ao indicar um recurso em detrimento de outro, o ator acredita que este é o melhor meio de transmitir seu texto, levando em consideração a cultura e o ambiente pelos quais vai circular. Diante disso, entende-se que a projeção da mensagem não pode ser tomada pelo objeto em si, mas sim, abordando o aspecto geral no qual é representada (SANTOS; PIMENTA, 2001).

Consequentemente, um meme, uma charge ou um cartum podem dizer muito sobre a ideologia que envolve seu produtor ou ao grupo social que o elabora. Tendo em vista que o interesse determina a seleção, essas

## SUMÁRIO

marcas são perceptíveis através da escolha das cores, disposições espaciais ou relação entre os personagens, contribuindo para repassar ou reproduzir determinadas concepções e opiniões. As escolhas, em outras palavras, as vias de comunicação desses atores sociais, são acionadas através daquilo que acreditam ser o mais coerente no contexto e cultura nos quais os receptores irão ter contato com o texto.

Logo, o discurso presente em textos de imagens, sons e escritos é uma construção social da realidade da qual se busca retratar. Esse discurso é fortemente atravessado por ideologias, as quais afastam qualquer possibilidade de existência de um texto neutro. Com a massificação da internet, seus inúmeros canais de distribuição e a extensão de produções textuais multimodais, já não é mais possível delimitar o estudo do discurso apenas pelo que se lê ou se ouve, antes, deve-se investigar bem o objeto de análise inserido em um contexto, assim como os diversos recursos semióticos pelos quais se utiliza para comunicar (MAINGUENEAU, 2015).

## DISCURSO MULTIMODAL: DISCURSO, DESIGN, PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

É de conhecimento da área dos Estudos de Linguagens que a multimodalidade faz parte das intenções enunciativas do comunicador. Este seleciona, por meio dos seus interesses, os recursos semióticos que considera mais coerentes para transmitir a mensagem. Entretanto, percebe-se que as problemáticas que envolvem a multimodalidade estão relacionadas com a amplitude da realidade na qual um determinado grupo social está fixado. Em outros termos, isso conduz ao entendimento de que se trata de um processo complexo e envolve muito mais do que a análise de textos verbais conjugados com não verbais. Antes, para compreender o que se é difundido ou dito, é



preciso entender o contexto pelo qual perpassa uma ideia, numa perspectiva complexa e sistêmica (KRESS, 2010).

Logo, o escopo de estudo da multimodalidade se ocupa em examinar a construção de sentidos das mensagens. Tal tarefa procura englobar todas as vias possíveis de significação que os atores socioculturais têm à disposição. De acordo com Kress (2010, apud SANTOS; PINHEIRO 2014) os diversos Modos Semióticos, dentre os quais podemos citar a língua, a imagem, a música e o design, por exemplo, são construídos através de modos sensoriais do ser humano (visão, audição, tato, olfato e paladar) e se tornam participantes desse processo de criação multimodal.

Dessa maneira, Kress (2010, p.79) define que “modos são recursos semióticos socialmente enquadrados e culturalmente dados para produzir significado”. Com isso, a multimodalidade se firma como uma área de estudo que busca investigar as maneiras de significação possíveis em uma sociedade. Esta teoria pretende abranger todos os recursos semióticos utilizados para representar e comunicar na intenção de esclarecer aspectos confusos sobre a voz do enunciador e os possíveis motivos pelo quais seu texto se encaixa em um dado discurso.

Essa construção de significados da multimodalidade, concordando com as ideias de Kress e Van Leeuwen (2001), faz-se por meio da interação de numerosas articulações, a fim de estruturar melhor o conteúdo a ser desenvolvido. Com isso, esses autores indicam três componentes pelos quais os significados podem ser produzidos, esses componentes fazem referência direta à Linguística Sistêmico-Funcional. São eles: Discurso, Design, Produção e Distribuição.

O termo discurso é utilizado em várias áreas do conhecimento, considerando diversas abordagens. No sentido restrito, refere-se à língua em uso, maneiras de se comunicar perante uma comunidade ou indivíduo. No entanto, em sentido amplo, assume o valor de uma

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

rede comunicativa que cria significado e interfere no modo pelo qual os falantes enxergam o mundo. Dito isso, o discurso, segundo concepções de Foucault, não se resume apenas à sua origem social, pois, também exerce influência sobre as práticas sociais (JEWITT; CHOULIARAKI, GLOSSARY OF MULTIMODAL TERMS)<sup>2</sup>.

Logo, o discurso não pode ser negligenciado pelos estudos de Multimodalidade. Para os pesquisadores e teóricos da área os efeitos do discurso estão presentes na produção textual, seja ela imagética ou verbal. A ideia é de que os textos são construídos discursivamente. Em outras palavras, a seleção de palavras, organização e outros modos semióticos são orientados pelo discurso que o produtor pretende comunicar (JEWITT; CHOULIARAKI, GLOSSARY OF MULTIMODAL TERMS).

Com relação ao design, Kress e Van Leeuwen (2001, p. 21) expõem que caracteriza-se por estar “[...] separado da produção material real do produto semiótico ou evento, e usa modos semióticos (abstratos) como seus recursos”. Compartilhando com o entendimento de Santos e Pimenta (2014, p.303), o design encontra-se “entre o conteúdo e a expressão”. Dessa forma, está atrelado ao discurso e todos os modos semióticos escolhidos convergem para reforçar o sentido que pretende transmitir. Esses modos semióticos expressos no design potencializam a produção de sentido dos discursos. Kress e Van Leeuwen (2001, p.45) trazem que o design corresponde aos “próprios recursos semióticos ou ao uso desses recursos. É a combinação de todos os modos semióticos utilizados que faz o design”. Nas palavras de Santos e Pimenta (2014, p.303), “design é o uso do recurso semiótico em todos os modos semióticos e combinações de modos semióticos, formas de expressão dos discursos no contexto de uma dada comunicação”. Advogam ainda que os discursos vão sendo construídos por meio da expressividade dos recursos semióticos.

<sup>2</sup> GLOSSARY OF MULTIMODAL TERMS. Disponível em: <https://multimodalityglossary.wordpress.com/discourse/>. Acesso em: 12 abr 2019.

Santos e Meia (2010) retratam o design por meio da elaboração de capas de revista. Para as autoras:

Numa capa de revista, por exemplo, há inúmeros modos semióticos, como as cores, a iluminação utilizada, o(s) participante representado(s), os gestos ou seus posicionamentos na imagem, o distanciamento, a perspectiva, a roupa, o olhar, entre muitas outras possibilidades. O design é criado a partir das convenções e dos conhecimentos socialmente constituídos, que somente poderão ser alterados numa interação social. . (SANTOS; MAIA, 2010, p. 306-307)

Com isso, parte-se da compreensão de algo já estabelecido, embora possa se alterar e modificar marcas que transformem o sentido original dos modos semióticos empregados. Tal design propõem uma releitura que, por conseguinte, construirá um novo contexto comunicativo.

O discurso e o design são marcados pela intangibilidade, uma vez que não se mostram por recursos concretos, mas sim por representações construídas socioculturalmente. Os outros dois componentes de produção semântica, a produção e distribuição, por sua vez, são tangíveis, ou seja, podem ser analisados por meios de referências materiais. Vale dizer também que é no design que as escolhas são realizadas para que a produção aconteça.

O estágio da produção representa a organização dos recursos semióticos de modo a colocar em prática o que foi pensado no design. Trata-se do momento pelo qual se transforma o discurso em um meio de comunicação concreto. Dito isso, é importante frisar que os procedimentos que o autor da mensagem escolheu para produzir o material comunicativo são críticos para entendimento do leitor. Não só a leitura determina a produção de em um texto, mas também a própria interpretação que cada indivíduo projeta. Por isso, entende-se que o processo de produção está relacionado a um trabalho físico que toma forma através de órgãos visuais, no caso do texto escrito, por exemplo.

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

Essa afirmação é desenvolvida por Kress e Van Leeuwen (2001) quando escrevem que a produção se liga com a qualidade material por meio dos órgãos sensoriais do ser humano. Assim, uma produção musical se materializa por meio da percepção auditiva, que logo repassará os estímulos sensoriais ao cérebro, este traduzirá em forma de mensagem ao ouvinte. O mesmo pode se verificar com o cheiro, sendo que o olfato é capaz de capturar estímulos que remetem aos indivíduos experiências relacionadas a determinados odores. Essas experiências os conduzem a uma interpretação condizente com o seu conhecimento de mundo e com vivências particulares.

A produção não apenas dá forma perceptível aos designs, mas adiciona significados que fluem diretamente do processo físico de articulação e as qualidades físicas dos materiais utilizados, por exemplo, dos gestos articulatórios envolvidos na produção da fala, a cor e a textura do material usado por um escultor e a estratégia e a estrutura de distribuição. (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 21)

Nisso, verifica-se, em ampla medida, a ocorrência da multimodalidade, por admitir que o texto não se constrói por meio apenas da linguagem verbal, mas sim pela combinação de materiais e recursos semióticos que constituem as relações humanas.

Já a distribuição é a maneira com a qual certo texto circula em uma sociedade, já no aspecto de produto. Dessa forma, insere-se em um ambiente mercadológico para ser comercializado através de um suporte textual, como por exemplo: jornal, revista, blog, cartazes, panfletos e postagens em redes sociais. Pela explicação de Kress e Van Leeuwen (2001, p.21), a “distribuição refere-se à recodificação técnica de produtos e eventos semióticos, para fins de registro (por exemplo, gravação em fita, gravação digital)”.

A comunidade interpretativa, neste caso, se faz pelo veículo da comunicação. A seleção de conteúdo desse meio será responsável

## SUMÁRIO

pela manutenção ou sobrevivência do texto. Em redes sociais, as informações transmitidas tendem a ser mais fluidas e instáveis ao longo do tempo, renovam-se com muita facilidade, além de, em certos casos, denotar pouca confiabilidade. Já em um texto do gênero contrato, por exemplo, firmado com autoridades judiciais e divulgado em sites oficiais à comunidade, sua manutenção possui data marcada de vencimento, porém mais longa e de maior credibilidade por se tratar de um documento, o que o faz ter vida útil mais longa e estável.

De posse das informações a respeito do discurso, design, produção e distribuição textual, torna-se viável analisar mais precisamente os mecanismos pelos quais um ator social se vale na hora de atribuir sentido ao que ele vê, lê, ouve ou sente. Tal análise se torna mais particular à medida que a multimodalidade se organiza no texto, podendo contribuir para nublar ou não o sentido da ideologia presente na mensagem. Por isso, o campo teórico da multimodalidade enfatiza a produção semântica como essencial para entender questões como: O que está sendo transmitido? Por meio de qual modo? Quais são os possíveis significados processados? (SANTOS; PIMENTA, 2014)

Tais perguntas conduzem o analista a articular sua interpretação tendo em vista essas etapas de produção de sentido, mesmo que elas possam ocorrer concomitantemente. Assim, na próxima seção, apresentar-se-á uma análise multimodal de um par de memes retirados em um perfil de humor da rede social Instagram. As análises terão por referência os mecanismos de produção de sentido desenvolvidas na teoria do Discurso Multimodal de Kress e Van Leeuwen (2001).

## MEME COMO INSTRUMENTO DE PROPAGAÇÃO CRÍTICA E IDEOLÓGICA

Em uma comunidade tão marcada pela comunicação instantânea e visual, faz-se necessário pensar em meios de comunicação capazes de transmitir informações rápidas e de forma leve, que “canse” o mínimo possível o leitor. Essa tendência aponta para o sucesso que os memes fazem, principalmente, nos meios de comunicação virtual.

Pode-se considerar que os memes fazem parte do conjunto dos novos gêneros que a internet possibilitou. São expressos na forma de posts que rapidamente se difundem pelo ciberespaço. Segundo Guerreiro e Soares (2016) a origem do termo meme vem da biologia, em particular sobre os estudos genéticos desenvolvidos pelo biólogo e escritor britânico Richard Dawkins que deu o nome de “meme” à capacidade dos genes se multiplicarem em uma seleção natural.

O sentido, portanto, dessa analogia reside no fato de os memes se difundirem com intensa velocidade no campo virtual. A identificação do leitor com o meme o faz compartilhar com seus contatos que logo repetirão a ação. Por isso, ao se publicar um meme, deve-se ter a consciência de que sua manutenção dependerá do grau de adesão que receberá dos usuários da rede, podendo cair em desuso ou compartilhado inúmeras vezes em escala global.

Para Carvalho e Kramer (2013), os memes são postagens da moda divulgadas em um período de tempo, bem característica da camada popular e da comunicação visual e virtual. Com isso, o meme na cultura digital, representa um meio acessível e divertido de comunicação, uma vez que, tem sua aceitabilidade sustentada pelo humor.

A princípio, os memes são textos verbais curtos, que conversam com uma imagem de fundo na intenção de ampliar seu sentido original

### SUMÁRIO

## SUMÁRIO

tendo em vista as várias situações corriqueiras pelas quais ele pode ser aplicado. Por circular, quase que em sua totalidade, nas redes sociais, procura se identificar com o internauta. Isso corrobora para que o meme tenha propagação viral e atinja as mais variadas faixas etárias, independente do contexto social e econômico do usuário da rede.

Sendo assim, propõe-se uma análise do discurso multimodal em dois memes de uma conta da rede social Instagram, o Chapolin Sincero (@chapolinsincero). O Instagram foi pensado pelo brasileiro Mike Krieger e norte-americano Kevin Systrom como aplicativo editor de fotos de celular no decorrer do ano de 2010 e surgiu no mês de outubro do mesmo ano. De início, foi ofertado na Loja AppStore (Apple) com a intenção de aplicar filtros em fotos de smartphones para, posteriormente, serem compartilhados em outras redes sociais mais utilizadas como o Facebook e o Twitter. Até então, tratava-se de um produto exclusivo da Apple. Entretanto, devido à grande aderência que recebeu, rapidamente se expandiu para outras marcas, o que elevou ainda mais seu valor de mercado. Segundo dados publicados no portal de notícias G13, em menos de três meses do lançamento, o aplicativo alcançou a marca de um milhão de usuários, o que representou muito na época.

A adesão ao Instagram foi marcante entre as celebridades e personalidades públicas, o que também alavancou consideravelmente o sucesso do aplicativo. A equipe de governo do então presidente americano Barack Obama, por exemplo, já em 2011, utiliza o Instagram como meio de comunicação para com os americanos e o mundo. Em virtude do êxito comercial conquistado em pouco tempo, em 2012, o Facebook anuncia a compra das ações do Instagram, aproximando-o ainda mais da rotina dos seus usuários. Em junho de 2018, o aplicativo havia superado a marca de

<sup>3</sup> Disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/entenda-curta-historia-do-instagram-comprado-pelo-facebook.html>>. Acesso em 03 de novembro de 2018.

SUMÁRIO

um bilhão de contas ativas e estava presente nas mais diversas culturas e países, segundo publicação virtual da revista EXAME<sup>4</sup>.

Haja vista todo esse poder de alcance do Instagram, os perfis que produzem memes não estão de fora dessa rede. Logo, apresentam-se duas postagens humorísticas, a fim de serem tratadas por uma abordagem multimodal que leve em consideração o discurso, design, produção e distribuição. O agrupamento em par se justifica pelo fato de apresentarem a mesma linguagem não verbal como pano de fundo. O que diferencia os dois é justamente o significado que o leitor vai atribuir em decorrência da articulação com a linguagem verbal e imagética da publicação. Isso faz com que o meme atinja níveis diferentes de humor e significação entre eles.

O perfil *@chapolinsincero* possui por volta de 15 milhões e 400 mil seguidores, conforme dados publicados no próprio perfil, em abril de 2019. O personagem presente nas postagens e inspirador dos memes é o Chapolin Colorado, herói não convencional idealizado pelo roteirista mexicano Roberto Gómez Bolaños, na década de 1970, para uma série humorística de TV que levava o mesmo nome do personagem.

As publicações da conta seguem um padrão de poucas imagens pré-selecionadas e que propagam inúmeros sentidos. A mudança semântica é percebida pela escolha do texto verbal que, por sua vez, será capaz de criar outra situação comunicativa, ainda que faça uso do mesmo recurso visual. Assim, os exemplos a seguir ilustram os vários discursos que a mesma imagem transmite e que se alteram em função do enunciado.

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/instagram-superou-1-bilhao-de-usuarios-ativos/>>. Acesso em 03 de novembro de 2018.



Figura A: Memes com mesma imagem, mas com enunciados distintos:



Mesmo que nos dois últimos memes, a metade inferior da imagem tenha sido diferente, observa-se que o *close* no rosto do ator é o mesmo. Isso evidencia que o ponto de partida da leitura imagética é o mesmo para ambos, o que mantém o padrão das publicações, e que o ator é colocado em posição de ideal. Nesse caso, a significação do post é construída pela conjugação das duas imagens, mas sem

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

excluir a figura central do perfil. Dessa forma, a imagem variável reforça a feição de aparente desânimo e/ou confusão do ator principal, trabalhando como pano de fundo da mensagem verbal.

Dito isso, o par considerado para análise conta com o personagem Chapolin convergindo seu corpo para a esquerda na direção de um possível ouvinte que não aparece na mensagem, em uma posição que remete a uma conversa aconselhadora, ou a um atendimento psicológico.

Figura B: Meme 1



Figura C: Meme 2



A postura de conselheiro e detentor de um saber novo também se evidencia pela composição do cenário escolhido. Como já colocado, o interesse guia a seleção e nesse par o interesse se mostra, inclusive, pelo mobiliário que remete a um ambiente calmo de leitura e reflexão. Pode-se inferir isso também através da lareira ao fundo e pelos demais elementos composicionais do ambiente, todos em harmonia. No entanto, um tópico relevante nessas imagens e que chama atenção em primeiro plano é a cor do ator, um vermelho que se destaca entre os tons amadeirados do restante da sala. Essas seleções estão presentes no momento de design do meme.

## SUMÁRIO

O ponto irônico das postagens reside no fato de haver um personagem da cultura popular conhecido por ser atrapalhado e fisicamente fraco, com demais características opostas a um herói tradicional. Chapolin se constrói por meio de uma crítica à visão do super-herói hegemônico, proveniente dos padrões americanos e europeus. Entretanto, como retratado na imagem, ele parece prescrever orientações a respeito de um assunto sério, provavelmente, detentor de um saber que foge ao senso comum. Assim, o produtor explora a mesma imagem para discorrer sobre outro discurso. A troca de discurso é realizada no design, quando a mensagem escrita é escolhida de acordo com o interesse do produtor. É através do design que as seleções são guiadas pela intenção discursiva para, assim, produzir o efeito que se deseja atingir no leitor.

As mãos do Chapolin funcionam como vetor de comunicação ao leitor, induzindo-o a atentar para os dois períodos da imagem. Até mesmo a disposição deles, de cima para baixo, conduz o usuário a organizar sua leitura de acordo com a intenção comunicativa do produtor. Primeiro expondo o conhecimento rotineiro e compartilhado pelo senso comum de grande parte da comunidade interpretativa das redes sociais, “Um apelo: pelo amor de Deus parem de fazer copo de festa comprido e estreito” no Meme 1 e “Busquem conhecimento, mas não muito” como registrado no Meme 2. Em seguida, o produtor apresenta a justificativa da escolha de tais frases. A justificativa que ele coloca foge à previsibilidade e promove humor por quebrar, de certo modo, a expectativa do leitor que espera por um argumento mais consistente, “você parece que nunca lavaram uma louça na vida” e “senão da vontade de chorar”, respectivamente.

Nisso, o emissor produz o conteúdo com auxílio de aplicativos específicos para memes, que também podem ser encontrados nas lojas virtuais em versões para diversos modelos de celular e computador. A produção leva em conta as intenções que ele tem de

## SUMÁRIO

comunicação e se efetiva paralelamente ao design que se estabelece pela preferência composicional do cenário e da linguagem corporal do personagem central da imagem.

Com relação à ideologia, pode-se abordar que no Meme 1, o ator critica o uso de copos usados em festas e que ficam de brinde aos convidados. Esses copos são mais compridos do que os convencionais e com diâmetro menor, o que dificulta na hora da lavagem, sendo que podem ser colocados em casa como utensílio doméstico. Ao refletir sobre esta crítica, é possível aludir a dois momentos distintos e díspares na vida cotidiana humana, o momento da festa e o da vida comum.

**Figura D: Copos de festa**



Fonte: <https://www.festella.com.br/produto/copo-long-drink-azul/>. Acesso em 12 abr 2019.

Durante as festas, os convidados se desprendem de obrigações rotineiras para viver algumas horas de descontração e, até mesmo, de fuga da realidade. Por isso, não se preocupam com obrigações do dia seguinte. O instante da festa é separado para se desligar de práticas tediosas e ceder espaço ao lazer e à socialização.

A sociedade de modo geral cobra que as pessoas, principalmente os jovens, frequentem o maior número de festas possível por considerar que isso é uma das melhores formas de “aproveitar a vida” enquanto se está numa idade em que os excessos são mais facilmente tolerados pelo corpo e pela comunidade. Em contrapartida, percebe-se que

## SUMÁRIO

o adolescente que não se interessa por aglomerações festivas, por motivos diversos, tende a ser tachado de “careta” ou antissocial.

Com isso, o discurso do produtor apresenta traços característicos de uma parcela da população que se abstrai de eventos festivos para se dedicar com mais afinco às tarefas do dia a dia. Infere-se que, para ele, de pouco adianta viver momentos de lazer se isso não contribuir de fato para a vida prática. Para tanto, deixa a entender que suas ideias estão alinhadas com uma perspectiva imediatista da vida, mais comuns a pessoas maduras, que já passaram pela fase da juventude e que mudaram o ideal de lazer.

Nesse contexto, o copo não representa apenas um utensílio comum, mas sim os valores que estão por trás de uma festa como despreocupação, desligamento e diversão. Valores que são reforçados pela sociedade na medida em que coloca trabalho e diversão em polos opostos, como se um anulasse o outro. Logo, o ator desta imagem tenta convencer o internauta dessa posição através dos vários recursos semióticos como o cenário e a linguagem corporal, por considerá-los mais adequados.

Com relação ao Meme 2, tem-se o Chapolin na mesma imagem que o anterior, logo, foram preservados os elementos imagéticos para a construção da peça. O corpo está em posição de alguém que opina e/ou ensina algo, sentado em uma poltrona confortável e rodeado de móveis no estilo tradicional. Todavia, a linguagem verbal propõe, por sua vez, outro escopo de leituras discursivas.

Por conseguinte, entende-se que os processos de produção e distribuição do Meme 2 são os mesmos do Meme 1. Isso se sustenta pelo fato de o produtor utilizar possivelmente os mesmos recursos de elaboração da mensagem para ambos, pois, seguem a mesma padronização de fonte, imagem e layout do texto verbal. Além disso, a distribuição é realizada pela mesma conta do Instagram.

## SUMÁRIO

A elaboração, em termos de design se difere na escolha da frase verbal. Essa seleção indica que o contexto interpretativo vai sofrer consideráveis mudanças, ainda que se mantenha a mesma imagem de fundo. Assim, outro discurso será propagado por meio dos mesmos recursos visuais do primeiro, o que implica outras interpretações.

Isso posto, na parte superior do Meme 2 há um período simples o qual interage diretamente com o leitor. O traço de interação é evidente pela escolha do verbo buscar usado no imperativo “busquem”. Assim, nota-se o início de uma ação reflexiva que o induz a repensar práticas pessoais na busca do conhecimento.

A colocação, logo após do conectivo de contraste “mas”, denota uma instrução mais forte do que a primeira, a qual diz que se deve regrar a intensidade pela qual o cidadão assume para adquirir o conhecimento. Até essa parte da leitura, o seguidor desse perfil talvez se pergunte o porquê dessa advertência, pois se o discurso predominante na sociedade atual prega que os cidadãos devem se qualificar cada vez mais e não deixar de estudar com a finalidade de se manterem atualizados e críticos na carreira acadêmica e profissional. Isso coloca o acesso público e gratuito à educação como um dos pilares de um país desenvolvido.

Todavia, por meio da segunda oração, é possível observar que o ator revela sua posição com relação ao amadurecimento intelectual. Para ele, o nível de conhecimento está diretamente relacionado ao sentimento de angústia por perceber as estruturas pelas quais se sustenta a sociedade. Pode-se entender, com base no meme, que as leituras que fazemos do mundo constataam as dificuldades intransponíveis pelas quais o sujeito é obrigado a aceitar por compreender que possuem forças muito maiores do que o individual, como por exemplo, o capitalismo explorador, a corrupção e a criminalidade.

## SUMÁRIO

Infere-se, inclusive, que o conhecimento aqui não precisa, necessariamente, ser o conhecimento científico construído e repassado nas universidades. Antes, incluem-se conhecimentos de esferas pessoais, como família, relacionamentos amorosos ou de amizade, os quais podem causar decepções e desilusões tanto quanto a primeira abordagem.

A fala do personagem Chapolin nos dois memes ilustra um certo grau de descontentamento com a forma pela qual a sociedade está organizada em torno de situações que interferem diretamente na vida de todos. Seja com o comodismo provocado pela rotina, com ações desprovidas de inovação e que, pela fala do ator, entende-se que é o momento de normalidade e estabilização da vida em contraste com a festa que representa instantes curtos de felicidade e lazer, este mais distante da realidade do que aquele.

Já no segundo meme, vemos que o conhecimento de mundo é responsável por uma crise de consciência sobre as forças, próximo a uma visão marxista, que regem o andamento de uma comunidade. A ciência sobre tal estrutura angustia o sujeito que se percebe inserido em um contexto civilizatório no qual quanto mais conhecimento se adquire, mais entendimento se obtém a respeito das falcatruas e enganações da sociedade moderna. Por isso, o verbo chorar é utilizado para demarcar um discurso de desesperança e aceitação do mundo tal qual ele é. Dessa forma, a postagem aponta ironicamente que a busca pelo conhecimento deve ser dosada para que a sociedade civil não chegue ao patamar de entendimento que o produtor atingiu.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise das postagens neste trabalho reforçou a ideia de que os textos de diversos gêneros se constroem por meio da articulação de inúmeros modos semióticos. Ao abordar memes com a mesma imagem de fundo, mas com mensagens verbais distintas, foi possível compreender que o design interfere, especialmente, na formação semântica desse tipo de texto. Nessa etapa, as escolhas são mais sensíveis à intenção do produtor e, com isso, produzem pistas textuais que ligam ideologicamente o emissor ao receptor.

No caso dos memes, essa ligação se apresenta pela aplicação da ironia a fim de provocar o efeito de humor e difundir o discurso latente na produção textual. Assim, a teoria do Discurso Multimodal de Kress e Van Leeuwen continua sendo uma importante ferramenta para compreender os enunciados discursivos cada vez mais sutis presentes em outros gêneros textuais além dos memes como a propaganda e a notícia.

Ademais, para que esse estudo tenha efeito prático, é necessário que o leitor apure, criticamente, as intenções comunicativas que podem haver por trás de textos aparentemente simples e populares. Tal postura começa por se questionar sobre a necessidade de se publicar referido texto e a qual público se pretende atingir. Por conseguinte, o usuário da rede, estudante ou leitor de textos impressos se firmará como cidadão crítico e agente de relevantes mudanças sociais.

SUMÁRIO



SUMÁRIO

REFERÊNCIAS

EXAME. *Instagram superou 1 bilhão de usuários ativos*. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/instagram-superou-1-bilhao-de-usuarios-ativos/>>. Acesso em 03 de novembro de 2018.

G1. *Entenda a curta história do Instagram, comprado pelo Facebook*. Disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/entenda-curta-historia-do-instagram-comprado-pelo-facebook.html>>. Acesso em 03 de novembro de 2018.

GURREIRI, Anderson; SOARES, Neiva Maria Machado. Os memes vão além do humor: uma leitura multimodal para construção de sentidos. *Texto Digital*, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil, v. 12, n. 2, p. 185-208, jul./dez. 2016. ISSN: 1807-9288.

HEMAIS, Barbara. Multimodalidade: enfoque para o professor de ensino médio. *Janela de Ideias*, 2010. Disponível em: <[http://www.letras.pucrio.br/unidades&nucleos/Janeladeldeias/b\\_linguagem.html](http://www.letras.pucrio.br/unidades&nucleos/Janeladeldeias/b_linguagem.html)>. Acesso em 12 abr 2019.

JEWITT, Carey; CHOULIARAKI, Jewitt. *Glossary of Multimodal Terms*. Disponível em: <https://multimodalityglossary.wordpress.com/discourse/>. Acesso em: 12 abr 2019.

KRESS, G. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Arnold, 2010.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Multimodal Discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Arnold; New York: Oxford University Press, 2001.

MAINGUENEAU, Dominique. A noção de discurso. In.: MAINGUENEAU, D. *Discurso e Análise do Discurso*. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015, pp. 23-34.

MAGALHÃES, Célia. Percursos das Abordagens Discursivas Associadas à Linguística Sistêmico-Funcional. In. *Olhares em Análise de Discurso Crítica*, CEPADIC, 2007. Disponível em: [http://www.cepadic.com/pdf/Olhares%20em%20ADC\\_Celia%20m%20m.pdf](http://www.cepadic.com/pdf/Olhares%20em%20ADC_Celia%20m%20m.pdf)

SANTOS, Zaira Bomfante dos; MEIA, Ana Clara Gonçalves Alves de. *A produção de Textos Multimodais: A articulação de Modos Semióticos*. RevLet – Revista Virtual de Letras. Volume 2, Número 1/2010. ISSN: 2176-9125.

SANTOS, Zaira Bomfante; PIMENTA, Sônia Maria Oliveira. *Da Semiótica Social à Multimodalidade: a orquestração de significados*. CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada, v.12, n.2, 2014, p. 295-324.

# 4

Ana Elisa Ribeiro

## MANIFESTAÇÕES E POLARIZAÇÃO IDEOLÓGICA DURANTE A PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS: DISCURSO E MULTIMODALIDADE EM PEÇAS GRÁFICAS VIA REDES SOCIAIS

*PUBLIC MANIFESTATIONS AND IDEOLOGICAL POLARIZATION  
DURING THE NEW CORONAVIRUS PANDEMIC:  
DISCOURSE AND MULTIMODALITY IN TEXTS FOR SOCIAL NETWORKS*

## SUMÁRIO

### RESUMO:

O objeto deste ensaio é, dito amplamente, o texto multimodal. Para alcançar o objetivo de produzir uma das análises possíveis desse objeto, foi necessário fatorar cada item em jogo, isto é: definir texto, definir texto multimodal, definir discurso e ainda lidar com algumas noções importantes para a multimodalidade, como as de design e layout, sobre as quais nem Kress e Van Leeuwen (2006) tiraram conclusões definitivas. Dentro das possibilidades de um breve capítulo, analisamos textos que circularam em redes sociais convocando cidadãos e cidadãs para manifestações contra o governo de Jair Bolsonaro. Entre as peças, foi possível distinguir uma cujo discurso visual parecia impertinente ou ambíguo.

PALAVRAS-CHAVES: Multimodalidade; Texto Multimodal; Pandemia.

### ABSTRACT:

*The object of this essay is, broadly speaking, the multimodal text. In order to bring forth one of the possible analysis of this subject, we consider it necessary to factor each item at hand, that is: we will have to define text, to define multimodal text, to define discourse and also deal with some important notions for multimodality, such as design and layout, about which neither Kress nor Van Leeuwen (2006) drew definitive conclusions. Within the possibilities of a brief chapter, we analyzed some multimodal texts that circulated on social networks calling on citizens to challenge Jair Bolsonaro's government (Brazilian president since 2019). Among the texts focused here, it was possible to distinguish one whose visual discourse seemed impertinent or ambiguous.*

KEYWORDS: Multimodality; Multimodal Text; Pandemic.

INTRODUÇÃO: TEXTOS,  
MULTIMODALIDADE E DISCURSO

O objeto deste ensaio é, dito amplamente, o texto multimodal. Para alcançar o objetivo de produzir uma das análises possíveis desse objeto, entendemos ser necessário fatorar cada item em jogo, isto é: definir texto, definir texto multimodal, definir discurso e ainda lidar com algumas noções importantes para a multimodalidade, como as de design e layout, sobre as quais nem Kress e Van Leeuwen (2006) tiraram conclusões definitivas. Ou seja, não é simples, nem sem riscos. Dentro das possibilidades de um breve capítulo, tal como este, tomaremos algumas dessas noções como previamente definidas ou apontaremos rumos de definições possíveis, por exemplo, para o texto.

Aqui, nossa noção de texto abarca os mais diversos gêneros que circulam socialmente, em todos os formatos e suportes possíveis, sempre considerando a multimodalidade como uma qualidade ou característica intrínseca de todo texto (Kress; Van Leeuwen, 1998/2005), oral ou escrito. Gunther Kress (2003, p. 11) afirmava que “Não podemos mais esperar compreender os textos escritos olhando apenas os recursos da escrita sozinha. Eles precisam ser vistos num contexto de escolha de modos feita, os modos que aparecem junto com a escrita, e também no contexto dos modos que não foram escolhidos”<sup>5</sup>. E estamos com ele nesta abordagem dos textos ao nosso redor.

Por meio desses textos, em suas configurações materiais disponíveis, discursos são propalados, com diversas modulações, atingindo também diversos públicos de maneiras variáveis, menos ou mais evidentes, mobilizando menos ou mais recursos semióticos. Tais discursos podem ser percebidos, lidos ou inferidos conforme a configuração do próprio texto, mas sempre em interação com as

<sup>5</sup> Todas as traduções livres são nossas.

## SUMÁRIO

habilidades leitoras de quem lê. Sem essa interação, os textos, os discursos e a leitura ficam em estado de latência, sem se realizar.

O que temos chamado de multimodalidade tem relação com as linguagens e os recursos semióticos mobilizados para a composição de um texto – qualquer um e obrigatoriamente. Os textos que nos interessam nesta oportunidade são constituídos de palavra ou letra e imagem estática, que, por sua vez, modulam aspectos como a seleção vocabular, a formação das frases (escolhas de tempo, modo, etc.), informações necessárias ao gênero, entre outras, quando focalizamos a linguagem verbal. No caso das imagens-letra, podemos ainda pensar nas modulações como escolha de fontes, cores, tamanhos, etc. Já quanto às imagens de outro tipo, nas peças em estudo, modulam-se elementos como cores, brilhos, traços, transparências/opacidades, eixos, estilo, tipo de fotografia ou desenho, etc. Outro aspecto envolvido nos objetos desta análise é a natureza da tecnologia que dá existência a estes textos, o que tem relação também com seus modos de circulação social ou distribuição (Kress; Van Leeuwen, 2006). Estamos trabalhando, então, com base em teorias inscritas na sociosemiótica e em modelos de análise anteriormente propostos e sobre os quais vimos pensando e repropoando.

Recorremos a Kress (2003, p. 6), mais uma vez, quando ele nos lembra que “A metáfora do texto como textura (tecitura) é, nesse sentido, sempre acurada: nossa experiência na linguagem não pode ser, nunca, outra além da experiência com textos”. Daí que essa malha formada por palavra e imagem, cultura e contexto, entre outras possibilidades, deva sempre ser levada em conta quando lemos e quando nos propomos analisar os textos em sua vida social, isto é, em pleno voo. Fiando-nos nos autores mencionados e em outros/as, veremos o texto também como resultado de ação social, mas ele mesmo ignição e motor de ação social.

## SUMÁRIO

## LER A PEÇA E SEU DISCURSO

Como sabemos, Gunther Kress e vários outros autores afiliados à sociossemiótica consideram o texto de modo amplo, em seus aspectos formais, discursivos e culturais, em mão dupla, isto é: a forma e os sentidos estão em interação, sempre. No entanto, é possível avaliar uma peça de design (um texto) apenas do ponto de vista formal, tirando conclusões sobre se ela é suficientemente boa, adequada ou eficaz em suas intenções ou em sua composição/arquitetura. Se o discurso que ela carrega ou que pretende, por assim dizer, não é de nossa alçada, podemos, sim, dizer que seja uma peça bem feita, embora possa ser terrível em suas outras camadas de sentido.

Em textos clássicos para os estudos do design gráfico (por exemplo, Bierut et al., 2010), é possível encontrar direcionamentos para a publicidade que admitem, sempre, que as peças publicitárias são produzidas de acordo com certo público-alvo ou a intenção do enunciador em relação aos objetivos junto a certa audiência. Também há textos que tratam a publicidade e o design como uma arte, o que não é consensual, diga-se. Se há uma intenção e alguém que deseja enunciar-la ou alcançar algum objetivo, os textos são compostos sob alguma direção, geralmente por profissionais (no caso da publicidade). No entanto, é preciso considerar que hoje, tão próximas de tecnologias (hardwares e softwares) que permitem a produção de textos de variada natureza, as pessoas se sentem capazes de produzir convites, peças de divulgação, procura-se, alertas, etc., além de memes e mesmo vídeos, de maneira a alcançar seus objetivos, sem se preocuparem muito com a perfeição ou a profissionalidade do que põem em circulação. No caso dos memes, é constitutivo dessas peças justamente que sejam produzidas sem sofisticação, com poucos elementos, geralmente sobre imagens ou peças preexistentes (espécie de remix) e rapidamente, já que é fundamental não perder o *timing* da piada. É, portanto, mais

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

diffícil dizer que certas peças de grande circulação, na atualidade, em especial as que circulam viralmente, em redes sociais, tenham sido produzidas por especialistas ou profissionais, com a consciência e o estudo que designers ou publicitários deveriam ter. Em geral, são peças de vida efêmera, sem assinatura, produzidas com um objetivo específico, como fazer um convite ou marcar uma manifestação, e prontas para um efeito e uma duração igualmente rápidos.

Alguns manuais ficaram conhecidos por se tratar de manuais básicos que nos ensinam os rudimentos do design, em especial quanto ao planejamento gráfico, ao layout ou à própria diagramação. É o caso de Collaro (2000), de Silva (1985) e do conhecido livro de Williams (1995), que opera por categorias como: proximidade, alinhamento, repetição e contraste, ensinando o/a leitor/a a planejar peças impressas, desde critérios básicos de distribuição dos elementos em uma página. É possível, portanto, tomar uma peça gráfica qualquer e analisar nela tais elementos, sem entrar no mérito da discussão sobre seu discurso. Neste capítulo, poderíamos simplesmente abordar as peças-convites para manifestações de insatisfação quanto ao governo Bolsonaro do ponto de vista estrito da construção dos flyers virtuais, analisando elementos como os apontados por Williams (1995) ou elegendo outros, como os propostos por Kress e Van Leeuwen (1996) em sua famosa *Gramática do Design Visual* (valor, saliência e *framing*), em que os autores atualizam também a camada dos discursos que podem ser lidos em textos multimodais, na relação entre letra e imagem. Diga-se que tal relação é muito cara a eles e a nós.

Especialistas como Ambrose e Harris (2009; 2009a) também mostram como construir páginas, do ponto de vista de um design ideal, consciente, elegante, etc. E é claro que os especialistas em design sabem que a forma é parte dos sentidos construídos, caso contrário não abordariam com tanta precisão certos saberes sobre cor, contraste e exposição, por exemplo, em suas relações com sensações, sentimen-

## SUMÁRIO

tos e emoções provocados. No entanto, a sociossemiótica de Kress e Van Leeuwen atravessa essa camada estritamente composicional e formal para atingir as questões que dizem respeito aos sentidos possíveis, potenciais ou realizados, em uma peça composta para determinada finalidade. Mesmo que ela possa ser considerada mau design, do ponto de vista formal, o discurso que ela materializa pode e deve ser identificado, comentado e analisado.

## O CONTEXTO DAS PEÇAS SOB LEITURA: ALGUNS CASOS RECENTES

As mudanças no contexto político brasileiro são vertiginosas. Se tomarmos apenas a última década, tivemos muitas e intensas manifestações públicas e algumas mudanças de presidentes da República (incluindo um impeachment duvidoso que depôs uma presidenta eleita e, mais adiante, a inexplicável eleição de um reconhecido inepto), disputas ferrenhas entre polos políticos, acompanhadas de uma polarização que tocou toda a sociedade e afetou o convívio entre as pessoas. No emaranhado dos acontecimentos, os textos multimodais circularam intensamente, de variadas maneiras, empregando as tecnologias disponíveis em nosso tempo histórico. Na “paisagem comunicacional” atual (expressão também de Gunther Kress, 2003), é visível a malha de textos, tecnologias e expressões que atravessam nossas vidas e provocam acontecimentos. Da cartolina às telas mais sofisticadas, os textos circulam, ajudando a polarizar ou a conciliar os ânimos, isto é, fazem parte da cena.

Gunther Kress (2003, p. 1) asseverava: “Já não é possível pensar sobre o letramento isoladamente de uma gama de fatores sociais, tecnológicos e econômicos”. E, mais adiante (p. 176), mencionava “Profundas mudanças sociais, econômicas e tecnológicas que, afinal,



SUMÁRIO

redesenharão o futuro do letramento”. Nesse contexto complexo, notícias falsas, por exemplo, têm forte impacto sobre os acontecimentos e as pessoas, tornando-se objeto de grande preocupação e tema de investigação (acadêmica e policial, inclusive), tocando variados aspectos do que são hoje os letramentos. Os textos mostram sua face mais performativa, isto é, raramente são apenas textos inocentes, inócuos. É preciso aprender a lê-los, em sua profusão de recursos semióticos, mas também desvelar as intenções e “jogadas” por trás deles.

Desde antes da eleição de Jair Bolsonaro, em 2018, a polarização política ganhou forte contraste no Brasil, dividindo famílias, amigos, colegas e, afinal, uma nação. Tal polarização não deixou de existir, ainda em 2020, quando uma pandemia de um novo vírus espalhou-se pelo mundo. Com início dramático na China (um país rico e comunista), o SARS-CoV-2, conhecido como Coronavírus, espalhou-se por países da Europa, pelos Estados Unidos e chegou à América do Sul, além de outros continentes, quase simultaneamente. A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia em 11 de março de 2020, quando a transmissão do vírus demandava ações rápidas e duras dos governos dos países afetados. Em poucos dias, a doença atingiu milhares de pessoas, ficando muitas em estado grave e, eventualmente, morrendo.

A reação do Brasil, no geral, seguiu as recomendações da OMS e de autoridades médicas e sanitárias ao redor do mundo, mas não sem atropelos. O presidente da República dedicou-se a conferir instabilidade às políticas de contenção do vírus, contradizendo a OMS, o Ministério da Saúde brasileiro e mesmo governadores de todos os estados da federação. Enquanto várias lideranças políticas, tanto em países ricos quanto em países pobres, instituíam o confinamento em massa, a paralisação das escolas e proibiam a aglomeração de pessoas, Bolsonaro tratava a doença de forma negacionista, pronunciando-se em cadeia nacional a defender a economia acima das pessoas e a chamar a CoVid-19 de “resfriadinho”.

## SUMÁRIO

Diante desse cenário, de forte polarização política, ainda refletida nos debates e nas práticas da própria população, muitos textos circularam, tanto para reforçar quanto para rechaçar as atitudes do presidente. Além da criação intensiva de memes, dos incontáveis artigos de opinião sobre o tema, das crônicas de jornais, entre vários outros gêneros textuais circulantes, convites para manifestações contra Bolsonaro tiveram alta distribuição, em especial as peças digitais, compartilhadas por meio de redes sociais e aplicativos como o WhatsApp, canal que acelera a viralização de mensagens em todos os formatos (letra, imagem, áudio e vídeo). Na Figura 1, é possível conhecer algumas peças que convidavam a população, por meio de redes sociais como o Facebook e o Instagram ou por aplicativos de mensagem, a se manifestar contra o governo Bolsonaro e suas ações contra a educação e a saúde.

As peças foram aqui agrupadas especialmente por sua semelhança formal: são todas retangulares (formato que não costuma funcionar em redes como o Instagram, para o qual o quadrado se consagrou); usam a mesma paleta de cores (vermelho e amarelo predominantes, sendo o vermelho a cor social, histórica e culturalmente consagrada como símbolo de uma ideologia política à esquerda, em qualquer parte do mundo); todas usam o signo janela, seja palavra, seja imagem, espaço onde as pessoas poderiam se manifestar, durante o isolamento social; apresentam mancha de texto – palavra – proporcionalmente grande.

Como se trata de um convite à ação, o teor destas peças é de incitação à manifestação de insatisfação com vários aspectos da política de governo vigente (saúde pública – em evidência no momento, educação, serviço público de maneira geral), com a sugestão de atitudes como pendurar um pano de qualquer cor na janela (e a imagem exemplifica com o vermelho, não por acaso), apitar, gritar (“bote a boca na janela”, que nos leva à expressão popular “botar a boca no trombone”), cantar, além da solicitação de compartilhamento

da própria peça (e da ideia), não apenas antes, mas depois da ação (“faça uma foto e publique com hashtag #GrevePorEducaçãoESaúde”).

Apenas a peça do meio carrega a assinatura da CUT (Central Única dos Trabalhadores) e outras instituições que fazem, historicamente, o contraponto ou a oposição a políticas de situação ou de direita, no caso atual. Muitos aspectos destes convites virtuais podem ser destacados quanto à tipologia empregada, quanto à posição de informações importantes como horário (fundamental para que a ação se transforme em manifestação e ganhe visibilidade e audibilidade), trechos do texto “iluminados”, posição da massa textual (palavra) em relação ao campo ou ao espaço delimitado, etc. Tais modulações são tecidas entre palavra e imagem, superpostas ou levemente separadas, mas sempre em relação com o que Kress e Van Leeuwen (2006) chamaram de *framing*, saliência e outros elementos do layout capazes de materializar discursos, tanto quanto um texto-palavra.

Figura 1. Convites para manifestações durante o confinamento contra a transmissão do Coronavírus, em março de 2020.



FONTE: WhatsApp e Facebook.

Do ponto de vista das modulações na linguagem verbal, as peças empregam o modo imperativo (“bote”, “apoie”, “faça”, “publique”, “compartilhe”) ou uma forma inclusiva como “vamos para

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

as nossas janelas”. Também é de se notar que as palavras expressas nesses materiais levem em conta, em sua mais genuína tecitura, as possibilidades de circulação em meios digitais, razão pela qual solicitam compartilhamento, hashtags e postagem de fotos.

As seis peças da Figura 2 mostram convites em sua maioria de formato quadrado. O amarelo se mantém como uma cor frequente e saliente, assim como é possível verificar a mesma ideia das janelas, de onde a população ainda pode se manifestar, em tempos de confinamento. Amarelo é uma cor de alerta, também ligada à fome e ao medo, sentimentos que podem ser provocados pelas peças, em momento tão excitado da história nacional. Hashtags predefinidas, solicitações de compartilhamento e chamamentos por meio de verbos no modo imperativo também continuam fazendo parte da estratégia e da modalização, neste discurso contrário ao governo Bolsonaro e a favor de medidas de contenção de uma pandemia.

Na Figura 2, em sentido horário, é possível verificar *skylines* de cidades ou visões panorâmicas à noite, com luzes acesas, já que as manifestações eram marcadas para em torno das 20h, 20h30, horário coincidente com o dos jornais de maior audiência. Em apenas duas peças é possível ver a assinatura de instituições ligadas aos trabalhadores ou a colorações políticas de esquerda. A fim de se diferenciar das manifestações da direita ou de simpatizantes de Bolsonaro, evita-se a palavra “panelaço”, preferindo-se vocábulos como “vozes” ou “barulhaço”, sugerindo-se também apitos, gritos e, em apenas um caso, bater painéis. De novo, a massa de texto-palavra é relativamente grande, proporcionalmente ao espaço da peça, e vários recursos são usados, em termos de diagramação, a fim de que seja possível dar ênfase ou saliência a algumas informações.

Figura 2. Convites para manifestações durante o confinamento contra a transmissão do Coronavírus, em março de 2020.



FONTE: WhatsApp e Facebook.

Há peças de alto teor dêitico, como a segunda, cujas letras de “É hoje” atraem o olhar do/a leitor/a, ou, na primeira peça, a palavra “Basta”. Maiúsculas, tamanhos de fonte, disposição centralizada, contraste entre fundos e letra, fotografias cuidadosamente selecionadas para uma ideia de ironia ou ridicularização dão o tom das convites à manifestação de insatisfação com o governo e se comunicam com um/a leitor/a indisposto/a com os acontecimentos mais atuais, mesmo que, eventualmente, possa ter sido eleitor de Bolsonaro, no passado recente.

As imagens das peças na Figura 3 foram agrupadas por seu traço inspirado nas histórias em quadrinhos. Mais uma vez, o amarelo sobressai, além do preto e do contraste em preto-e-branco. O traço desenhado e o *lettering*, como nos quadrinhos, assim como o uso

## SUMÁRIO

de balões de fala amplamente conhecidos, auxiliam na comunicação sobre as manifestações, passando também pelas ideias de cidade e janela, tal como em outras peças já vistas.

Figura 3. Convites para manifestações durante o confinamento contra a transmissão do Coronavírus, em março de 2020.



FONTE: WhatsApp e Facebook.

A sugestão do que gritar (“fora Bolsonaro”) está nas três peças, assim como os dados importantes para a constituição de uma manifestação: horário, dia (geralmente são peças que circulam no mesmo dia dos eventos) e local (janelas das casas e apartamentos). Obviamente, tal comunicação precisa ser analisada do ponto de vista de que públicos efetivamente atingem ou desejam atingir, já que em todas as peças são mostrados prédios e paisagens urbanizadas.

## UM CASO: PEIXE FORA D'ÁGUA?

A peça que apresentamos aqui, em seção à parte (Figura 4), é um exemplo multimodalmente muito interessante, em especial porque é produzida e enunciada também pela CUT e por opositores do governo Bolsonaro, com a mesma finalidade das demais vistas:

conclamar a população insatisfeita para manifestações contra as ações (ou a falta de ações adequadas e coerentes) desse governo, mesmo em confinamento provocado pela pandemia de Coronavírus. Ao lado de suas congêneres, o contraste discursivo provocado por esta composição multimodal é evidente, o que causou estranhamento e incômodo entre leitores/as que a receberam nos ambientes digitais de comunicação.

Figura 4. Convite para manifestação durante o confinamento contra a transmissão do Coronavírus, em março de 2020



FONTE: WhatsApp e Facebook.

Certamente, sem grande inserção na cultura brasileira não será possível compreender o contraste discursivo de que tratamos aqui, que tem relação com nossa história contemporânea e nossas práticas sociais de leitura e escrita. Um/a brasileiro/a que lê esta peça e nela acusa certa incoerência, certamente tem um repertório de signos e sentidos ligados aos nossos processos políticos e a como eles são usualmente comunicados que uma pessoa de fora

SUMÁRIO

## SUMÁRIO

não terá. Enquanto o vermelho é uma cor associada a ideologias de esquerda no mundo inteiro, o verde-amarelo tem relação com nossos símbolos nacionais, nossa bandeira, nossos signos oficiais, o que é compreendido localmente e precisa ser posto em jogo na compreensão desta peça e de suas provocações, entre elas o estranhamento de muitos/as leitores/as.

Talvez o elemento mais saliente da peça, mas muito ligado à construção de sentidos sobre os símbolos nacionais apropriados por ideólogos de direita e simpatizantes, seja o verde e amarelo ou a evidente alusão à bandeira brasileira. Embora funcione como fundo da peça e quadro para a letra, tais cores são fortes, mais salientes, nos termos de Kress e Van Leeuwen (1996) e se tornam o primeiro elemento a ser visto, percebido e, provavelmente, associado a uma peça ligada aos grupos simpatizantes de Bolsonaro. Foi dessas cores e desses símbolos (bandeira, cores, camiseta da Confederação Brasileira de Futebol, etc.) que a direita se apropriou, historicamente, julgando-se mais nacionalista que os outros.

Muito menos ruidosa e “suja” que as peças antes analisadas, a peça na Figura 4 se organiza de maneira mais sóbria, mostrando ainda outros alinhamentos aparentes ao discurso da direita, como a panela (foi esse polo político que bateu panelas durante todo o processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff) e a conclamação do povo a “panelaços” (também de casa, embora não em confinamento).

O choque entre os discursos visual e verbal na peça se dá na relação entre imagem e texto, isto é, a letra que chama à defesa do SUS, da educação e da democracia, pautas geralmente distantes das preocupações dos simpatizantes à direita. Para oferecer uma noção mais concreta de peças do discurso pró-direita, vejamos a Figura 5, que, esta sim, apresenta duas peças-convites para carreatas contra as ações recomendadas pela OMS e autoridades sanitárias, mas acordes com palavras e ações do presidente da República, que



assumia a economia do país como prioritária em relação à saúde geral da população. As carreatas chamadas por seus simpatizantes também foram organizadas pela internet, os chamamentos foram feitos com peças como as que seguem, a favor de encontros na rua. Consideramos dispensável uma análise mais acurada de aspectos multimodais nestas peças, afinadas com o discurso de direita, em nosso contexto atual, confiando nas inferências que nosso/a leitor/a já terá feito sobre o assunto aqui abordado.

Figura 5. Convites para manifestações contra o confinamento contra a transmissão do Coronavírus, em março de 2020.



FONTE: WhatsApp e Facebook.

## SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES FINAIS<sup>6</sup>

As peças que compuseram um pequeno corpus para análise neste texto foram coletadas em apenas um dia, enviadas por meio de aplicativos de redes sociais, em função de um mesmo chamamento às manifestações contrárias a certas atitudes do presidente da República. São peças em sua maioria sem assinaturas, provavelmente produzidas com a mesma agilidade com que circulam e depois desaparecem. De certo modo, quando as capturamos e analisamos, agimos como interceptadores curiosos/as, que observam esse tipo de ocorrência como um fenômeno de linguagem digno de apreciação, que nos pode ajudar a pensar e repensar tanto os movimentos das linguagens quanto as teorias com que as miramos, evitando assim que tais objetos simplesmente passem despercebidos sob nossos olhos, em nossas telas.

Os textos aqui observados – e pedimos desculpas pela ligeireza – são de natureza multimodal e estão fortemente motivados e relacionados ao modo como circulam. Kress (2003, p. 142) elabora uma pergunta que gostaríamos de reforçar: “Por que deveria nos preocupar – para aqueles que estão preocupados – a inclusão da imagem no escopo da leitura?” Pelo contrário, hoje em dia e há tempos, é preocupante que o texto possa ser ainda visto como material linguístico puro, falseando uma existência impossível, como sabemos, já que todo texto é composto por recursos de variada natureza e a produção de sentidos depende disso, de sua materialização e de sua materialidade, mesmo quando ela é efêmera e volátil, como a das peças aqui focalizadas.

<sup>6</sup> Agradecemos a todos e todas que participaram da discussão sobre esta peça peculiar (Figura 4) no Facebook, durante o confinamento e as manifestações nas janelas, em março de 2020. Várias leituras e pontos de vista foram expostos ali, quando provoqueei amigos/as a analisarem esta peça sob o olhar da sociosemiótica, incluindo o prof. Renato Caixeta da Silva. Grata à poeta Adriane Garcia e a Susan Blum, que enviaram a maioria das peças de comparação. Grata à leitura atenta da primeira versão do texto por Sérgio Karam.

SUMÁRIO

SUMÁRIO

A produção e a leitura de textos multimodais são centrais para a expressão e a comunicação nos dias que correm, à diferença que hoje tal produção parece muito mais acessível e intuitiva, quando consideramos os usos de tecnologias que nos cabem na palma da mão e que executam coisas que não faríamos sem elas. Em relação ao design – entendido como uma característica dos textos e não uma função especializada, neste caso –, é novamente Kress que nos lembra que as escolhas que fazemos e que tornam certos elementos menos ou mais salientes, por exemplo, nos textos, têm estreita relação com os sentidos que produzimos e “encorajam um caminho de leitura” (2003, p. 4). Segundo o autor, “Obviamente, princípios estéticos governavam a aparência da página: mas isso era uma preocupação daqueles cujo trabalho estava associado à escrita: dos tipógrafos aos impressores. Agora, qualquer um pode e realmente precisa lidar com essas preocupações” (2003, p. 65).

A estranheza que causa a peça verde-amarela mostrada neste trabalho (Figura 4) é resultado de uma incoerência ou de uma falsa-incoerência entre elementos desse texto que o/a leitor/a facilmente associa a certa polaridade política atual, usuária de certa identidade visual amplamente conhecida e reconhecida em nossa cultura. Os sentidos do texto-palavra não são conciliáveis com os sentidos do texto-imagem, o que configura uma composição incômoda, confusa e mesmo disparadora de leituras que ajudem a justificar tal composição. Seria uma peça mal feita? Ou uma peça tão bem feita que pudesse atrair “bolsominions arrependidos”, como disseram alguns leitores? A intenção do convite verde-amarelo seria atrair bolsonaristas arrependidos, como uma armadilha? E nisso seria eficaz? Ou o efeito alcançado, de fato, teria sido repelir os antibolsonaristas, confusos e desconfiados de uma peça tão semelhante ao discurso que querem rechaçar? De todo modo, trata-se de uma peça interessante para uma análise de textos multimodais e seus possíveis sentidos e discursos.

## SUMÁRIO

## REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. *Grids*. Trad. Mariana Belloli. Porto Alegre: Bookman, 2009.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. *Layout*. Trad. Mariana Belloli. Porto Alegre: Bookman, 2009a.

BIERUT, Michael; HELFAND, Jessica; HELLER, Steven; POYNOR, Rick. *Textos clássicos do design gráfico*. Trad. Fernando Santos. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

COLLARO, Antonio Celso. *Projeto gráfico*. Teoria e prática da diagramação com os mais recentes recursos de informática. São Paulo: Summus, 2000.

KRESS, Gunther. *Literacy in the new media age*. London: Routledge, 2003.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, Theo. Front Pages: (The Critical) Analysis of Newspaper Layout. In: BELL, A.; GARRETT, P. *Approaches to Media Discourse*. 6 Ed. Blackwell Publishing Ltd., [1998] 2005. Chapter 7, p.186-219.

KRESS; Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Reading images: The grammar of visual design*. 2 ed. London: Routledge, 2006.

SILVA, Rafael Souza. *Diagramação*. O planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985.

WILLIAMS, Robin. *Design para quem não é designer*. Noções básicas de planejamento visual. 5 ed. Trad. Laura Karin Gillon. São Paulo: Callis, 1995.

# 5

Adriana Maria Cunha

## **MEU FILHO É TRANS: ANÁLISE MULTIMODAL DA MATÉRIA VEICULADA PELA REVISTA VEJA**

*MY CHILD IS TRANS: MULTIMODAL  
ANALYSIS OF A NEWS STORY BY VEJA MAGAZINE*

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.363.124-156

## SUMÁRIO

### RESUMO:

Este artigo trata de uma abordagem que se insere no contexto de uma pesquisa de doutoramento que se encontra em desenvolvimento a respeito de transexuais mulheres e sua inserção no mundo do trabalho. Entretanto, o olhar para outras nuances do corpus de pesquisa permite, sobretudo, uma melhor compreensão do universo pesquisado. Aqui, a proposta é pensar o sujeito transexual em suas relações primárias no seio familiar, o lugar primeiro de aceitação, ou negação, de sua condição e identidade. Buscamos uma interseção desta possibilidade com os meios de comunicação dito hegemônicos. Encontramos a revista VEJA que tematizou o tema em 2017 em uma matéria de capa e procedemos a uma análise multimodal da imagem de capa e das entrevistas concedidas pelos pais na ocasião.

**PALAVRAS-CHAVE:** Transexual; Pais; Revista Veja; Multimodalidade.

### ABSTRACT:

*This article approaches what is inserted in the context of a doctoral research under development regarding transsexual women and their insertion in the world of work. However, looking at other nuances of the research corpus allows, above all, a better understanding of the researched universe. Here, the proposal is to think about of the transsexual subject in their primary relationships within the family, the primary place of acceptance, or denial, of their condition and identity. We seek an intersection of this possibility with the so-called hegemonic media. We came across the VEJA magazine which thematized the theme in 2017 in a cover story and carried out a multimodal analysis of the cover image and interviews given by parents at the time.*

**KEYWORDS:** *Transsexual; Parents; Veja magazine; Multimodality.*

## INTRODUÇÃO

O tema deste artigo se insere no contexto de uma pesquisa maior que vem sendo desenvolvida pela autora em sua tese de doutoramento em curso no Cefet-MG, cujo foco recai sobre mulheres transgêneras e o mercado de trabalho. O artigo aqui apresentado foi uma proposta que manteve o sujeito de pesquisa, mas buscou outras possibilidades de recorte e de análise.

O fenômeno da transgeneridade vem ganhando espaço na esfera pública. Não por se tratar de um fenômeno recente, mas pelo *zeitgeist*<sup>7</sup> que vem permitindo que novas identidades encontrem espaço para emergir e, dessa forma, adquiram visibilidade. Hall (2003) defende uma descentralização, um deslocamento das identidades a partir da modernidade tardia<sup>8</sup> que significa uma ruptura em relação às identidades consideradas estáveis do passado ou, pelo menos, uma ruptura com a ilusão desta perspectiva. A possibilidade de uma identidade unificada é vista pelo autor como uma construção narrativa acerca do “eu”, uma “fantasia” e conforme os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam “somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente” (HALL, 2003, p. 13). Faz-se necessário destacar a complexidade do conceito de identidade, pouco desenvolvido e compreendido pela ciência social (HALL, 2003), mas que apresenta destacada centralidade neste artigo.

A tendência de se considerar as identidades, bem como seus processos de formação, muito mais complexos do que se supunha

<sup>7</sup> \* Doutoranda em Letras pelo Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (Cefet-MG). E-mail: drisjdr@hotmail.com. Em alemão: espírito da época

<sup>8</sup> O autor situa a modernidade tardia a partir da segunda metade do século XX.

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

tem sido uma constante nas Ciências Sociais. Uma visão compartilhada por muitos autores, assim como Hall (2003), como Bauman (2001) que usa o termo modernidade líquida para se referir à fluidez dos processos, das relações e das identidades da modernidade. Assim como Bernd (2006), ao falar sobre o caráter híbrido da literatura produzida nas Américas defende a utilização do termo hibridação no contexto da pós-modernidade já que ele “teria a vantagem de conceber o identitário como uma formação heterogênea em permanente movimento de construção/desconstrução” (op. cit., p. 83).

É neste contexto que vimos emergir uma gama de novas possibilidades identitárias que se constituem através de processos complexos, embora não tão diferentes das identidades consideradas padrão. Concomitantemente, são grupos que buscam o estatuto do reconhecimento social, em diversas esferas. Neste sentido, sujeitos transexuais vêm abrindo caminhos ao exporem sua condição, lutarem por direitos e denunciarem as violências sofridas. O fenômeno começa a ganhar espaço através de diversas iniciativas: a escrita de si transexual no ambiente virtual que passa a compartilhar (e publicizar) o drama vivenciado pelas pessoas que não se reconhecem no próprio corpo e a organização de grupos de defesa dos interesses de pessoas trans são os mais emblemáticos.

Sujeitos transexuais, dessa forma, estão “aparecendo” nas famílias, nos círculos sociais, no ambiente virtual e, conseqüentemente, são tematizados nos meios de comunicação considerados hegemônicos. Este artigo trata de uma matéria publicada a respeito do tema na revista *Veja*, em 2017, ano em que estava sendo veiculada na Rede Globo a novela “A força do Querer” quando, pela primeira vez, a sociedade brasileira acompanhou um enredo no qual protagonizava um personagem transexual que viveria na ficção todo o processo de descoberta da condição trans e sua efetiva transição



## SUMÁRIO

de identidade de gênero<sup>9</sup>. A própria matéria em questão na *Veja* inicia citando a referida novela: “Com aguçada sensibilidade para perceber os humores da sociedade e levá-los para a televisão, a dramaturga Glória Perez [...] fez de um personagem transgênero um extraordinário sucesso” (VIDALE, 2017, p. 77).

A opção pela revista *Veja* não se deu de forma aleatória. Tínhamos como proposta verificar, no cenário nacional, se alguma revista havia tematizado a pauta da transexualidade conferindo-lhe destaque. Assim, iniciamos uma pesquisa no *site* de busca do *Google* por “capas de revista tema transexualidade” e encontramos somente algumas transexuais que estamparam capas de revistas estrangeiras. Como o objetivo era verificar no cenário nacional se havia alguma revista que trouxesse a temática transexual como matéria de capa, decidimos ampliar a busca digitando: “capas de revistas tema LGBT”. Abriu-se um leque mais variado de publicações e, ao priorizarmos a temática transexual, encontramos apenas a supracitada revista. No total, a partir da busca pela sigla LGBT, encontramos três edições de *Veja* focando a homossexualidade, uma que tratava de bissexualidade e, finalmente, outra que trazia a questão transexual<sup>10</sup>.

BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE  
TRANSEXUALIDADE E REFERENCIAL TEÓRICO

A relevância de se tratar a questão transexual no Brasil se justifica, sobretudo, porque o país ocupa a primeira posição, em escala glo-

<sup>9</sup> Entendemos o conceito gênero a partir de Butler (2014): “gênero é o mecanismo pelo qual as noções de masculino e feminino são produzidas e naturalizadas, mas gênero pode muito bem ser o aparato através do qual esses termos podem ser desconstruídos e desnaturalizados” (Butler, 2014, p. 253).

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/50-ideias-para-50-anos/o-tema-lgbt-nas-capas-da-revista/>>. Acesso em 18 dez. 2019.

SUMÁRIO

bal, no que se refere à violência contra estas populações, sinalizando a importância de se discutir o tema com a sociedade brasileira em uma atitude de enfrentamento do preconceito e da violência. De acordo com a última pesquisa divulgada pela Organização Não Governamental *Transgender Europe*<sup>11</sup> 167 transexuais foram assassinados no Brasil entre 1º de outubro de 2017 e 30 de outubro de 2018, mais que o dobro do segundo colocado, o México com 71 mortes.

Já a Associação Nacional de Travestis e Transexuais (Antra) contabilizou só em 2019, até 18 de junho, 62 assassinatos de transexuais e travestis<sup>12</sup>. Chama atenção a natureza de extrema crueldade de grande parte dos crimes, muitos cometidos a pauladas ou facadas conforme especificado no site da Associação. Pesquisas realizadas pela Antra também apontam que 99% da população de lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e intersexos (LGBTI), não se sente segura no Brasil. O que se justifica pelas estatísticas já que, atualmente, a expectativa de vida de uma pessoa trans no país é de 35 anos, enquanto a média nacional é de 75,5 anos<sup>13</sup>.

Por outro lado, faz-se necessário considerar alguns avanços importantes para a pauta dos transgêneros no país. A mais recente delas, em junho de 2019, foi a criminalização pelo Supremo Tribunal Federal (STF) da homofobia e transfobia<sup>14</sup>. O crime foi enquadrado como racismo, pena de um a três anos e multa, e valerá até o Congresso

<sup>11</sup> Site da Ong: < <https://tgeu.org/>>. A instituição tem sede na Alemanha e desenvolve, entre outros, o projeto “*Trans Murder Monitoring*” (TMM) que faz um monitoramento ao redor do mundo dos assassinatos contra transgêneros, com a ajuda de outras Ong’s. Desta forma, consegue concentrar e manter atualizados os dados, ainda que estes sejam subdimensionados.

<sup>12</sup> Disponível em: <[https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1FzwwQghwYm\\_DzFydXGj6onWYfFky1NKy&ll=-1.3650671000000252%2C-48.374637199999995&z=8](https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1FzwwQghwYm_DzFydXGj6onWYfFky1NKy&ll=-1.3650671000000252%2C-48.374637199999995&z=8)>. Acesso em 27 dez. 2019.

<sup>13</sup> Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/especial-cidadania/expectativa-de-vida-de-transexuais-e-de-35-anos-metade-da-media-nacional>>. Acesso em 27 dez. 2019.

<sup>14</sup> Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=414010>>. Acesso em 27 dez. 2019.

SUMÁRIO

Nacional aprovar lei específica sobre o tema. Outra decisão a ser evidenciada veio da Organização Mundial da Saúde (OMS) em 2018, quando a entidade retirou a transexualidade da lista de transtornos mentais do Catálogo Internacional de Doenças (CID). O que antes era classificado como “transtorno de identidade de gênero”, passa a integrar um novo capítulo na CID-11, intitulado “Condições relacionadas à saúde sexual” onde figura a expressão “incongruência de gênero”. Em nota, a OMS justifica que as evidências de que a transexualidade não é um transtorno mental são claras, entretanto, “pode causar enorme estigma para as pessoas que são transexuais e, por isso, ainda existem necessidades significativas de cuidados de saúde que podem ser melhores se a condição for codificada sob a CID”<sup>15</sup>.

Levar estes dados em consideração é de extrema importância para a compreensão dos problemas vivenciados pelas pessoas que não se identificam com seu sexo biológico, para além das questões de ordem subjetiva. Nesse sentido, destacamos os estudos denominados *queer* que, assim como outras teorias, questionam a identidade como algo permanente e imutável. A teoria *queer* observa os sujeitos a partir dos desvios da normalização das suas práticas sexuais, que são construtos sociais, ressaltando “diferentes graus e espaços de poder que se distribuem em todas as categorias sexuais, incluindo a heterossexualidade” (NOGUEIRA; OLIVEIRA, 2010, p. 270). Ao fazer referência ao poder que atravessa as relações sociais, em suas diversas manifestações, evoca-se as contribuições de Foucault (1988, 2013). O autor aponta a proliferação dos discursos sobre a sexualidade que ultrapassava a espiritualidade cristã ou os prazeres individuais, ao contrário, era motivada por um interesse público, “por mecanismos de poder para cujo funcionamento o discurso sobre o sexo [...] passou a ser essencial” (FOUCAULT, 1988, p. 29).

<sup>15</sup> Disponível em: <<https://www.who.int/health-topics/international-classification-of-diseases>>. Acesso em 02 dez. 2019.

## SUMÁRIO

No que tange à metodologia utilizada nesta pesquisa, recorremos aos estudos funcionalistas da linguagem de Halliday e Matthiessen (2004) em conjunto com a Gramática do Design Visual de Kress e Leeuwen (2006), que partem do primeiro para proceder a análises imagéticas.

A Linguística Sistêmico-Funcional (LSF), de Halliday e Matthiessen (2004), aborda a língua enquanto um sistema aberto, através de uma relação dialética: estruturada pelo sistema, por um lado; mas com potencial de transformação deste mesmo sistema, por outro. A LSF é uma teoria concebida a partir de uma abordagem descritiva baseada no uso linguístico que os falantes fazem da língua. Seus autores destacam o uso como a marca fundamental de caracterização de uma língua e, conseqüentemente, da sua descrição. Halliday e Matthiessen (2004) propõem que sejam observados tanto o sistema da língua quanto suas funções, considerando que uma determinada forma assumida pelo sistema gramatical de uma língua está intrinsecamente relacionada às necessidades sociais e pessoais de seus usuários. De acordo com a LSF, ao nos comunicarmos, expressamos três tipos de significados simultâneos por meio da linguagem: o significado interpessoal, que expressa nossa relação com as pessoas; o significado ideacional, relacionado à representação de mundo; e o significado textual, que é a oração concebida como mensagem.

Utilizamos nas análises realizadas neste artigo o significado ideacional, pois, interessa-nos saber os mecanismos discursivos apresentados na matéria para a construção de sistemas de conhecimento e crenças. Afinal, o discurso contribui para constituir, reproduzir, desafiar ou reestruturar tais sistemas. De acordo com Resende e Ramalho (2006), “os diferentes discursos não apenas representam o mundo ‘concreto’, mas também projetam possibilidades diferentes da ‘realidade’, ou seja, relacionam-se a projetos de mudança do mundo de acordo com perspectivas particulares” (Op.cit., p. 71).

## SUMÁRIO

Dentro do Significado Ideacional, utilizamos o Sistema de Transitividade como categoria analítica. Para Halliday e Matthiessen (2004), a transitividade é o sistema gramatical de que o usuário da língua lança mão para construir a experiência humana nos eventos comunicativos. É o sistema responsável por construir o fluxo da experiência em sentidos e em palavras e é representada através de processos que envolvem participantes e, eventualmente, circunstâncias.

Há três tipos de processos principais: Material, Mental e Relacional, e três tipos que ocupam uma posição intermediária e se encontram nos limites entre os três principais: Comportamental, Verbal e Existencial. Ocupando o limite entre os Processos Materiais e Mentais, encontram-se os Processos Comportamentais, que podem representar manifestações de natureza fisiológica (dançar, respirar, deitar etc.); portanto, mais próximos dos Processos Materiais, ou de natureza psicológica (preocupar-se, encarar, assistir etc.), mais próximos de Processos Mentais. Entre os Processos Mentais e Relacionais, há os Processos Verbais, que representam relações simbólicas construídas na mente humana e exteriorizadas pela linguagem. Os Processos Existenciais estão situados na fronteira entre os Relacionais e os Mentais e designam algo que existe ou acontece. Abaixo, para melhor compreensão, explicamos separadamente cada processo:

Processos relacionais: são os processos que envolvem verbos como ser, ter e pertencer. Podem ser de três tipos: Intensivo (em que X é ou está em A ou X está se tornando Y ou membro de Y), Circunstancial (no qual X é ou está em A) e Possessivo (em que X tem ou possui A). Cada um desses tipos ainda pode ser classificado de modo atributivo (no qual A é um atributo de X) ou de modo identificativo (em que A é a entidade de X).

Processos verbais: são os processos do dizer. Os participantes são quatro: o dizente, que é o realizador da ação; o receptor, que recebe a mensagem; o alvo, entidade atingida pelo processo; e a verbiagem, que é a mensagem propriamente dita.

## SUMÁRIO

Processos mentais: como o próprio nome sugere, são os tipos de processos pertencentes à esfera dos sentidos, que acontecem no fluxo dos pensamentos. Os processos mentais podem ser de emoção ou feição, relacionados a sentimentos e graus de afeição (detestar, amar); de cognição, referem-se à decisão e compreensão (saber, entender, decidir); de desejo (querer, desejar); e de percepção, relacionados à observação de fenômenos (sentir). Os participantes são divididos entre o experienciador (aquele que sente) e o fenômeno (o que é sentido ou pensado).

Processos comportamentais: são processos fisiológicos e psicológicos. Os processos comportamentais podem se aproximar de processos mentais, como olhar, assistir, preocupar-se; e dos processos materiais, como dançar, respirar, deitar. Os participantes são o comportante, a entidade que realiza a ação; e o fenômeno, o participante atingido pela ação.

Processos materiais: são os processos do fazer e denotam a construção da experiência externa, não representam necessariamente eventos concretos e podem ser eventos subjetivos. Geralmente, envolvem como participantes um ator (aquele que pratica o ato), um beneficiário (da ação), um recebedor (o que realiza a transferência do bem ou da informação) ou um cliente (a entidade para quem alguma coisa é feita, criada ou transformada). Os processos materiais também têm como participantes a meta, que representa o que foi afetado pela ação ou a quem a ação é dirigida; e o escopo, que não é afetado pelo processo, ele constrói o ambiente em que o processo ocorre. Em linhas gerais, respondem a duas questões: “quem fez alguma coisa” e “o que aconteceu”.

Processos existenciais: estes processos dizem respeito a algo que existe ou acontece e são representados, primordialmente, pelos verbos haver e existir. Podem envolver processos meteorológicos (está chovendo). São processos muito usados em narrativas para

## SUMÁRIO

introdução de personagens. O único participante é o existente. O restante pode ser extensão ou circunstância.

Já com relação à análise da imagem de capa da *Veja*, utilizamos a Gramática do *Design Visual* de Kress e Van Leeuwen (2006) que seguem a tradição proposta pelos estudos de Halliday e Matthiessen (2004) para desenvolverem uma metodologia de análise de textos multimodais. A Gramática desenvolvida pelos pesquisadores também observa três significados presentes em imagens, que se relacionam aos significados de Halliday e Matthiessen: (I) representacional: descreve os participantes da ação, observando se estes são interativos, construindo uma estrutura narrativa, na qual a imagem apresenta vetores indicadores de ação, ou representados, construindo uma estrutura conceitual e hierárquica dos participantes; (II) interacional: descreve a interação social, analisando se a imagem é de demanda ou oferta, de que ângulo e como os participantes são representados; e (III) composicional: diz respeito à forma com que os elementos que constituem a imagem se integram a uma proposição coesa e coerente, através dos lugares em que os elementos estão dispostos na imagem - topo, base, direita e esquerda, centro ou margem -, dos elementos que são usados para chamar a atenção, tais como o plano, o tamanho, contrastes e tons de cores, tamanho e tipo de letra e, por fim, as conexões ou desconexões dos elementos que compõem a imagem, como linhas, bordas, ou outras espécies de divisórias.

Kress e van Leeuwen (2006) defendem, assim como a LSF, uma gramática que considere as práticas sociais, combinando seus diversos elementos em um todo significativo, afinal a “gramática vai além de regras formais de correção. É um meio de representar padrões de experiência”<sup>16</sup> (HALLIDAY, 1985 apud KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 2).

<sup>16</sup> Tradução de: Grammar goes beyond formal rules of correctness. It is a means of representing patterns of experience.

## ANÁLISE

Para os fins a que se dedicam este artigo, optamos por fazer um recorte de análise que prioriza a imagem de capa (embora apresentemos as imagens veiculadas na parte interna da referida matéria para melhor situar o leitor) e o texto referente publicado na revista, especificamente os pronunciamentos dos pais, já que são eles os atores principais no texto. O discurso da revista é construído, prioritariamente, a partir do discurso dos pais entrevistados, promovendo, de certa forma, o eco de suas vozes, ou seja, a postura dos pais escolhidos para a matéria é o mesmo posicionamento defendido pela revista. A matéria propriamente dita se inicia na página 77, ocupa a editoria de Comportamento e apresenta como título: “A saga de ter um filho transgênero”, acompanhado do subtítulo: “O drama dos pais ao descobrir o conflito de identidade de gênero de suas crianças é um turbilhão emocional que passa pelo susto e pelo medo e só sereniza com tolerância e respeito”. O artigo, assinado pela jornalista Giulia Vidale, integra a edição do dia 18 de outubro de 2017, ou seja, pouco depois do Dia das Crianças, mais uma referência que aponta para a escolha em que o tema foi abordado: a questão da transexualidade na infância e, principalmente, a dificuldade vivenciada pelos pais já que, conforme aponta a matéria: “o apoio da família é o ponto crucial” (VIDALE, 2017, p. 78). Há entrevistas com especialistas, como psicanalista, psicólogo e uma advogada transexual, entretanto, a maioria delas são com os pais.

## SUMÁRIO



## Análise da imagem da Capa

Iniciamos pela análise da capa da revista de acordo com a Gramática do Design Visual (KRESS e LEEUWEN, 2006) relacionando-a aos três significados presentes na LSF.

Figura 1. Capa da Revista Veja



Fonte: Revista Veja de 18/10/2017

Chamamos a atenção, inicialmente, para alguns pontos acerca da imagem acima que apresenta do lado direito a legenda que introduz os personagens: “O empresário Anderson de Almeida com a filha Carolina, de 6 anos, que se chamava Murilo”. Primeiro, o pai se encontra de costas para o leitor e, embora ele esteja em posicionamento de proteção ao acolher a filha em seu colo, é ela quem estabelece relação com o leitor. Duas possibilidades decorrem daí: a primeira poderia indagar se, estando de costas, o pai se nega a “encarar a sociedade”,

SUMÁRIO

## SUMÁRIO

em uma postura que poderia ser de proteção da face (GOFFMAN, 2011). Neste caso, a face diz respeito a uma imagem de si que guardaria atributos sociais aprovados. Por outro lado, o fato de estar de costas para o leitor também poderia ser interpretado como metáfora de aceitação da condição da filha ao dar as costas para a sociedade. No entanto, o pai Anderson de Almeida abrirá em uma página inteira a matéria no interior da revista. Nela, ele se encontra de frente, agora expondo a própria face, assim como todas as famílias que compõem a matéria, como é possível verificar a seguir:

SUMÁRIO

Figura 2  
Anderson e Carolina



Fonte: Revista Veja 18/10/217

Figura 3  
Claudete e Yann



Fonte: Revista Veja 18/10/217

Figura 4  
Os pais de Ariel, Rosângela e Rogério



Fonte: Revista Veja 18/10/217

Figura 5  
Carmem, mãe de Victor



Fonte: Revista Veja 18/10/217

Figura 6  
Cerezo e Rosa, pais de Lea T.



Figura 7  
Marcelo Tas e o filho Luc (à esquerda)



Fonte: Revista Veja 18/10/217

## SUMÁRIO

A metafunção ideacional na LSF é relacionada à representação de mundo, “quando o indivíduo expressa a sua experiência do mundo material ou de seu mundo interior, está utilizando o componente experiencial da metafunção ideacional da linguagem” (FUZER; CABRAL, 2014, p. 39). Da mesma forma, a GDV procede a análises imagéticas partindo do mesmo princípio, através do significado representacional. A imagem de capa da *Veja* é uma representação narrativa – já que os participantes estão envolvidos em uma ação – e o processo narrativo em questão é o de Ação Bidirecional que “ocorre quando os dois participantes são ao mesmo tempo ator e meta” (BRITO; PIMENTA, 2001, p. 90) demonstrado na imagem pelo ato de dar e receber o abraço, além do colo, da proteção que Carolina recebe do pai. Esta perspectiva, da importância do acolhimento familiar, é o ponto defendido na matéria, que não deixa de considerar as dificuldades vivenciadas pelas famílias: “Há mais cuidado hoje – e a novela é a constatação desse avanço – mas, os problemas de relacionamento são imensos” (VIDALE, 2017, p. 78).

Já a metafunção interpessoal (ou significado interacional na GDV) se refere às interações entre os usuários da língua, que podem utilizá-la de diversas formas: estabelecer e desenvolver papéis sociais e identidades; negociar relações; expressar opiniões e atitudes, produzindo significados através dos textos ((FUZER; CABRAL, 2014). Do ponto de vista da GDV, a função interpessoal é percebida nas imagens através das seguintes dimensões: olhar, enquadramento, perspectiva e modalidade ou valor de realidade (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006). Assim como nos atos de fala, conforme Halliday e Matthiessen (2004) assinalam, o olhar também denota oferta ou demanda. A capa de *Veja* se configura como uma imagem de demanda, ou seja, “o participante representado se coloca olhando diretamente para o leitor. Ao fazer isso, o produtor dessa imagem quer criar um vínculo direto com o leitor, endereçando-lhe um ‘você’ visual” (BRITO; PIMENTA, 2001, p. 96). Dessa forma, o participante

## SUMÁRIO

representado (PR) demanda algo do leitor. Carolina, protegida pelo abraço do pai, olha diretamente para o leitor, um olhar que o interpela. A interpelação, no sentido proposto por Althusser (1985), refere-se a um chamamento ideológico, o autor entende que é a ideologia que interpela os indivíduos enquanto sujeitos. Assunção (2011), partindo de Althusser, destaca a relação entre linguagem, discurso e poder contida nos atos de interpelação, já que é através do discurso que as problemáticas sociais são reproduzidas ou contestadas.

No interior desse funcionamento, ocorrem as lutas ideológicas em que se busca definir a realidade na qual os indivíduos estão inseridos, marcar os valores de acordo com os quais devem dirigir suas ações de forma a atingir seus interesses e desejos, como também os limites de mudanças possíveis (ASSUNÇÃO, 2011, p. 26).

Considerando o contexto da realidade dos transexuais no Brasil já exposta anteriormente, esta interpelação proposta pelo olhar de Carolina transcende a questão de se levantar ou não as bandeiras LGBT, mas pode refletir (e esperar, por sua vez) um olhar de humanização, de empatia e solidariedade para com os sujeitos trans.

Com relação ao Enquadramento, ele também colabora para reafirmar esta imagem proposta pelo olhar. Quanto menor o distanciamento entre o participante representado e o leitor, maior a proximidade. O distanciamento entre a menina e o leitor na imagem da revista configura uma espécie de meio-termo entre um close-up e um médio distanciamento, ou seja, pode ser considerado como uma busca por proximidade. Já a perspectiva “refere-se a ao trabalho com a imagem através de um ângulo específico, de um determinado ponto de vista” (BRITO; PIMENTA, 2001, p. 99), neste sentido, o ângulo horizontal, quase frontalmente, apresentado na imagem de capa da Veja busca, novamente, a empatia do leitor.

## SUMÁRIO

Com relação à modalidade, para Halliday e Matthiessen (2004) ela está relacionada à polaridade, às possibilidades intermediárias entre os polos negativo e positivo em proposições (possível, provável, certo) e à frequência (esporádico, usual, frequente). Ela se refere aos graus de verdade e credibilidade da oração, expressa a opinião do falante e, de acordo com Hodge e Kress (1988, p. 123, *apud* BRITO; PIMENTA, 2001, p. 101) “está presente na construção ou contestação social de sistemas de conhecimento”. Assim, a compreensão das diversas formas de modalizar um texto nos leva a importantes informações sobre as visões de mundo e ideologias defendidas pelos sujeitos ou grupos sociais.

De acordo como Kress e Van Leeuwen (2006) existem alguns marcadores que permitem dimensionar a presença de modalidade em imagens. A primeira delas se refere aos graus de articulação que, em linhas gerais, trata do uso de cores (saturação, modulação, diferenciação), iluminação e brilho, utilização ou não de profundidade e representação que é a forma como uma imagem é representada (de forma abstrata ou realista). Nesse sentido, é possível diferenciar entre uma alta modalidade (mais próximo possível do real) e baixa modalidade (mais irreal). Embora a foto na revista tenha passado por tratamento<sup>17</sup>, a imagem representada apresenta média modalidade. É importante lembrar que, da perspectiva da LSF, os usuários da língua fazem escolhas para construir significados com vistas a atingir determinados interesses. Nesse sentido, o cenário na foto de capa foi retirado com um propósito e, igualmente, a opção pelo fundo branco (em contraposição ao fundo escuro) evoca alguns significados. Ao se retirar o fundo, o foco da imagem se volta para a relação entre pai e filha, independente da contextualização espacial. Ou seja, elimina-se outros temas do cenário para se destacar os personagens. O fundo branco evoca iluminação, transparência; na fotografia, o branco é a “cor da luz”, a cor que proporciona total clareza. Assim, a escolha

<sup>17</sup> A retirada do fundo (fundo branco) o que, naturalmente, não configura uma representação totalmente real da imagem.

SUMÁRIO

deste fundo poderia significar a intencionalidade da revista ao trazer à luz a temática transexual, que guarda tantos estigmas e resistência.

Não se pode deixar de destacar, no entanto, que a imagem apresentada não deixa ser idealizada, já que a aceitação dos pais é um processo, que pode ou não ocorrer. E, mesmo em casos em que a aceitação ocorre ela é um processo atravessado por sofrimentos, conforme explicitado na própria revista. Em linhas gerais, este processo obedeceria à seguinte lógica: ceticismo; negação; luto; tentativas de negociação e busca por serviços especializados de saúde (ajuda psiquiátrica e psicológica), tudo isso permeado pelo medo dos pais de que os filhos sofram bullying e violências físicas (VIDALE, 2017, p. 79).

Outro ponto a ser observado para analisar a modalidade na imagem são as Contextualizações que “são conjuntos de princípios abstratos que informam o modo no qual os textos são codificados por grupos sociais específicos ou entre contextos institucionais específicos” (BRITO; PIMENTA, 2001, p. 103). As contextualizações podem ser de Modalidades Naturalística, Abstrata, Tecnológica ou Sensorial. A imagem de capa analisada apresenta a primeira delas, Modalidade Naturalística, já que ela se encontra bastante próxima da imagem “real” capturada.

Por fim, a metafunção textual na GDV é avaliada através de arranjos composicionais em três aspectos: valor de informação; saliência; e moldura (BRITO; PIMENTA, 2001). O valor de informação é percebido através da disposição dos elementos composicionais. Em outras palavras é a forma como os elementos assumem posições entre si e se articulam dentro do espaço representado em termos de esquerda/direita, topo/base, centro/margem e que lhes confere significados diversos, dentro de uma perspectiva da cultura ocidental<sup>18</sup>. De acordo com Kress e van Leeuwen (2006), as polaridades esquerda/direita se relacionam à informação dada e nova, respectivamente. A

<sup>18</sup> em que a leitura é realizada no eixo horizontal da esquerda para a direita.

## SUMÁRIO

mensagem dada é aquela já conhecida, sobre a qual o leitor tem conhecimento; por analogia, a nova é a informação desconhecida pelo leitor. As informações mais óbvias normalmente integram a posição esquerda e à direita se encontram aquelas que podem gerar contestações. No eixo vertical se encontra a relação topo/base e que remete ao que é concebido como ideal/real. Essa polaridade é comum em campanhas publicitárias veiculadas em revistas, em que a informação que aparece no topo expressa a situação idealizada e a base traz o “real”, a situação concreta.

Tais percepções podem, facilmente, ser percebidas na imagem analisada. Partindo do eixo esquerda/direita, vemos em primeiro lugar, como **dado**, o pai abraçado à filha e a legenda, à direita, que apresenta o **novo**: “o empresário Anderson de Almeida com a filha Carolina, de 6 anos, que se chamava Murilo”. A mesma lógica pode ser observada na relação topo/base, onde a primeira traz o “ideal” de que crianças trans possam ser acolhidas pelos pais e a base traz a informação real, em negrito e utilizando uma fonte<sup>19</sup> bem maior, a oração: MEU FILHO É TRANS. A frase denota a realidade incontornável, talvez o susto, de se saber pai de uma criança transgênera e a “saga” que se inicia a partir daí como explicitado no subtítulo: “Veja narra a saga dos pais de crianças que não se identificam com seu sexo biológico – condição que afeta 1 milhão de brasileiros”.

A saliência é o recurso usado para conferir maior destaque a algum participante. Kress e van Leeuwen (2006, p. 202) usam o termo peso de um elemento no contexto da imagem, quanto maior o peso, maior a saliência. O valor de informação das polaridades já descritas auxilia na percepção do participante salientado. O peso de um elemento também pode ser percebido através de outros elementos, tais como: o tamanho (grande/pequeno), a definição (alta/baixa), contrastes de tons (preto/branco), cores (fortes/suaves), perspectiva (primeiro plano/plano

<sup>19</sup> A tipografia também é percebida na GDV como sistema multimodal



## SUMÁRIO

de fundo), entre outros. O participante destacado na imagem de Veja é, claramente, Carolina que se encontra de frente para o leitor em contraste com o pai, representado de costas sem ter seu rosto revelado<sup>20</sup>.

Por fim, a moldura diz respeito ao recurso de enquadramento utilizado na estrutura da imagem, capaz de agrupar ou separar os elementos composicionais. Quanto mais agrupados estiverem os elementos, mais forte é o sentido de conexão entre eles. Salientamos que a revista constrói uma moldura imaginária, onde os elementos estão bem agrupados, consistindo do logotipo da revista VEJA na parte superior e os caracteres (título, subtítulo e legenda) emolduram os personagens que se encontram salvaguardados das interferências das fontes textuais.

### Análise Textual

Conforme já mencionado, o recorte de análise da matéria veiculada pela Veja se concentrou no momento em que a jornalista dá voz aos pais. Tal recorte se justifica pelo enfoque dado, notadamente, do processo da aceitação da condição transexual pelos pais e também por constituir a maior parte das entrevistas realizadas. Encontramos 116 processos, dos quais 35 foram Materiais; 32 Relacionais; 24 Mentais; 15 Comportamentais; 8 verbais e 2 Existenciais.

<sup>20</sup> Anderson de Almeida aparecerá de frente na parte interna da revista referente à matéria.

SUMÁRIO

Quadro 1. Incidência de Processos

Processos



- Processo Material
- Processo Relacional
- Processo Mental
- Processo Comportamental
- Processo Verbal
- Processo Existencial

Fonte: Adriana Cunha

No total, foram ouvidos três pais e três mães, dois deles de crianças e os outros quatro de adultos. Com relação aos filhos e filhas: quatro são trans homens/meninos (que nasceram com o gênero feminino e fizeram a transição para o masculino) e duas trans, uma mulher e uma menina (nasceram com o gênero masculino, mas se identificam com o gênero feminino). Após transcreevermos as entrevistas na integralidade, selecionamos os trechos em que os pais se referem a eles mesmos e a seus filhos, já que é nesta dimensão que encontramos as representações que eles constroem acerca de suas vivências enquanto pais e mães de filhos(as) transexuais.

Concentramo-nos no elemento central do sistema de transitividade: o processo. Já que os participantes, em sua maioria pais e filhos, serão abordados nas análises realizadas. O fato de focarmos os processos é porque eles nos trazem a dimensão do ser de sujeitos

## SUMÁRIO

que, estando em construção do ponto de vista de gênero, se encontram em devir. Mas, também os pais vivenciam, em suas subjetividades, este devir como é claramente observado nas entrevistas concedidas. Eles vivenciam os seus próprios processos internos, e também externos, no caminho da compreensão e aceitação da transexualidade. Analisaremos os dois processos mais encontrados: materiais e relacionais que, juntos, representam mais da metade dos processos totais.

## PROCESSOS MATERIAS

Observando o grupo de ações verbais que descrevem os Processos Materiais encontrados nas seis entrevistas, é possível compreender o contexto em que os pais representam suas experiências. Na maioria dos casos, os processos materiais são usados para descrever atitudes tomadas pelos pais ou ações realizadas pelos filhos motivadas pela condição transexual. Como é possível observar nos exemplos abaixo:

1. No começo fiquei **[processo material]** completamente atordoado, sem saber **[processo mental]** para que lado correr **[processo material]**.
2. Ela era **[processo relacional]** muito agressiva, cuspia **[processo material]** nas pessoas, mordida **[processo material]**.
3. Aos quatro anos, já com apoio psiquiátrico deixamos **[processo material]** que se vestisse **[processo material]** e agisse **[processo material]** como quisesse em qualquer lugar.
4. Diversas vezes eu precisei **[processo material]** de atestado médico para que ele fosse **[processo relacional]** dispensado **[processo material]** da educação física, porque não podia ficar

## SUMÁRIO

**[processo material]** na turma dos meninos e não queria **[processo mental]** participar **[processo material]** da das meninas.

5. Mas logo depois que ele começou **[processo material]** a ser atendido **[processo material]** no Hospital das Clínicas, em São Paulo, a situação mudou **[processo material]**
6. No início, foi sugerido **[processo verbal]** que ele usasse **[processo material]** o banheiro de família na escola, mas o Yann não aceitou **[processo mental]**.
7. Quando vi que ela estava **[processo relacional]** segura do que desejava **[processo mental]**, que já tinha procurado **[processo material]** um psiquiatra e fazia **[processo material]** terapia havia muito tempo, fiquei mais tranquilo **[processo relacional]**.
8. [...] ela se tornou **[processo relacional]** uma pessoa muito confiante e seguiu **[processo material]** o caminho que queria **[processo mental]**.
9. Mas aí fui **[processo material]** atrás de informações para tentar entender **[processo mental]** que transformação era **[processo relacional]** aquela.

Importante notar que a maioria dos processos materiais se referem às ações concretas e necessárias dentro do movimento da transição de gênero – seja por parte dos pais ou dos filhos. Os exemplos (1) e (2) são excertos da fala de Anderson, pai de Carolina. Em (1), ele utiliza os processos materiais para falar de sua reação frente à transexualidade da filha: “ficou” atordoado, sem saber para que lado “correr”. A reação é emblemática, de forma implícita ou explícita, nas falas dos pais e mães que, no início se sentem perdidos sem saber como agir. Em seguida, Anderson fala sobre as atitudes da filha: “cuspia” e “mordia” nas pessoas antes de ser aceita até que, finalmente, ela é autorizada pelos pais a “agir” e a se “vestir” de acordo

## SUMÁRIO

com sua vontade própria. Os exemplos de (4) a (6) se referem ao Yann, que assumiu o novo gênero masculino aos 10 anos. A avó e responsável legal pelo garoto, Claudete Boehm, utiliza os processos materiais para falar de iniciativas próprias, já que “precisava” de um atestado médico para evitar que Yann pudesse se sentir constrangido ao integrar as turmas das meninas nas aulas de Educação Física. Os processos também são usados para se referir às atitudes do neto: ele não queria “participar” da fila das meninas, “começou” a ser “atendido” no Hospital das Clínicas, não aceitou “usar” o banheiro de família na escola. Os exemplos (8) e (9) são, respectivamente, do ex-jogador de futebol Toninho Cerezo e do ator e apresentador Marcelo Tas. O primeiro utiliza o processo “seguir” para falar que a filha, a modelo Lea T., após assumir a transexualidade, tornou-se uma pessoa muito confiante e “seguiu o caminho que queria”, denotando a autonomia e o respeito pela trajetória de Lea. Já Marcelo Tas utiliza o processo “ir” demonstrando sua ação por busca de informações para que pudesse compreender a transformação pela qual qual passava Luc, seu filho. A necessidade de compreensão da condição transexual é parte importante no processo de aceitação pelos pais.

A questão da apropriação do corpo desconexa ao sexo biológico é algo que transgride fortemente as normatizações sociais. Foucault (2013) define os “corpos dóceis” a partir justamente destas normatizações. De acordo com seus estudos, durante a época clássica, há uma descoberta do corpo como objeto e alvo de poder e, a partir, daí, é possível encontrar os sinais da centralidade desta instância, do corpo “que se manipula, modela-se, treina-se, que obedece, responde, torna-se hábil ou cujas forças se multiplicam” (FOUCAULT, 2013, p. 132). É de se esperar, portanto, que um corpo insubordinado aos padrões encontre fortes resistências, tanto internas quanto externas, para emergir, expressar-se conforme seus próprios parâmetros.

SUMÁRIO

A questão da transexualidade na infância, como é o caso dos exemplos de (1) a (6), é ainda mais complexo. Conforme defendem Zerbinati e Bruns (2018), a “vulnerabilidade da população trans a problemas de saúde mental parece estar relacionada a fatores interpessoais e sociais, influenciados por um ambiente estressante, hostil e de negligência familiar” (ZERBINATI; BRUNS, 2018, p. 39). Ainda de acordo com os autores supracitados o papel da família é central, já que ela pode garantir às crianças transexuais importantes funções protetoras capazes de lhes possibilitar melhor desenvolvimento físico e psicológico.

Passamos, a seguir, para a análise dos processos relacionais nas entrevistas:

PROCESSOS RELACIONAIS

10. Hoje nossa filha é [processo relacional] dócil e feliz.
11. Meu neto era [processo relacional] uma pessoa triste, muito fechada.
12. Hoje em dia, o Yann tem [processo relacional] carteirinha com o novo nome [...].
13. O fato de ele ser [processo relacional] diferente, gostar [processo mental] de roupa e ter usado [processo material] sempre brinquedos diferentes não foi [processo relacional] e não é [processo relacional] um problema.
14. Quando vi que ela estava [processo relacional] segura do que desejava [processo mental], que já tinha procurado [processo material] um psiquiatra e fazia [processo material] terapia havia muito tempo, fiquei mais tranquilo [processo relacional].

SUMÁRIO

15. Depois que minha filha viu [processo mental] que a família toda estava [processo material] de braços abertos, ela se tornou [processo relacional] uma pessoa muito confiante e seguiu [processo material] o caminho que queria [processo mental].
16. Meu filho me contou [processo verbal] que se identificava com o gênero masculino e que estava namorando [processo relacional ou comportamental?] um homem que também é [processo relacional] trans, com quem hoje ele é [processo relacional] casado. Foram [processo relacional] muitas novidades em uma notícia só.
17. Digo [processo verbal] sempre que o diálogo é [processo relacional] importante, mas a informação é [processo relacional] essencial para acabar [processo material] com a ignorância que gera [processo material] medo, violência e preconceito.

Os processos relacionais nos exemplos (10) e (11) e de (13) a (15) são usados no sentido de destacar o “ser”, no presente ou no passado, dos filhos(as) transexuais. Sobretudo como os pais avaliam o que os filhos eram antes do processo de transição e o que se tornaram a partir de então. Carolina, a menina que mordida e cuspiam nas pessoas, hoje “é” dócil e feliz. Yann “era” uma pessoa triste e fechada. No exemplo (15), Toninho Cerezo destaca o papel da aceitação familiar que fez com que Lea T. se “tornasse” uma pessoa muito confiante.

De acordo com Butler (2016), gênero é identificado enquanto uma “coalizão aberta” (p. 36), já que permite uma diversidade de convergências e divergências. A autora realiza uma crítica quanto à percepção do sexo e do gênero como dados, como características naturais e binárias. Butler (2016) e Preciado (2011) defendem a necessidade de se abordar a questão de gênero dissociada das normatizações relacionadas ao sexo biológico e ao desejo afetivo e sexual. Preciado (2011) utiliza o termo multidões *queer* para propor uma desterritorialização da heterossexualidade, enfatizando o gênero

## SUMÁRIO

enquanto noção sexopolítica. Para a autora, a sexopolítica vai além de um lugar de poder, é “o espaço de uma criação na qual se sucedem e se justapõem os movimentos feministas, homossexuais, transexuais, intersexuais, transgêneros, chicanas, pós-coloniais...”, desta forma, as minorias viram multidões, tornam-se *queer* (PRECIADO, 2011, p. 14). O conceito de multidões *queer*, assim, reforça a ideia de que não há uma identidade natural concebida a partir de lugares estanques e binários (homem-mulher, homo-heterossexual), mas, reconhece que há diversos tipos de ser, diversas formas de existir, há “uma multidão de diferenças, uma transversalidade de relações de poder, uma diversidade de potências de vida” (*idem*, p. 18).

A questão da identidade também pode ser refletida a partir da diferença. Hall (2000) afirma que as identidades são “pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas discursivas constroem para nós” (HALL, 2000, p. 112). Para ele, as identidades são construídas a partir do sentido da diferença, são formadas pelo confronto com outras identidades; uma construção evidenciada através de polos tradicionalmente opostos: branco/negro, mulher/homem e, particularmente, cisgênero<sup>21</sup>/ transgênero. Na mesma direção, Silva (2000) ressalta a importância da produção discursiva e social da diferença, um aspecto inseparável da construção de identidades. O autor defende que afirmar uma identidade é um processo indissociável das cadeias de negações, diferenças e afirmações, pois, “assim como a identidade depende da diferença, a diferença depende da identidade. Identidade e diferença são, pois, inseparáveis” (SILVA, 2000, p. 75). Entretanto, ele critica os aspectos da produção social da identidade e da diferença justamente porque promovem uma cisão, uma oposição entre o que “se é” e o que “não se é”. Pesa sobre essa lógica o fato de que, por exemplo, “ser homem, ser branco, ser heterossexual” é a identidade ideal na qual

<sup>21</sup> Relaciona-se à determinação e naturalização da existência de uma coerência entre o sexo de nascimento, a identidade de gênero e o desejo afetivossexual.



se opõe como negativa a identidade de “ser mulher, ser negro, ser homossexual”. Resende e Ramalho (2006) afirmam sobre a questão:

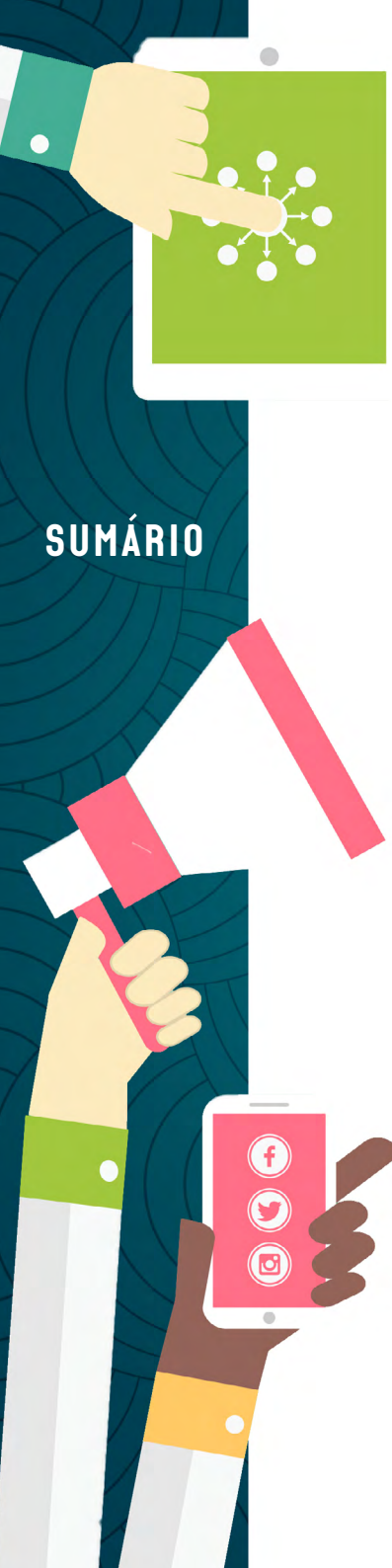
A identidade e a diferença relacionam-se, pois, às maneiras como a sociedade produz e utiliza classificações, por isso são conceitos importantes em teorias críticas, interessadas na investigação de relações de dominação – o privilégio de classificar implica o privilégio de atribuir valores aos grupos classificados (p. 77).

Ao relacionar identidade e diferença às questões de dominação, as autoras defendem que questionar tais classificações significa questionar os sistemas legitimados que as sustentam. Tal questionamento no que tange as populações trans é ainda mais necessário, já que são minorias extremamente vulneráveis não só no que diz respeito às violências físicas já citadas, mas violência em diversos sentidos que privam, muitas vezes, a criança de um ambiente familiar e educacional saudável e inclusivo e que, futuramente, vai se refletir na vida adulta de diversas formas. A questão da empregabilidade destes sujeitos, por exemplo, é bastante complexa. De acordo com a Antra, 90% da população trans tem na prostituição a única possibilidade de subsistência. A Associação informa, ainda, que 70% dos assassinatos são justamente direcionados às transexuais e travestis que exercem a prostituição; destes 55% são cometidos nas ruas, “e é exatamente dentro deste cenário em que se encontra a maioria esmagadora das vítimas, que foram empurradas para a prostituição, se encontram em alta vulnerabilidade social e expostas aos maiores índices de violência” (BENEVIDES, p. 18, *online*).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou compreender o enfoque dado pela revista Veja à matéria “Meu filho é trans” por meio de uma análise multimodal

## SUMÁRIO



## SUMÁRIO

sobre a imagem veiculada na capa e a matéria correspondente. Na análise textual, realizamos um recorte priorizando a fala dos pais e mães ouvidos pela jornalista que assina a matéria, Giulia Vidale, e que configuram a maior parte dos entrevistados.

Foi possível perceber o foco destacado pela matéria desde a concepção da imagem de capa até a construção textual: a importância da aceitação dos pais no processo de descoberta e transição de gênero de seus filhos. A média modalidade na foto de Anderson e Carolina, os personagens que figuram na capa, associada à imagem de demanda, entre outros pontos mencionados na análise imagética, endossam e reforçam entre si esse posicionamento.

No caso específico desta matéria, a revista abandona qualquer abordagem conservadora acerca do tema e busca retratar a realidade vivenciada pelas famílias, no que diz respeito às dificuldades enfrentadas até a chegada do momento da aceitação da condição transexual de seus filhos. Entretanto, é importante destacar que as escolhas feitas pela revista (dos pais e mães ouvidos e do recorte das falas que compuseram a matéria) reforçam uma realidade que nem sempre é a mesma em todos os lares: o acolhimento dos filhos “diferentes”. A maioria dos transexuais no país é lançada à prostituição em função de uma justaposição de negligências, violências e exclusões, entre elas, as cometidas pelas famílias. Muitas são responsáveis por violências físicas e simbólicas até culminarem na expulsão dos filhos de suas casas, quando eles mesmos não tomam esta decisão, compelidos pela impossibilidade de serem aceitos no seio familiar. A revista, neste sentido, busca reforçar a importância desta aceitação.

Na análise textual, partindo dos estudos funcionalistas da linguagem e da análise da transitividade, percebemos que os pais utilizam prioritariamente processos materiais e relacionais para construir discursivamente suas experiências. Os processos materiais dizem respeito, em sua maioria a questões práticas que a condição transexual suscita,

## SUMÁRIO

seja por parte dos pais ou dos filhos. Tal compreensão é importante porque revela uma particularidade do universo trans: a descoberta desta condição dará início a um processo de grande modificação, que pode ser parcial ou integral, da imagem física do sujeito. É uma mudança que implicará em aspectos objetivos e subjetivos que afetarão profundamente os transexuais, bem como suas famílias.

Já os processos relacionais foram usados, na maioria das ocorrências, para falar sobre um antes e depois e a particularidade, aqui, diz respeito a outro ponto revelador. Os aspectos físicos da transição sequer foram mencionados pelos pais, todos eles se concentraram em relatar as mudanças emocionais positivas vivenciadas pelos filhos, depois de iniciarem suas trajetórias em direção ao gênero com que se identificavam. A “saga”, apontada no subtítulo da imagem de capa e no título introdutório da matéria, enfim, é uma saga que termina em final feliz.

Por fim, salientamos a importância de que os meios de comunicação hegemônicos tematizem questões como a da transexualidade, entre outras que dizem respeito a minorias excluídas e violentadas diariamente no país. A importância da representatividade é crucial para estes sujeitos, mas, para além desta questão, há o papel salutar da informação. Muitos pais narraram a necessidade de busca por informações, fosse para entender o “fenômeno” vivenciado pelos filhos, fosse para a solução de questões práticas. O que, no caso dos transexuais, são várias: mudança para o nome social, uso de banheiros, terapias hormonais, entre outras. Quando este tema, então, sai dos “guetos” virtuais e passa a integrar as páginas de veículos de comunicação de massa (como a revista *Veja*) ou as telas de televisão (como a novela global “*A força do querer*”) ele adquire maior visibilidade e se inicia um processo de discussão do tema de forma mais ampla na sociedade. O que foi evidenciado na matéria de *Veja* ao citar os picos do *ibope* atingidos pela novela, demonstrando que a audiência disparou em momentos dramáticos vividos pela personagem, como

## SUMÁRIO

quando ela decide revelar aos pais sobre sua transexualidade. Esta visibilidade, quando realizada de forma responsável, pode ser um poderoso instrumento para mudar a realidade destes sujeitos no país. A posição número um do Brasil no mapa dos assassinatos contra os transexuais aponta para a necessidade de uma ação conjunta e efetiva para a mudança desse cenário de violência.

## REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos ideológicos de Estado*: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado (AIE). Rio de Janeiro: Graal, 1985.

ASSUNÇÃO, Antônio Luiz. Ideologia e Práticas discursivas: repensando o problema da interpelação. In: CARMO, Cláudio Márcio do (Org.). *Textos e Práticas de Representação*. Curitiba: Editora Honoris Causa, 2011. p. 13-29.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BENEVIDES, Bruna. *Mapa dos Assassinatos de Travestis e Transexuais no Brasil em 2017*. Associação Nacional de Travestis e Transexuais, Brasil, 2018. Disponível em: <<https://antrabrazil.files.wordpress.com/2018/02/relatc3b3rio-mapa-dos-assassinatos-2017-antra.pdf>>. Acesso em 24 dez. 2019.

BERND, Zilé. Identidades compósitas, escrituras híbridas: Brasil, Quebec e Antilhas. *Revista Literatura e Sociedade*, São Paulo, v. 11, n. 09, 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/lis/issue/view/1488>>. Acesso em 09 dez. 2019.

BRITO, Regina Célia L.; PIMENTA, Sônia Maria de O. A Gramática do Desing Visual. In: *Incursoes Semióticas: teoria e prática de Gramática Sistemico-Funcional, Multimodalidade, Semiótica Social e Análise Crítica do Discurso*. Rio de Janeiro: Livre Expressão Editora, 2009, cap. 7.

BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade I: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

\_\_\_\_\_. *Vigiar e Punir: nascimento da prisão*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

SUMÁRIO

FUZER, Cristiane; CABRAL, Sara Regina Scotta. *Introdução à Gramática Sistemico-funcional em Língua Portuguesa*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2014.

GOFFMAN, Erving. *Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face*. Tradução Fábio Rodrigues Ribeiro da Silva. Petrópolis: Vozes, 2011. 255 p.

HALL, Stuart. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz T.; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 103-130.

HALLIDAY, M. A. K; MATTHIESSEN, C. M. I. M. *An introduction to functional grammar*. 3. ed. London: Hodder Arnold, 2004.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. ed. London: Routledge, 2006.

NOGUEIRA, Conceição; OLIVEIRA, João Manuel de. Desafiar o futuro. In: \_\_\_\_\_. *Estudo sobre a discriminação em função da orientação sexual e da identidade de gênero*. Lisboa: Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género, 2010.

PRECIADO, Beatriz. *Multidões queer: notas para uma política dos "anormais"*. In: *Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 19, n. 1, p. 11-20, janeiro-abril/2011.

RESENDE, Viviane de Melo; RAMALHO, Viviane. *Análise de Discurso Crítica*. São Paulo: Contexto, 2006.

SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

VIDALE, Giulia. A Saga de ter um filho transgênero. *Veja*, Editora Abril, ed. 2552, n. 42, p. 76-83, 18 out. 2017.

ZERBINATI, João P.; BRUNS, Maria Alves T. A família de crianças transexuais: o que a literatura científica tem a dizer? *Portal de Periódicos Eletrônicos de Psicologia (PePSIC)*; Pensando Famílias, n22(2) dez. 2018, p. 37-51. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/pent/v22n2/v22n2a04.pdf>>. Acesso em 24 dez. 2019.

# 6

Marta Rocha Costa

## MULTIMODALIDADE EM RÓTULOS DE ALIMENTOS: UMA BREVE REVISÃO

*MULTIMODALITY IN FOOD  
LABEL PACKAGES: A SHORT REVIEW*

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.363.157-176

## SUMÁRIO

### RESUMO:

Esta revisão tem como material de origem uma dissertação de mestrado defendida em 2012 e na qual foram analisadas as instruções e o modo de preparo de quatro diferentes marcas de mistura para bolo. As análises foram feitas com base na multimodalidade apresentada por Kress e Van Leeuwen (2001) e os resultados indicaram não haver hierarquias entre os modos semióticos. Realizada a partir de dois rótulos da pesquisa original, esta revisão demonstra como esses produtos apresentam seus rótulos hoje e sinaliza para a importância da multimodalidade nesses objetos de leitura. Os rótulos estudados nesta revisão apresentaram, por um lado, textos mais simplificados e, por outro, mais ricos em recursos semióticos.

**PALAVRAS CHAVES:** Multimodalidade, Recursos Semióticos, Rótulo, Embalagem.

### ABSTRACT:

*This review has as its source material a master's dissertation defended in 2012, in which were analyzed the instructions and mode of preparation of four different brands of cake mix. The analyzes were based on multimodality presented by Kress and Van Leeuwen (2001) and the results indicated that there are no hierarchies between the semiotic modes. Based on two labels from the original research, this review demonstrates how these products present their labels today and signals the importance of multimodality in these reading objects. The labels studied in this review presented, on the one hand, more simplified texts and, on the other, richer in semiotic resources.*

**KEYWORDS:** *Multimodality, Semiotic Resources, Label, Packaging.*

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Esta revisão tem como material de origem uma dissertação de mestrado defendida em 2012 e na qual foram analisadas as instruções e o modo de preparo de quatro diferentes marcas de mistura para bolo. As análises foram feitas com base nos critérios da multimodalidade e os participantes simularam a sua execução e opinaram sobre os que acharam mais fáceis de realizar. Os resultados indicaram não haver hierarquias entre os modos semióticos e que esses contribuem conjuntamente para a produção de sentidos. Realizada a partir de dois rótulos da pesquisa original, esta revisão demonstra como esses produtos apresentam seus rótulos hoje e sinaliza para a importância da multimodalidade e seus modos semióticos nesses objetos de leitura. A expressão multimodalidade surgiu de uma busca de Kress e van Leeuwen por uma terminologia para um fenômeno no qual todos os modos semióticos podem ser usados simultaneamente na comunicação de um significado. A linguística tradicional concebeu a linguagem como uma articulação de forma e significado, mas Kress e van Leeuwen (2001) assumiram que não era suficiente estudar um só modo de expressão. Era preciso pensar em todos eles considerando os nossos sentidos. Assim, dedicaram-se ao estudo dos modos semióticos das diferentes linguagens e seus usos variados, inaugurando seus estudos sobre a multimodalidade. Mas, esses autores não partiram do nada. Observaram, no decorrer dos estudos, a expansão do conceito de multimodalidade para além daquilo que é discursivo ou visual. Os primeiros trabalhos desses teóricos, nos quais buscavam aprofundar a análise de textos, partiram da Gramática Sistêmico-Funcional de Halliday (1984), que contemplou as metafunções ideacional, na qual o usuário da língua constrói a realidade à sua volta; interpessoal, na qual interage com os outros usuários; e textual, na qual a linguagem é organizada como mensagem.

## SUMÁRIO



SUMÁRIO

Desde o início, os estudos de Kress e van Leeuwen sobre a multimodalidade têm avançado e despertado o interesse de pesquisadores. Em 1996 discutiram o enquadramento como um recurso específico da comunicação visual. Em 1998, reconheceram-no como um princípio multimodal ao constatarem que ele pode ser utilizado também em leiautes de textos e em 2001 determinaram os extratos nos quais se dão a construção de significados, conforme apresentados no QUADRO 1. Em 2016 Kress e Bezemer passaram a considerar a paisagem semiótica em seus estudos sobre os fenômenos da comunicação e, em 2019, Gualberto e Santos levantaram estudos realizados no Brasil sobre a multimodalidade, nos quais constatarem superficialidades e duplicidades de publicações.

Hoje já não nos referimos à multimodalidade como uma teoria, mas um fenômeno presente em nossas formas de expressão. A teoria, essa sim, é a Semiótica Social, já estudada e demonstrada desde a realização do nosso estudo em 2012.

**QUADRO 1: Categorias de Kress e van Leeuwen para a produção de significados**

Estratos nos quais são construídos os significados	
Discurso	São conhecimentos socialmente construídos a partir de algum aspecto da realidade. São desenvolvidos em contextos sociais específicos e em formas que levam em conta os interesses dos atores sociais neste contexto.
Design	São usos dos recursos semióticos em todos os modos semióticos e suas possíveis combinações. O Design está entre o conteúdo e a expressão e são meios para se construir significados sobre os discursos e seus contextos sociais.

Produção	São formas de organização da expressão na produção material do produto semiótico. Fazem parte da produção um conjunto de habilidades técnicas e manuais, relacionadas aos modos semióticos e seus meios de execução.
Distribuição	Referem-se à função pragmática de preservação e distribuição.

**Fonte: Elaboração da autora com base em Kress e Van Leeuwen, 2001.**

Na concepção de Kress e van Leeuwen (1996), o texto multimodal é aquele que utiliza mais de um modo semiótico na construção do seu significado. Envolvidos tanto na produção quanto na leitura dos textos, esses diferentes modos são recursos semióticos que podem ser inseridos em nossas práticas comunicativas adicionando camadas de significado, o que Kress e van Leeuwen (2001) chamaram de discursos subjacentes. Segundo esses autores, em qualquer modo semiótico existem elementos de compreensão disponíveis para o processo de criação de signos.

Buscando uma forma de vivenciar isso, nosso objetivo foi observar a presença dessas camadas de significados em rótulos de alimentos, verificar se havia uma hierarquia entre elas e como o leitor lidava com essas camadas na sua leitura. Parti do pressuposto de que a multimodalidade em rótulos de alimentos poderia estar além de uma simples representação semiótica convencional de caráter meramente ilustrativo, e de que fora programada para estar ali obedecendo a critérios instrucionais planejados.

Minha pergunta em 2012 foi: por que estudar multimodalidade em rótulos de alimentos? Já tinha meus argumentos naquela época. Porque por meio dela nos vendem produtos, nos convencem a investir recursos, tempo e expectativas em algo, porque isso pode nos levar a desenvolver uma leitura crítica do cotidiano, e finalmente porque cada

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

vez mais ler imagens é uma necessidade premente. Hoje a pergunta é mais ampla e para essa também já há argumentos: Por que estudar multimodalidade? Porque modos semióticos não só nos permitem produzir significados para nós mesmos, como também nos possibilita a levar esses significados a outros, (KRESS, 2003).

Em estudo sobre a importância de se escrever na atualidade, tendo além de recursos semióticos também os recursos das novas tecnologias, Ribeiro (2018) traduziu a fala do professor Kress (2003) em reflexão sobre o que chamou de “poder semiótico”: “Tanto na escrita quanto na leitura, o sentido é resultado do trabalho semiótico” (Kress, 2003, p. 39). A pesquisadora nos apresenta o “poder semiótico” como algo ao alcance de nossas mãos, a nossa liberdade de escolher este ou aquele modo, a criatividade de nos expressarmos com liberdade a partir dos recursos que temos, e construindo assim o alcance, maior ou menor, de nossas formas de expressão. Hoje, mais ainda, os estudos sobre a multimodalidade continuam a merecer o nosso interesse e estudo. Gualberto e Santos (2019) reiteram que se por um lado os modos e seus significados são construídos, por outro esses significados são comunicados e compartilhados.

## METODOLOGIA

No estudo de 2012, foi preciso arquitetar uma metodologia até então não testada na instituição, o que representou um desafio e até mesmo um risco. Se fosse rejeitada pela banca de avaliação, o trabalho estaria perdido. Precisávamos saber como o participante leria as imagens junto com os textos, como poderia processá-las conjuntamente, construir uma compreensão e em seguida executar a instrução. Organizei uma experiência de simulação de preparo, na qual o participante representava sua execução das instruções dadas no rótulo. Isso, em uma bancada na qual encontravam, também

## SUMÁRIO

simulados, os “ingredientes” e “utensílios” necessários. Os simulados foram realizados com protocolo verbal e gravados por uma câmera no corredor da sala onde se davam esses experimentos. Por desconhecer a importância da paisagem semiótica naquelas práticas comunicativas, essa possibilidade me escapou à análise.

Quatro rótulos de mistura para bolo foram analisados sendo dois deles os mais caros do mercado e outros dois os mais baratos. Identificamos o rótulo do produto mais caro como rótulo 1, o segundo mais caro como rótulo 2, o segundo mais barato como rótulo 3, e o primeiro mais barato como rótulo 4. Dentre esses, o segundo rótulo mais barato foi considerado pelos participantes como o mais fácil de compreender e executar, como se observa na TABELA COMPARATIVA 1. Além dos modos semióticos relacionados, outro fator contribuiu de forma significativa para a escolha: o fato da ordenação das ações por meio de algarismos arábicos e não somente pela disposição no rótulo do produto. O rótulo 4, primeira marca mais barata do mercado foi considerado o mais complexo de se executar.

Hoje, quase uma década depois, apresento aqui dois desses objetos de estudo. Nesta breve revisão estou considerando os dois rótulos mais baratos. Foram esses os que apresentaram maiores mudanças. Os produtos mais caros ainda se encontram no mercado e apresentam o mesmo leiaute<sup>22</sup> em suas embalagens.

<sup>22</sup> Na consulta aos sites dos fabricantes verifiquei que apenas o lado frontal das embalagens são disponibilizados. Desta forma não foi possível verificar alterações no verso das mesmas.

TABELA COMPARATIVA 1

Rótulos				
Recursos Multimodais				
Gestual				
Imagem Narrativa				
Imagem Conceitual				
Moldura				
Saliência				
Enquadramento				
Diagramação				
Contraste				
Cor				
Tipografia				
Verbal				

Fonte: Dissertação de mestrado/2012.

## ANÁLISE

Kress e van Leeuwen (2001) se referem diretamente a um aumento da distância entre produtores e consumidores e admitem a possibilidade de um modo ser mais “gramatical” para um grupo e mais “lexical” para outro. No âmbito da pesquisa realizada, compreendemos o grupo que utiliza os modos semióticos de forma mais “gramaticalizada” como aquele no qual se encontram os redatores e ilustradores técnicos, especialistas que utilizam os recursos semióticos

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

na composição do conteúdo instrucional. Quanto ao grupo que utiliza esses modos de forma “lexicalizada” compreendemos como sendo aquele no qual se encontram os receptores, os quais correspondem aos leitores/consumidores. Levando em conta essa “distância” entre produtores e consumidores vejamos como se encontram hoje os rótulos mais baratos pesquisados em 2012.

As FIGURAS 2 e 3 referem-se ao rótulo mais bem recebido em 2012 e como esse é encontrado hoje nos supermercados, respectivamente. As FIGURAS 4 e 5 referem-se ao verso desses mesmos produtos. Como se observa, a estrutura do leiaute foi mantida com poucas alterações. As mudanças centraram-se na personagem que se apresenta sem touquinha na cabeça, sem colarinho alto e com expressão facial levemente suavizada. Aqui, a paisagem semiótica da embalagem sofreu pouca alteração.



Fig. 2: Dissertação –Set/2012



Fig. 3: Foto da autora – Abr/2020

SUMÁRIO



Fig. 4: Dissertação – Set/2012



Fig. 5: Foto da autora – Abr/2020

Rótulo com melhor índice de aceitação em 2012

Vejam agora como ficaram as instruções nos rótulos, a começar pelas de 2012 (Fig. 4). O rótulo melhor recebido trazia em seu verso duas colunas de informações, organizadas em enquadramentos que agrupavam e separavam essas informações. Na coluna da esquerda, para que se cumprisse as exigências da Anvisa<sup>23</sup>, foi preparado um quadro para se apresentar as informações nutricionais. Na sequência, um box amarelo anunciava “incremente sua receita”, uma frase em vermelho convidava a conhecer outros sabores e um espaço em branco foi reservado para o carimbo de validade e lote de fabricação. Entre as últimas informações a marca do produto, o

<sup>23</sup> A Resolução RDC no 259/02 da Anvisa, estabelece em seu item 5 que as instruções sobre o preparo e o uso do alimento são obrigatórias de constar na rotulagem de alimentos, quando necessário e, em seu item 6, a forma de veiculação dessas informações.

## SUMÁRIO

telefone do serviço de atendimento ao consumidor e o endereço do fabricante. Na coluna da direita um box amarelo indica os ingredientes do produto e faz um alerta de que esse contém glúten. Fora do box indica os ingredientes complementares que precisam ser adicionados no preparo. Na sequência o modo de preparo que apresentava imagens coloridas e com a presença de vetores.<sup>24</sup> Ao lado das imagem, as instruções verbais precedidas de numerais. Na sequência, dicas de preparo apresentando texto com tipos de fôrmãs, seus respectivos tipos e diâmetros, instrução de conservação e código de barras. Comparei as instruções do modo de preparo nos rótulos de 2012 e 2020 e permanecem praticamente as mesmas. A única alteração foi no tempo de assamento que passou de 30 a 35 minutos em 2012 para 30 a 45 minutos em 2020. Também no rótulo de 2012 encontrei a expressão “super prática” no texto das instruções, o que não aparece hoje.

Vejam agora como ficaram as instruções do rótulo atual (Fig. 5) também apresentadas em duas colunas. Em seu lado esquerdo observa-se o quadro de informação nutricional, as dicas de preparo que são as mesmas e uma sugestão de preparo de *cookies*. Na sequência, um convite a conhecer os outros sabores, a marca da empresa, o serviço de atendimento ao consumidor, site, redes sociais e o endereço do fabricante. À direita, em fundo branco, os ingredientes básicos seguidos de alerta em negrito aos alérgicos a derivados do: trigo, soja, ovos, leite, centeio, cevada, triticale e aveia. Também a apresentação dos ingredientes complementares que permanecem os mesmos e o modo de preparo.

A mudança no modo de preparo se deu basicamente nas imagens que passaram a ter apenas a cor amarela, mas foram simplificadas e ampliadas. Ainda assim, lembram as usadas no rótulo

<sup>24</sup> O conceito de vetores apresentado por Kress e Van Leeuwen (1996) na Gramática do Design Visual, ao tratarem de narrativas por meio de imagens, indicam linhas expressas ou sugeridas que poderiam conduzir o olhar para ações, eventos ou processos que interligam diferentes elementos na imagem.



## SUMÁRIO

antigo. Observamos as instruções verbais nas duas versões e só encontramos duas diferenças em relação a 2012: na instrução dois onde a expressão “super prática” foi suprimida, e na instrução cinco que indicava o tempo de assamento que passou de 30 a 35 minutos no rótulo antigo para 30 a 45 minutos no rótulo atual.

Um detalhe merece destaque. O rótulo antigo trazia imagem e texto lado a lado. O rótulo de 2020 traz imagem-texto, texto-imagem, e assim alternadamente. Três imagens são dispostas à direita das instruções, três à esquerda e uma central, ao final das instruções. Isso possibilitou espaçamentos entre os conteúdos, o que pode favorecer a leitura à medida que o leitor tem maior visibilidade para construir pontes de sentido: “*trabalhar* para entender o texto” (PERINI, 2001, p. 64, grifo do autor). Em artigo sobre a microtipografia em textos instrucionais<sup>25</sup> verifiquei, em 2015, nos estudos de Hochuli (2013) que na superfície de uma página a área impressa concorre com a não impressa e o mesmo se dá em relação à linha, à palavra e à letra. De uma forma geral, composições pouco legíveis são consequência de espaçamentos insuficientes (HOCHULI, 2013, p. 24). Permaneceu, nesse novo arranjo, a numeração das instruções. Ainda que as mudanças tenham sido poucas, elas nos desafiam a não acomodar o olhar para o que podemos construir com os recursos semióticos.

### Rótulo com menor índice de aceitação em 2012

As FIGURAS 6 e 8 apresentam a mistura para bolo da marca mais barata do mercado em suas versões de 2012 e as FIGURAS 7 e 9 como se apresentam hoje. Na na FIGURA 6 a embalagem trazia, na sua parte frontal, uma paisagem semiótica distante da nossa

<sup>25</sup> Neste artigo os textos se referiam a instruções técnicas sobre eletricidade e não ao preparo de misturas para alimentos.

## SUMÁRIO

realidade de consumo. A janela que abre de baixo para cima e a personagem jovem, loira e de cabelos soltos, dentre outros detalhes, não remete a significados que possam motivar o consumidor brasileiro a adquirir misturas para bolo. Na FIGURA 8, pode-se observar o verso da embalagem com as instruções de preparo, organizadas aqui no QUADRO 2. Essa versão trazia também duas colunas, na época, bilíngue. À esquerda, uma jovem de avental branco e a indicação do sabor do bolo. Em seguida os ingredientes adicionais junto com o modo de preparo em um bloco único de texto azul, não destacado por moldura ou cor. Abaixo, ainda sem espaçamento, uma versão em inglês, na cor vermelha. Daí em diante, informações sobre as fômas, tipo e diâmetro. Por último, o símbolo de um telefone com o número do serviço de atendimento ao consumidor e site da empresa.

As mudanças no modo de preparo apresentado no rótulo de 2020 (Figs. 7 e 9) se deu basicamente na inserção de imagens no modo de preparo, na mudança da imagem da personagem frontal (Fig. 7) e nas cores mais vivas da embalagem. No QUADRO 2 organizamos as instruções verbais nas duas versões e na TABELA COMPARATIVA 2 os modos no trabalho semiótico, no qual todos eles têm uma especificidade a acrescentar. A embalagem traz, centralizada, acima, a marca do produto, retirou-se a personagem e sua paisagem ao fundo para dar lugar a outra: a jovem que comia uma fatia de bolo foi substituída por uma vovó que prepara um bolo em uma tigela. Aqui, há uma mudança na proposta da embalagem. O que era algo para ser degustado, agora é algo para ser preparado. A embalagem valoriza a ação de preparo na imagem afetiva de uma vovó que sorri, enquanto mistura a massa em uma tigela. Já a fatia de bolo, pequena na imagem de 2012 (Fig. 6), agora ocupa 1/3 da margem direita da embalagem (Fig. 7). Os ingredientes complementares foram indicados com texto e imagem, na frente e no verso da embalagem, para facilitar o início da ação de preparo.

SUMÁRIO

Também no verso do rótulo de 2020 (Fig. 9) observa-se o quadro de informação nutricional, as dicas de preparo que são as mesmas, uma sugestão de preparo, no caso, a de cookies. Na sequência, um convite a conhecer os outros sabores, a marca da empresa, o serviço de atendimento ao consumidor, site, redes sociais e endereço do fabricante. À direita, em fundo branco, os ingredientes básicos seguidos de alerta em negrito aos alérgicos a derivados do trigo, soja, ovos, leite, centeio, cevada, triticale e aveia. Em seguida a apresentação dos ingredientes complementares que permanecem os mesmos.



Fig. 6: Dissertação – Imagem set/2012 Fig.. 7: Foto da autora – Imagem Abr/2020



Fig. 8: Dissertação – Imagem Set/2012 Fig. 9: Foto da autora – Imagem Abr/2020

SUMÁRIO

Em seu verso a mudança na comunicação das instruções é grande e a utilização dos modos semióticos demonstra a preocupação com o público que se quer alcançar e com os seus interesses de consumo. Nesse caso, quem se expressa com um maior domínio desses modos terá maiores chances de compartilhar suas ideias e influenciar seus interlocutores.

A FIGURA 8 apresenta a versão de 2012 que trazia também duas colunas, na época bilíngue. À esquerda, uma jovem de avental branco e a indicação do sabor do bolo. Em seguida os ingredientes adicionais junto com o modo de preparo em um bloco único de texto azul, não destacado por moldura ou cor. Abaixo, ainda sem espaçamento, a versão em inglês, na cor vermelha. Daí em diante informações sobre as fôrmas, tipo e diâmetro, sendo sempre a cor azul para o idioma português e o vermelho para o inglês. Por último, o símbolo de um telefone com o número do serviço de atendimento ao consumidor e site.

A FIGURA 9 apresenta a versão atual que traz a coluna esquerda muito mais espaçada e trabalhada visualmente. Na parte superior um quadro de fundo branco no qual se lê primeiro: “você vai utilizar: 150ml de leite (3/4 de xícara de chá)” seguido da ilustração de dois ovos e uma xícara. Em seguida o modo de preparo em 4 itens descritos e ilustrados. Destaque na ilustração para a batedeira que é muito próxima de uma fotografia, enquanto as outras imagens são desenhos. Na sequência os modelos de fôrma, tipo e diâmetro, ícones de redes sociais e site da empresa. A coluna direita foi reservada aos dizeres obrigatórios na seguinte ordem: informação nutricional, quadro para impressão de data de validade e lote de fabricação, lista de ingredientes com alerta para alérgicos, informações de conservação, marca da empresa com telefone do serviço de atendimento ao consumidor e código de barras. Apresento no QUADRO 2 as informações verbais dos rótulos como apresentadas em 2012 e atualmente. Em seguida, na TABELA

COMPARATIVA 2, a escala atual de recursos semióticos utilizados na atualização do rótulo mais rejeitado em 2012.

**QUADRO 2: Instruções verbais fornecidas no rótulo mais rejeitado**



Instruções sobre modo de preparo em 2012 e 2020	
Instruções de 2012	Instruções de 2020
<p>Modo de preparo: preaqueça o forno a uma temperatura de 180o C (máxima) por 10 minutos. Misture o conteúdo deste pacote na tijela junto com 2 ovos e 150ml de leite (3/4 de xícara – chá) de leite pasteurizado em temperatura ambiente. Na batedeira use a velocidade média durante 5 minutos ou bata à mão durante 7 minutos, até obter uma massa lisa e homogênea. Despeje a massa em uma forma untada e enfarinhada e leve ao forno. Tempo de forno (atente para a forma indicada).</p>	<p>1o Preequeça o forno a uma temperatura de 180 o C por 10 minutos.</p>
	<p>2o Coloque o conteúdo do pacote na tijela da batedeira e acrescente 2 ovos e 150ml de leite (3/4 de xícara de chá).</p>
<p>How to prepare: Preheat oven in 180o C (maximam) for 10 minutes. In a bouwl, mix the contenda at this package with 2 eggs and 150ml of pasteurized milk at room temperature. Uisng a mixer at médium speed, beat the mixture for 5 minutes, or by hand for 7 minutes, until the dough is smooth and well-mixed. Pour the mixture into a greased and floured baking pan and place in the oven. Baking time (depends on the type of baking pan used).</p>	<p>3o Bata em velocidade alta durante 5 minutos ou 7 minutos, até obter uma massa lisa e homogênea.</p>
	<p>4o Despeje a massa em forma untada e enfarinhada, leve ao forno e asse por 35 a 45 minutos.</p>

Fonte: elaboração da autora com dados de 2011 e 2020.

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

TABELA COMPARATIVA 2

Recursos Multimodais \ Rótulos		
Gestual		
Imagem Narrativa		
Imagem Conceitual		
Moldura		
Saliência		
Enquadramento		
Diagramação		
Contraste		
Cor		
Tipografia		
Verbal		

Fonte: organização da autora com dados dos rótulos de 2020.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a forma como Kress e van Leeuwen (2001) se referem aos recursos semióticos como sendo recursos utilizáveis tanto por quem produz quanto por quem consome a produção semiótica ficou demonstrado o esforço empreendido pelos produtores em suas escolhas para os rótulos de hoje. Ainda que tenha se estabelecido alguma distância entre esses produtores e seus consumidores, não se pode afirmar que se esgotaram as possibilidades de recursos e seus respectivos significados. Pode-se dizer que fizeram mais hoje com os mesmos recursos que tinham em 2012. Não se observa, nos rótulos de agora, representações que exigissem tecnologias não disponíveis

SUMÁRIO

na década passada. O que se percebe é que os produtores das embalagens para bolo decidiram produzir também discursos mais simplificados e por outro lado mais ricos em imagens, aproximando-se assim de seus objetivos de comunicação. Dessa forma, deram ao consumidor mais poder de compreensão e ganharam dele maiores chances de aceitação de seus produtos.

Quando Kress (2003) observou que a semiose<sup>26</sup> fundamentava-se em fatos biológicos concluiu que o mundo não pode ser percebido apenas pela visão, mas também por meio da audição, olfato, tato e paladar e cada um desses sentidos possui formas distintas de sentir as coisas, o que nos fornece recursos para expressá-las de formas diferenciadas. Ou seja, possuem especificidades e isso nos leva a algo que já pontuamos aqui: são mais que modos, são ferramentas que nos fornecem o “poder semiótico” mencionado por Ribeiro (2010). Ainda que se possa ter estabelecido distâncias entre produtores e consumidores, essas podem ser diminuídas mediante o esforço em se conhecer melhor os modos, suas peculiaridades, potencialidades e em que paisagens podem ser inseridas. Também com o uso das novas tecnologias de edição de textos e imagens, como se observa na FIGURA 9, na representação da bateadeira de bolo.

Ao falarmos sobre novas tecnologias é oportuno lembrar que Kress e van Leeuwen (2001) já se referiam a profissões que surgiriam e outras que desapareceriam. Mas, se por um lado algumas profissões podem se tornar desqualificadas, por outro lado novas práticas surgem reunindo habilidades até então pouco percebidas (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001). Como afirmaram, a cada nova necessidade, novas formas de comunicação e novas tecnologias de comunicação foram sendo desenvolvidas apontando a todos nós o desafio de olhar para os ambientes nos quais as práticas ocorrem. Façamos isso com curiosidade

<sup>26</sup> Processo mencionado por Hodge e Kress (1991) no qual os sentidos são construídos e trocados.

SUMÁRIO

e atenção. Compreendendo as práticas comunicativas, conhecendo os modos semióticos e as novas tecnologias é possível encurtar caminhos entre o que nos é possível expressar e o que nos é apenas passível de dizer. Nesse sentido é preciso trabalhar esses recursos e tirar deles todo o proveito possível, seja na comunicação, na educação, na ciência e nos desafios não menos importantes do nosso cotidiano.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. Resolução RDC, no. 259/2002. *Regulamento Técnico para Rotulagem de Alimentos Embalados*. Disponível em: <[http://www.anvisa.gov.br/legis/resol/2002/259\\_02rdc.htm](http://www.anvisa.gov.br/legis/resol/2002/259_02rdc.htm)>. Acesso em: 25 mai. 2012.

COSTA, M.R. *Leia as Instruções*: uma análise de textos multimodais em rótulos de alimentos. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagens) – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – CEFET-MG, Belo Horizonte, 2012.

COSTA, M. R. *Microtipografia*: uma abordagem sobre a recepção de um texto em três diferentes formas de inscrição. *Diálogo das Letras*, Pau dos Ferros, v. 04, n. 02, p. 120–131, jul./dez. 2015.

GUALBERTO, C.L.; SANTOS, Z. B. *Multimodalidade no contexto brasileiro*: um estado de arte. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-44502019000200404&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-44502019000200404&tlng=pt)>. Acessado em: 19/04/2020.

HALLIDAY, M.A.K. *An Introduction to Functional Grammar*, London, Edward Arnold, 1984.

HODGE, Robert & KRESS, Gunther. *Social Semiotics*. Ithaca, New York : Cornell University Press, 1991.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge, 1996, 2006.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Multimodal Discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Hodder Education, 2001. 142 p.



LIMA, C.H.P. et al. (Org.). *Incursões Semióticas: Teoria e Prática de Gramática Sistêmico- Funcional, Multimodalidade, Semiótica Social e Análise Crítica do Discurso*. Rio de Janeiro: Livre Expressão, 2009. 314 p.

OLIVEIRA, Sara. *Texto Visual e Leitura Crítica: o dito, o omitido, o sugerido*. *Linguagem & Ensino*, Pelotas, v.9, no1, p.15-39, jan./Jun., 2006.

RIBEIRO, A.E. *Escrever Hoje: Palavra Imagem e tecnologias na educação*. Belo Horizonte: Parábola Editorial, 2018. 126 p.

## SUMÁRIO

# 7

Cláudio Márcio do Carmo

## **PARA UMA ABORDAGEM MULTIMODAL DO COLORISMO: MULTILETRAMENTO, NEGRITUDE POR CONVENIÊNCIA E A TENTATIVA DE PROMOÇÃO DA JUSTIÇA SOCIAL PELAS COTAS RACIAIS**

**FOR A MULTIMODAL APPROACH TO COLORISM: MULTILITERACY, BLACKNESS FOR  
CONVENIENCE AND ATTEMPT TO PROMOTE SOCIAL JUSTICE BY RACIAL QUOTES**

## SUMÁRIO

## RESUMO:

Tomando como base a perspectiva de linguagem como prática social em conformidade com a Análise Crítica do Discurso (cf. FAIRCLOUGH, 1989, 2001a), juntamente com a Semiótica Social (cf. HODGE; KRESS, 1988), em especial, a Semiótica das Cores de Kress e van Leeuwen (2002) e van Leeuwen (2011), constituímos um aparato teórico-metodológico, para refletirmos sobre o chamado *colorismo* (cf. WALKER, 1983). O principal objetivo é analisar esse fenômeno ligado às relações étnico-raciais, no que tange à construção de uma *negritude por conveniência* que surge no contexto brasileiro de uma política afirmativa importante que são as cotas raciais quando se constata um número expressivo de fraudes. Assim, pretendemos contribuir acerca do debate que as Comissões de Heteroidentificação têm feito e sobre as dificuldades encontradas, tendo em vista a miscigenação e quem poderia ser considerado pardo no Brasil, fazendo jus à política de cotas raciais, por manter características fenotípicas dos negros/pretos as quais lhes façam sofrer pelas mazelas do racismo como um dos principais entraves para sua participação efetiva na sociedade e, sobretudo, para sua ascensão social.

PALAVRAS-CHAVE: Multimodalidade; Colorismo; Cotas raciais.

## ABSTRACT:

*Based on the perspective of language as a social practice in accordance with Critical Discourse Analysis (cf. FAIRCLOUGH, 1989, 2001a), along with Social Semiotics (cf. HODGE; KRESS, 1988), especially Semiotics of Colours from Kress and van Leeuwen (2002) and van Leeuwen (2011), we have built a theoretical-methodological framework to reflect on the so-called colorism (cf. WALKER, 1983). The main objective is to analyze this phenomenon linked to ethnic-racial relations, with regard to the construction of a convenient blackness that arises in the Brazilian context of an important affirmative policy that are racial quotas when a significant number of frauds are found. Thus, we intend to contribute to the debate that the Heteroidentification Commissions have been holding and the difficulties encountered, in view of miscegenation and who could be considered a brown person in Brazil, doing justice to the policy of racial quotas, for maintaining phenotypic characteristics of blacks which make them suffer for the ills of racism as one of the main obstacles for their effective participation in society and, above all, for their social ascension.*

KEYWORDS: Multimodality; Colorism; Racial quotes.

## INTRODUÇÃO

Tomando como ponto de partida a ideia de que “o meio tipificador por *excellence*, através do qual o conhecimento social é transmitido, é o vocabulário e a sintaxe da linguagem cotidiana” (SCHÜTZ, 1979, p. 96), com um ponto de vista amplo de linguagem como prática social em conformidade com a Análise Crítica do Discurso (cf. FAIRCLOUGH, 1989, 2001a), assumimos, conjuntamente à Semiótica Social (cf. HODGE; KRESS, 1988) e, em especial, à Semiótica das Cores (KRESS; VAN LEEUWEN, 2002; VAN LEEUWEN, 2011), outros códigos semióticos que engendram e constituem os textos, para refletirmos sobre o chamado *colorismo* (cf. WALKER, 1983).

Nesse sentido, assumimos também que a língua(gem) é constitutiva dos processos sociais como um importante mecanismo da comunicação humana e colocamos como central o fato de que, se é por meio dela que as relações de poder são manifestas e reproduzidas, também é por meio dela que essas relações podem ser desafiadas, rearticuladas, transformadas, reestruturadas e mudadas.

Sendo uma das faces do racismo, o colorismo se mostra como um fenômeno multimodal, que tem no corpo e na cor da pele seu suporte, o qual ecoa processos sociais assimétricos e excludentes historicamente construídos. Por outro lado, podemos, ao repensá-lo sob o ponto de vista da Linguística Aplicada, problematizar a própria História Africana e Afro-brasileira. Ou seja, essa história pode, acima de tudo, ser renarrada sob uma perspectiva crítica e decolonial quando olhamos para os fenômenos socioculturais que são codificados por meio de gêneros textuais-discursivos vários e também por meio das cores como representantes das relações sociais semioticamente investidas de sentidos socioculturalmente produzidos.

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

Para tanto, organizamos o texto em duas seções principais, em que, na primeira, trabalhamos a dimensão multimodal e ideológica do colorismo com especial atenção para a categoria *pardo* e a instituição do negro por conveniência ao falarmos sobre os casos de fraude nas políticas de cotas para pretos/negros e pardos nas instituições federais de ensino e concursos públicos. Em outra, trabalhamos o *multiletramento* para compreendermos a dimensão da cor como uma linguagem socioculturalmente orientada pelo racismo e as implicações dessa prática social para uma crítica da cultura brasileira, analisando algumas fotografias na tentativa de trazer contribuições para uma compreensão mais ampla do que envolve a política de cotas como uma ação afirmativa significativa para grande parcela da população que sofre pela discriminação e pela falta de uma justiça social, que lhe garanta condições de acesso a uma vida mais digna.

A DIMENSÃO MULTIMODAL E IDEOLÓGICA DO  
COLORISMO: O PARDO COMO CATEGORIA  
DO DISSENSO E A INSTITUIÇÃO DO  
NEGRO POR CONVENIÊNCIA EM CASOS  
DE FRAUDES NAS POLÍTICAS DE COTAS

Para Almeida (2018), há diferentes tipos de racismo, dependendo da maneira como ele se manifesta. De forma geral, ele pode ser *individualista*, quando relacionado à subjetividade; *institucional*, quando associado ao estado; e *estrutural*, quando se referir à sua manifestação latente na economia e em outras esferas da vida cotidiana.

Dentro dessa perspectiva, o racismo se desenvolve na própria estrutura social, muitas vezes, de maneira naturalizada nas relações políticas, econômicas, jurídicas e familiares dentre outras. Por isso,

## SUMÁRIO

conforme Almeida (2018), o racismo não pode ser considerado uma patologia ou desordem institucional, implicando que ele se tornou uma norma, e não apenas um desvio social. Sem embargo desse pensamento, é inegável que todas as formas de preconceito, discriminação e congêneres podem ser vistas como doenças socioculturalmente transmissíveis, que têm na linguagem e no comportamento seus maiores difusores (cf. CARMO, 2016).

O racismo é, então, uma forma sistemática de discriminação, que tem a raça como fundamento e que se manifesta por meio de práticas conscientes ou inconscientes, as quais culminam em desvantagens ou privilégios para indivíduos a depender do grupo racial ao qual pertençam (ALMEIDA, 2018, p. 25). E é nesse ponto que nós o associamos ao chamado *colorismo* ou *pigmentocracia*.

O termo colorismo ou pigmentocracia foi desenvolvido por Alice Walker, no ensaio “*If the Present Looks Like the Past, What Does the Future Look Like?*”, publicado no livro *In Search of Our Mothers’ Garden: womanist prose*, em 1983. Esse termo foi cunhado para significar um sistema de distinção social ou de classe baseado na cor da pele. Logo, o colorismo, como aponta Francisco (2018), pode ser compreendido como um mecanismo de segregação de pessoas negras, pois implica a maneira como o racismo – enquanto estrutura de poder – permite maior aproximação de alguns indivíduos com a branquidade.

A fim de trabalhar o que chamamos de dimensão multimodal do colorismo, partiremos do corpo como suporte e da cor da pele como a linguagem que semantiza e demonstra as dimensões ideológica, política, social e cultural envolvidas na terminologia usada na classificação geral das pessoas nas práticas de linguagem cotidiana, especialmente três que parecem ser principais: preto/negro, branco e pardo. Nesse cenário, faremos a discussão a partir da política de cotas instituídas para negros e pardos e nos crescentes casos de fraudes que têm sido denunciados em Universidades e Institutos Federais e

## SUMÁRIO

concursos públicos<sup>27</sup>, para, posteriormente, com base na *Semiótica das Cores* proposta por Kress e van Leeuwen (2002), principalmente a partir de van Leeuwen (2011), problematizarmos a situação.

A Lei 12.711/2012 (BRASIL, 2012), conhecida como Lei de Cotas, instituiu a reserva de 50% das matrículas (por curso e turno) no ensino público federal (universidades, centros e institutos) para alunos vindos integralmente do ensino médio público, seja de cursos regulares, seja da educação de jovens e adultos (EJA). Porém, em 2014, a Lei 12.991/2014 (BRASIL, 2014) passou a estabelecer critérios para ingresso de negros no serviço público. Dentro dessa cota, parte é destinada a pretos/negros e pardos.

Essa ação afirmativa, instituída na tentativa de promover o acesso de negros aos ensinos superior e técnico e ao serviço público por meio de uma porcentagem de vagas, visa a reparar um problema histórico que impacta na qualidade de vida de grande parte da população brasileira que é negra ou parda. No entanto, o problema está na categoria parda, visto que, diante da realidade de constituição da população brasileira, a maior parte poderia, de alguma maneira, ser posta nessa categoria devido à miscigenação. Mas há que se ressaltar que essa ação se trata de uma forma de dirimir um pouco a desigualdade e reparar uma parcela da população que é marginalizada por sua origem e cor da pele. Logo, o pardo de que trata a cota é o *pardopreto/negro*; isto é, aquele que, de fato, sofreria perseguição, preconceito, discriminação e seria assolado por todas as formas de exclusão advindas de sua condição como preto/negro; ou seja, aquele, cujas mazelas do racismo não o deixariam passar despercebido.

<sup>27</sup> Discussão inicial apresentada em comunicação oral intitulada *Nós negros: quem somos frente às cotas? Uma reflexão sobre heteroidentificação*, no IV ERAS – Encontro de Relações Raciais e Sociedade: cotas raciais em debate – as ações afirmativas e as bancas de heteroidentificação em tempos de intolerância, ocorrido de 4 a 6 de novembro no Instituto Federal de Ensino Tecnológico (IFET) – Campus São João del-Rei.

SUMÁRIO

Nessa perspectiva, vendo essa ação afirmativa como produtora para pretos/negros e pardos, constituiu-se, por parte de alguns, o que chamamos de *negro ou pardo por conveniência*, dando origem a fraudes, razão pela qual, em 2016, o Conselho Nacional do Ministério Público publicou um conjunto de recomendações para que providências fossem tomadas, a fim de evitar fraudes nas políticas de cotas para negros (pretos e pardos) no serviço público e nas instituições de ensino.

O fato de ter sido denunciado expressivo número de fraudes nas instituições de ensino e no serviço público gerou acalorado debate em 2018, sendo que muitas instituições já tinham e outras criaram as chamadas Comissões ou Bancas de Heteroidentificação, na intenção e tentativa de analisar esses casos e coibir que outros aconteçam.

Com tudo isso, pretendemos, portanto, refletir sobre entraves e dificuldades na implantação dessas comissões e, sobretudo, na análise dos casos em si, diante da realidade de constituição do povo brasileiro, o que tem a ver com a própria identidade do negro brasileiro, vendo o corpo como suporte (cf. CARMO, 2015) e a cor como o componente multimodal de constituição social e, por isso, também dessa *negritude por conveniência*, como um viés do racismo de forma geral e do colorismo de forma específica.

Na Análise Crítica do Discurso de Fairclough (2001a, 2001b, 2010), *identidade* é entendida como *formas de ser*, um termo bastante genérico, entretanto produtivo, para análise de processos sociais. Stuart Hall (2011) explica que sujeitos de identidade unificada e estável se fragmentaram, para se constituírem por várias identidades, por vezes contraditórias e não resolvidas, produzindo o chamado sujeito pós-moderno. De acordo com o autor, esse sujeito pós-moderno se caracteriza "como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma 'celebração móvel': formada e transformada continuamente em relação às



formas pelas quais somos representados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2011, p. 12).

De maneira semelhante e complementar, Bauman (2005, p. 17) explica que

tornamo-nos conscientes de que o ‘pertencimento’ e a ‘identidade’ não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e renegociáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o ‘pertencimento’ quanto para a ‘identidade’.

Nesse sentido, a escolha por um termo genérico como *formas de ser* para trabalhar com o tema possibilita ao pesquisador adentrar as problematizações da identidade em níveis diferentes, dependendo do enfoque e da profundidade esperada, isto é, em suas minúcias ou não, na busca de compreensão do ser que está por trás da produção, distribuição e consumo dos textos que chegam a nós, enquanto materialidade para os discursos que se constituem numa arena assente de lutas por hegemonia e poder mesmo que seja apenas o poder de simplesmente ser num mundo de assimetrias e conflitos.

A partir da visão de discurso como práticas de linguagem (prática textual, prática discursiva e prática social) da Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2001a, 2001b, 2010), sobretudo em diálogo com o que se tem pesquisado especificamente sobre heteroidentificação (DIAS; FABER JUNIOR, 2018), apresentamos um conjunto de questões a serem consideradas e que põem em xeque diversos pontos de vista que procuram consubstanciar essa *negritude por conveniência* e, por isso, desvirtuar a positividade e produtividade social da política de cotas a partir da categoria *pardo*. Por isso, vemos o corpo como suporte, a cor como o código semantizador e esse indivíduo como um construto multimodal num jogo identitário com suas possíveis *formas de ser*.

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

E, nesse aspecto, buscamos, por fim, lançar ideias que possam servir não como um norte ou porto seguro na identificação de pretos/negros e pardos, mas como conscientização das razões pelas quais essa cota foi instituída como importante ação afirmativa em favor dessa parcela da população e, também, para quais pretos/negros e pardos ela pretendeu se tornar realmente uma ação afirmativa, desde questões fenotípicas ao comportamento social e econômico em geral, o que será feito a partir da abordagem calcada no *multiletramento*.

MULTILETRAMENTO: LINGUAGEM  
COMO PRÁTICA SOCIAL E CRÍTICA  
DA CULTURA DO COLORISMO

Magda Soares (2017), na obra *Letramento: um tema em três gêneros*, traça um histórico desde o primeiro aparecimento do termo *letramento* em Língua Portuguesa aos chamados *Novos Estudos do Letramento*, razão pela qual não faremos esse histórico aqui. Porém, chamamos atenção para o conceito de letramento como “o estado ou condição de quem se envolve nas numerosas e variadas práticas sociais de leitura e escrita (SOARES, 2017, p. 44) e para o conceito dado pela área chamada Novos Estudos do Letramento, a qual foi constituída no início dos anos 2000, em que letramento é “definido pelas práticas sociais e comunicativas com que os indivíduos se envolvem em vários domínios das suas vidas. [Por isso, n]essa perspectiva, o letramento é histórico e socialmente situado” (HAMILTON, 2002, s/p).

Essa última perspectiva, a qual foi constituída no início dos anos 2000, se afina com a de uma outra que postulou uma visão da linguagem como prática social e que já vinha sendo posta e estruturada desde o final da década de 1980, por abordagens como a da Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 1989) e a da Semiótica Social

SUMÁRIO

(HODGE; KRESS, 1988), em resposta à necessidade de constituir um aparato capaz de combater e problematizar as desigualdades, tensões, problemas e injustiças sociais.

Partir desse pensamento e do fato de que há outros códigos que não apenas o verbal na constituição dos textos gerou a necessidade de algo mais na visão de letramento, levando ao conceito de *multiletramento*, termo cunhado pelo Grupo de Nova Londres. Para esse grupo, era preciso mais que o domínio do elemento verbal. Ou seja, a interação na contemporaneidade marcada pelas várias tecnologias requeria o uso e o domínio de “múltiplas linguagens, múltiplos ingleses e padrões de comunicação que atravessassem as fronteiras de cultura, comunidade e nação” (NEW LONDON GROUP, 1996, p. 64). Era necessária, portanto, uma abordagem crítica para a construção do indivíduo *multiletrado*, ou seja, aquele

capaz de negociar significados utilizando-se de todos os recursos simbólicos, materiais, culturais, históricos, técnicos e tecnológicos etc. disponíveis, códigos e linguagens, suas crenças e também experiências em variados contextos da vida social e cultural, como forma de agir no mundo por meio da linguagem e de variados gêneros textuais-discursivos (CARMO, 2017, p. 282).

Assim como é fundamental haver letramentos, multiletramento é considerado um conceito que “aponta para dois tipos específicos e importantes de multiplicidades presentes em nossa sociedade, principalmente urbanas, na contemporaneidade: a multiplicidade cultural das populações e a multiplicidade semiótica de constituição dos textos por meio dos quais ele se informa e se comunica” (ROJO, 2012, p. 13).

Soares (2017, p. 43) afirma que “letramento é descobrir a si mesmo pela leitura e pela escrita, é entender-se, lendo ou escrevendo (delinear o mapa de quem você é), e é descobrir alternativas e possibilidades, descobrir o que você pode ser”. Com isso, ela conecta o letramento a uma forma de constituição identitária, ligação imprescindível que já fora desenvolvida coerente e produtivamente por Street e Bagno (2006).

## SUMÁRIO

E caminhando nessa seara com fulcro no colorismo, podemos falar em *letramento racial*, termo primeiramente proposto por Allisson Skerrett (2011, p. 314), significando “uma compreensão das formas poderosas e complexas em que raça influencia experiências sociais, econômicas, políticas e educacionais de indivíduos e grupos”.

Na concepção de Ferreira (2014, 2015), o conceito de letramento racial implica tanto uma percepção quanto uma postura crítica, reflexiva e capaz de ressignificar questões e relações raciais, que são postas no cotidiano das sociedades atravessadas pelo racismo e, aqui, de maneira específica, pelo colorismo. Mais que um letramento racial, precisamos, portanto, de um *multiletramento racial crítico* para compreensão das mazelas que se escondem na pigmentocracia e nas relações étnico-raciais.

Vários desses problemas ligados às relações étnico-raciais brasileiras têm longas datas e já foram apontados de diversas formas sob variados vieses na literatura da área (cf. HASENBALG, 1979; MUNANGA, 2000a, 2000b, 2004; PRANDI, 2000; GUIMARÃES; HUNTLEY, 2000; SODRÉ, 2000; PEREIRA; GOMES, 2001; SCHWARCZ, 2001; FIGUEIREDO, 2002; HOFBAUER, 2003; ROCHA, 2007, 2012). Entretanto, conforme abordado em seções anteriores, nosso foco recai sobre o colorismo ou pigmentocracia, significando um sistema de distinção social ou de classe baseado na cor da pele, que tende a gerar mais cisão ou, de maneira bastante peculiar, que está criando uma *negritude por conveniência*, vista como mais uma nuance do racismo à brasileira.

Seja fruto do desconhecimento, do oportunismo ou do maucaratismo, a negritude por conveniência implica – diferentemente da forma inicial de tentativa de branqueamento ou “higienização” da população – uma aproximação conveniente e oportunista de indivíduos, que, embora possuam ascendência de algum parente preto/negro ou algum traço que o demonstre, não se encaixam nos parâmetros e fins para os quais as cotas foram criadas. Por estarem

SUMÁRIO

mais próximos dos padrões fenotípicos brancos, logo, não estariam sujeitos às mazelas do preconceito racial que assola pretos/negros e pardos fenotipicamente próximos dos pretos/negros que sofrem todos os dias com a exclusão advinda do preconceito e da discriminação racial. Há que se ressaltar que alguns negros, especialmente pardos mais claros, muitas vezes, usam do branqueamento como uma forma de ascensão social, já que a cor e a cultura negras são desvalorizadas e estereotipadas numa percepção minimalista de sua potencialidade. Como esclarece Figueiredo (2002, p. 104):

A cultura negra é quase sempre identificada pela religião, pela culinária, pela música e pela dança, enquanto a cultura branca é associada aos aspectos mais gerais, como a educação formal, a informação, a política, a tecnologia, enfim, a quase todos os aspectos da vida social. Nesse sentido, parece impossível não vivenciar cotidianamente os aspectos da 'cultura branca'; ou melhor, embranquecer é, aparentemente, inevitável.

Sendo assim, estamos tratando o colorismo enquanto fenômeno social e o corpo como o suporte em que a linguagem da cor mostra suas mazelas sociais. Assim, podemos perceber todo esse tecido social como um construto multimodal, uma vez que pode ser lido sob o olhar crítico da Linguística Aplicada. Multimodal é, em primeira instância, o texto em cuja tessitura encontramos mais de um código semiótico (cf. KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, 2006). Tais textos se utilizam de códigos semióticos diferentes (gestos, formas, movimentos, texturas, cores, sons, melodias, dobraduras, odores etc.) como *recursos semióticos*; ou seja, como

ações, materiais ou artefatos que usamos com propósitos comunicativos [...] juntamente com os mecanismos em que cada um desses recursos podem ser organizados. Recursos semióticos têm sentido potencial, baseado em usos anteriores e em uma série de possibilidades baseadas nos possíveis usos e estes serão atualizados em contextos sociais concretos, onde seu uso está sujeito a alguma forma de regime semiótico (VAN LEEUWEN, 2005, p. 285).

SUMÁRIO

Dionísio e Vasconcelos (2013, p. 19), por exemplo, observam que a sociedade atual é constituída como “um grande ambiente multimodal, no qual palavras, imagens, sons, cores, músicas, aromas, movimentos variados, texturas, formas diversas se combinam e se estruturam num grande mosaico multissemiótico”.

Para o caso do colorismo, é crucial um olhar sociológico para a cor e seu significado. Nesse sentido, Fine *et al.* (1998) nos provêm significativo insumo ao afirmarem que as cores são interpretadas socialmente a partir de representações coletivas e têm seu significado ligado aos variados domínios sociais representando a expressão coletiva da cultura de que partem, por vezes, inclusive, referindo-se a objetos culturalmente relevantes que têm uma determinada cor. Para os autores, as cores também têm uma função importante ao se relacionarem com o posicionamento social quando ajudam a constituir uma ordem social. Esse seria o caso da atribuição do azul ao sexo masculino e do rosa ao sexo feminino, por exemplo, o que, dessa feita, potencializa bem como consubstancia nossa análise do colorismo.

A questão do multiletramento, por sua vez, é fundamental, porque, conforme Kress e van Leeuwen (2006, p. 15), as pessoas aprendem a ler e a escrever, mas também deveriam aprender sobre as estruturas visuais. Isso é corroborado pelo posicionamento adotado por Dondis (2003, p. 3) ao valorizar tanto o significado produzido pelo elemento verbal, pela língua, quanto pelo visual: “O modo visual constitui todo um corpo de dados que, como a linguagem, podem ser usados para compor e compreender mensagens em diversos níveis de utilidade”.

Uma abordagem voltada para cores foi inicialmente colocada por Kress e van Leeuwen (2002), mas foi consideravelmente mais desenvolvida e intitulada como *Semiótica Social da Cor* em van Leeuwen (2011). A *Semiótica Social da Cor* é uma abordagem da maneira como a sociedade utiliza a cor com determinados propósitos expressivos e comunicativos, dando atenção à manipulação de pigmentações e

SUMÁRIO

escalas de cores, a fim de expressar sentimentos, comunicar ideias e promover a interação social (VAN LEEUWEN, 2011, p. 1). Para tanto, o foco deve recair sobre os significados potenciais das cores e sobre o contexto em que eles são configurados socioculturalmente.

Van Leeuwen (2011) parte do princípio de que a cor, como recurso semiótico, pode ter um significado potencial teórico composto de seus usos anteriores e um significado potencial real ou imediato constituído por todos os usos anteriores ou atuais conhecidos, reconhecidos e considerados relevantes por quem faz uso dele em contextos específicos. Por essa razão, as cores se caracterizam por determinados parâmetros, porque outros significados podem ser realizados e constituídos nas práticas sociais. Elas constituem-se, na visão do autor, como um sistema que articula o significado em si com as características materiais do significante, sendo, por isso, metafuncional, conforme os significados que podem realizar: representacionais, interativos e composicionais (cf. KRESS; VAN LEEUWEN, 2006).

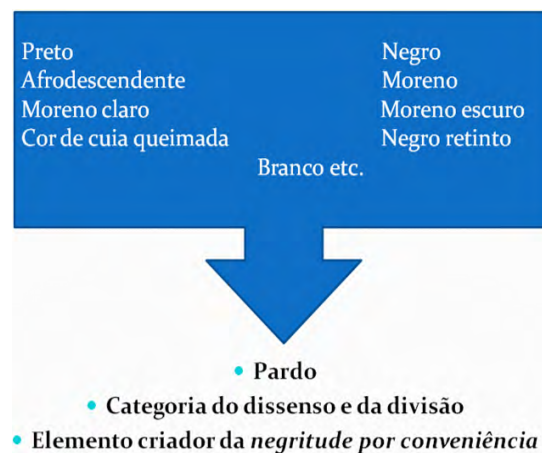
A categoria parda, conforme constituída historicamente, originase dos filhos dos senhores brancos com escravas negras e devido ao processo de branqueamento ao qual a população mestiça teve que se submeter na tentativa de supostamente “higienizar” a sociedade. Devido ao racismo, gerou o colorismo na medida em que o pardo, quanto mais se assemelhasse ao branco, possuía certas regalias do que aquele que trouxesse características mais próximas ao negro não tinha. Sendo assim, o pardo pode ser percebido como o primeiro ponto de dissenso e cisão entre brancos e pretos e demonstra um dos aspectos basilares que a Semiótica das Cores traz em seu cerne ao buscar perceber como a sociedade utiliza a cor com determinados propósitos expressivos e comunicativos, dando atenção à manipulação de pigmentações e escalas de cores, a fim de expressar sentimentos, comunicar ideias e promover a interação social como expusemos anteriormente. É nesse sentido que vemos os aspectos ideológicos,

políticos, sociais e culturais envolvidos na terminologia usada na classificação geral das pessoas baseada na cor.

Hofbauer (2003), inclusive, chama atenção para os vários termos raciais e de cores usados cotidianamente como sendo produtos de uma história de discriminação. E o racismo não é apenas discriminação e humilhação, mas um fenômeno social complexo e um discurso sobre os processos de inclusão e exclusão. Para citar algumas classificações já caminhando para nossa análise da categoria *parda*, tomemos a Figura 1.

## SUMÁRIO

Figura 1 – Terminologia geral classificacional por cor mais comum



Fonte: elaboração própria.

As dificuldades criadas pela estrutura cromática da sociedade brasileira geraram também dificuldades classificacionais e perceptivas, já que há tons de pele do branco ao preto, sendo possível classificar boa parte da população brasileira como pertencente à categoria *parda*. Essa questão gerou a necessidade de se criar um conjunto de lápis ou giz de cera considerados “tons de pele” na tentativa de representar esse intrincado processo constitutivo da realidade social brasileira e de sua diversidade racial.



SUMÁRIO

Figura 2: Gizes tons de pele



Fonte: <https://empoderadx.com.br/2019/10/29/empresa-lanca-giz-de-cera-com-24-tons-de-pele-para-ensinar-as-criancas-sobre-diversidade-racial/>

Entretanto, embora haja o aspecto positivo da tentativa de representar a diversidade racial por meio do aumento de cores, o contexto de cotas trouxe um lado negativo, que constituiu o *negro ou pardo por conveniência* e, por isso, uma *negritude por conveniência*, que nada mais é do que o pardo de características brancas (quando não o próprio branco) ocupando o lugar de pretos/negros ou pardos de características negras para os quais realmente as cotas foram produzidas.

Esta leitura do colorismo ou da pigmentocracia mostra o desconhecimento do significado das cotas e da percepção da cor nelas contida, colocando em evidência, também, o oportunismo e o mau-caratismo de alguns, ao mesmo tempo em que acaba por minar uma ação afirmativa importante para reparar todo um histórico de subalternização e inferiorização das capacidades da população preta/negra que negou a ela (a) as possibilidades de ascensão social em maior escala e (b) a promoção efetiva da justiça social.

Ou seja, o colorismo, elemento criador de cisão, sempre fomentou o branqueamento como forma de obter ascensão social. Mas num momento crucial das ações afirmativas, uma parcela branca ou praticamente branca se vale dela invertendo (ou rompendo com) o

SUMÁRIO

princípio do branqueamento apenas local e momentaneamente para levar vantagens; por isso, desemboca na *negritude por conveniência* no caso das cotas raciais.

Para ilustrar esta discussão, faremos uma breve análise geral de algumas fotos. Os participantes da pesquisa cederam os direitos e concordaram em participar da pesquisa, porém serão nomeados com letras para facilitar a explicação e garantir menor exposição deles.

**Figura 3: Irmãs com traços negros visíveis**



**Figura 4: Irmãs e primo com traços negros não visíveis**



Fonte: cedidas pelos participantes da pesquisa.

Para organizar, na ordem em que aparecem, serão utilizadas letras no lugar dos nomes. No caso, A e B são irmãs e C é primo delas. O que existe de mais aparente e nos interessa de perto está no tom da pele. A apresenta tom de pele mais escuro, B apresenta um tom um pouco mais claro e C é branco, ou um pardo-branco, numa escala cromática. Do ponto de vista familiar, eles têm em comum negros na família, mas apenas A e B poderiam ser beneficiárias das cotas mesmo tendo escolhido não manter os cabelos crespos (informação dada pela participante), pois C não estaria sujeito ao preconceito racial a que A e B estão expostas e que poderiam – por esse motivo – atrapalhar a ascensão social delas. Isso não significa que C, por outros motivos, não apresente possíveis dificuldades, mas elas não viriam do mesmo motivo, uma vez que é branco ou pardo-branco, de olhos azuis e cabelo claro, apresentando fenótipo e aparência da parte branca da família.

Figura 5: Irmãos: pardo-branco e branca com ascendentes pretos/negros na família



Fonte: cedidas pelos participantes da pesquisa.

Passando para o caso dos irmãos D e E, teríamos que D seria um pardo-branco e E estaria na categoria branca. O que chama atenção é que, sendo irmãos de ascendência negra em parte da família, em que pese o brilho ou claridade nas fotos, nenhum dos dois seria beneficiário das cotas. D demonstra com mais relevo traços da ascendência negra familiar no cabelo, que não é crespo nem liso, nos lábios grossos e no formato do nariz. Diferentemente, E, por sua vez, tem pele muito alva e os únicos traços que talvez mostrassem traços negros estariam pouco aparentes no cabelo, nos lábios e no nariz. Isso significa que os poucos traços indicativos da parte preta/negra de ambos não seriam suficientes para estarem dentro da subcota para pretos/negros e pardos, já que o que estaria em avaliação seriam eles mesmos e não qualquer outro membro da família.

Nesse sentido, a ascendência negra precisa estar visível como elemento que provoque exclusão e dificuldades, preconceito, discriminação ou congêneres. Logo, no caso de C em relação com A e B, ou no caso de D e E, mesmo com parentesco em comum e

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

ascendência negra de parte da família, não poderiam estar inseridos na política de cotas para pretos/negros e pardos, um argumento comumente utilizado por pardos-brancos em análise por Bancas e Comissões de Heteroidentificação. Isso sem contar com casos de brancos que, por mau-caratismo, tentam se beneficiar das cotas com as mais diferentes e esdrúxulas explicações e artimanhas.

Nas situações de um pardo-branco, isto é, cujas características de preto/negro não estejam aparentes ou pouco aparentes e que procuram a política de cotas é que se pode falar em *negro ou pardo por conveniência*, porque, na relação do colorismo, já tendem a se beneficiar cotidianamente devido ao branqueamento – muitas vezes negando-se negro – e afirmando-se (mais) branco. Para a política de cotas, o pardo é preto/negro; ou seja, ela foi feita para o preto/negro e para o pardo-negro, que realmente sofrem com mazelas sociais do racismo e dos entraves sócio-historicamente construídos junto com ele.

De forma resumida: o fato de muitos verem na instituição de cotas para pretos/negros e pardos algo produtivo sem fazer jus a elas é que constitui, por parte de alguns, uma nova “identidade social” – forma de ser – a que chamamos de *negro ou pardo por conveniência*. É justamente essa nova suposta identidade que deu origem a várias fraudes, em 2016, levando o Conselho Nacional do Ministério Público a publicar o conjunto de recomendações de que falamos anteriormente, direcionando as instituições de forma a evitá-las. Como esclarece Nunes (2018, p. 16), a fraude no sistema de cotas pode ser considerada a usurpação das vagas dos sujeitos de direito às subcotas étnico-raciais estabelecidas pela Lei 12.711/2012 (BRASIL, 2012) por estudantes brancos(as) ou, como denominamos, também por parte dos pardos-brancos.

O colorismo – seja da forma como se constituiu frente ao processo de branqueamento, seja na criação da *negritude por conveniência* – gera apenas tensão, conflito e diluição da força do grupo, uma vez

SUMÁRIO

que a maior parte da população brasileira vive hoje nesta zona vaga e flutuante chamada parda. No dizer de Munanga (2004, p. 96),

[o] sonho de realizar um dia o ‘passing’ que neles [nos pardos] habita enfraquece o sentimento de solidariedade com os negros indisfarçáveis. Estes, por sua vez, interiorizam os preconceitos negativos contra eles forjados e projetam sua salvação na assimilação dos valores culturais do mundo branco dominante. Daí a alienação que dificulta a formação do sentimento de solidariedade necessário em qualquer processo de identificação e de identidade coletiva.

Existem, portanto, um maquiavelismo sociossistêmico e formas diferentes de apresentação do colorismo que vão da preconceituosa vontade de “higienizar” a sociedade, branqueando-a, até as formas de oportunismos a que ela dá corpo e vez na arena social em todas as suas esferas.

O branqueamento social corresponde à noção popular de que ‘o dinheiro branqueia’. Essencialmente, ele ativa o mecanismo de compensação parcial de *status* através do qual as pessoas de cor bem-sucedidas em termos educacionais e econômicos são percebidas e tratadas como mais claras do que pessoas de aparência semelhante, mas de *status* inferior (HASENBALG, 1979, p. 240).

Por isso, precisamos, insistente e frequentemente, refletir sobre entraves e dificuldades advindos do colorismo em geral e, hoje, sobre a implantação e o trabalho das Bancas ou Comissões de Heteroidentificação, em especial, na análise dos casos em si, diante da realidade da constituição do povo brasileiro, o que tem a ver com a própria identidade do negro brasileiro.

A partir do pensamento da Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2001a, 2001b, 2010), sobretudo sua visão de discurso como práticas de linguagem que podem gerar mudanças sociais em diálogo com o que se tem pesquisado especificamente sobre heteroidentificação (cf. DIAS; FABER JUNIOR, 2018), o que

SUMÁRIO

apresentamos pode ser visto como um conjunto de questões a serem consideradas e que põem em xeque diversos pontos de vista, os quais procuram consubstanciar uma *negritude por conveniência* e, por isso, desvirtuar a positividade e produtividade social da política de cotas como ação afirmativa para o preto/negro também, já que não é específica apenas para ele.

Fraudes parecem nascer do que Almeida (2018) chama de *racismo individualista*, porque está relacionado à subjetividade ancorada, às vezes, na autopercepção, no desconhecimento, no oportunismo ou, em alguns casos, no mau-caratismo, mas sempre de alguma forma produzindo essa *negritude por conveniência*, termo escolhido por não ser tão genérico como *afro-conveniência* ou *afro-oportunismo* de que trata Vaz (2018).

Então, de que pardo ou de que preto/negro se fala na política de cotas? Do negro segregado por suas características físicas, as quais lhe impõem, devido ao racismo, dificuldades pelas quais pardos de características mais claras ou brancas e brancos não passam, pois pardos de características brancas gozam de um *status* diferenciado na sociedade.

É nesse momento que ascende um número cada vez maior de pesquisadores trabalhando com perspectivas decoloniais, pois as capacidades humanas não estão na cor da pele. Porém, enquanto a desigualdade, a discriminação, o preconceito e o racismo forem obstáculos à ascensão social do preto/negro, as políticas afirmativas serão bem-vindas e salutares.

Quanto a uma perspectiva de decolonialidade, ela é importante para que a voz dos pesquisadores negros possa ser ouvida tanto quanto qualquer outra e para que não ocorra o que vem sendo chamado de *epistemicídio* negro como retrato de toda essa história e conjuntura no universo da pesquisa e das academias em relação à produção científica do negro.

## SUMÁRIO

A perspectiva decolonial está voltada para o descentramento da pesquisa, que tem sido orientada pelo pensar europeu. Seria trazer à baila as pesquisas daqueles que têm sido mantidos à margem, ou, no dizer de Moita Lopes (2006), trazer à tona as vozes *do sul*. Dussel (1977, 2005) trabalha essa centralidade em termos de totalidade, afirmando que os agentes da pesquisa constituem um *ego cogito*, no sentido de serem supostamente os verdadeiros detentores do conhecimento e da razão, um conhecimento e uma razão que seriam superiores, um resquício do homem europeu iluminista dos séculos XV a XVIII, que forjou a negação do *status* de humanidade de outros povos que não seguissem a matriz europeia de produção de conhecimento (cf. TYLOR, 2009).

Por isso, a lógica decolonial tem interesse por lógicas alternativas, exteriores à matriz europeia, uma atividade laborativa direcionada aos povos “subalternos”, uma abordagem para conhecimentos de situações concretas, rejeitando utilitarismos e valorizando aquilo que é capaz de aproximar o conhecimento de si e dos outros na produção de um lugar para o “eu pesquisador”.

Isso, embora não seja o cerne do trabalho, vai ao encontro do que Moura (1988, p. 18) afirmou, a partir do pensamento de Nina Rodrigues: os estudos africanistas desenvolvem-se subordinados a métodos que não conseguem nem pretendem penetrar na essência dos problemas que resultam do embate entre as culturas europeias e africanas para tentar resolvê-los. Assim, precisamos de perspectivas decoloniais como “opções analíticas e práticas que confrontam e [se] desvinculam da matriz [...] colonial de poder” (MIGNOLO, 2011, p. XXVII) e, dessa maneira, compreender as abordagens decoloniais como formas de resistência e de combate ao epistemicídio negro e de compreensão das mazelas sociais que ainda são entraves para o autoconhecimento, para a autovalorização e para a democratização do País.

## SUMÁRIO

Os estudos da linguagem mostram-se fecundos ao entender a língua(gem) como mediadora das relações sociais, logo, só concebida como prática social, libertadora e transformativa (FAIRCLOUGH, 2001a; VAN DIJK, 2015), e questões como a que apontamos poderiam ser trabalhadas sob o ponto de vista dos vários multiletramentos que capacitariam os indivíduos a analisarem, criticarem, problematizarem e experienciarem ativamente o mundo que os rodeia com capacidade de promover a dignidade humana, a empatia e a justiça social.

## ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Diante do que expusemos, uma primeira mudança impactaria na percepção de nós mesmos, da nossa força, das nossas características, da nossa história, da nossa ancestralidade e das nossas capacidades, ao mesmo tempo em que acarretaria mudança de paradigmas por abordagens decoloniais, gerando um conjunto de estudos que focalizem o negro sob diversos ângulos: a beleza negra, os e as intelectuais negros, a visibilidade do negro, a produção científica, artística, religiosa e cultural do negro e, especialmente, o que nos une em prol do que pode nos reconduzir para o lugar do qual fomos tirados e que sempre nos pertenceu no interior de um Estado pseudodemocrático, mas que se quer e se constituiu democrático, laico e de direito.

Seria uma forma de combate ao discurso, às manifestações e aos comportamentos excludentes, muitas vezes tingidos de ódio, a partir de uma compreensão macro do que isso representa e como isso é gerado socioculturalmente pelo racismo e pelo colorismo. E, por isso, poderíamos rerepresentar o mundo sob a perspectiva da resistência negra; desfazer ou, pelo menos, redefinir as formas de subalternização a que fomos forçados; rever o mundo colocando em



relevo a contribuição do negro na sociedade, na ciência, na religião, na cultura, nas artes, na música etc.; e nunca mais regredir ou recuar.

Desse modo, uma crítica de qualquer cultura ou de seus traços pode ter, no multiletramento e nos estudos críticos do discurso, a exemplo da Análise Crítica do Discurso, da Semiótica Social e da Semiótica Social das Cores, um importante aliado ao capacitar os indivíduos à análise de padrões de linguagem que representam visões ou porções do mundo, porém, criticamente, quando da apreensão das mazelas sociais encenadas nos textos quando do engendramento dos códigos e recursos semióticos, dentro das perspectivas sociais dos grupos que representam suas realidades.

Nesse sentido foi que falamos da relação que pode ser estabelecida entre colorismo, pertencimento cromático, questões fenotípicas (em termos de mais ou menos aproximação com as características de negro) e compreensão de que o pardo de que se fala na lei é negro para as políticas de cotas, porque ela é feita para a individualidade negra. E a percepção de que a árvore genealógica não será considerada, da mesma forma que o pertencimento étnico não é o ponto central, porque a identificação não pode estar no nível dos aspectos culturais.

Outros fatores a se levarem em consideração são: (1) o desconhecimento advindo da integralidade e função das cotas; (2) a própria autopercepção; (3) as dificuldades postas pela categoria parda na sociedade brasileira; e (4) o oportunismo e/ou o mau-caratismo quando brancos ou pardos-brancos buscam obter vantagem sobre políticas públicas pela usurpação de direito de pretos/negros e pardos-negros.

O negro (preto e pardo) da política de cotas é aquele que tem o racismo em suas diferentes manifestações como entrave, aquele, cuja cor e características físicas o colocam à margem da sociedade e como alvo da violência de toda sorte; aquele cujos direitos são aviltados e cuja voz é silenciada; aquele que é reconhecido como mão de obra,

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

mas cujas capacidades intelectuais não são valorizadas; e aquele que tem o acesso a melhorias na condição de vida dificultados pelo preconceito racial velado ou explícito.

Partindo desse pensamento geral e especificando, somos os negros, cujo protagonismo histórico tem sido esquecido, mas que não mais pretendem ficar de braços cruzados enquanto sua dignidade sucumbe diante do preconceito e da discriminação. Para além de toda escala cromática da sociedade brasileira, precisamos focalizar no que nos torna iguais, nossos traços de humanidade, que apontam para o inevitável, mas que é negado pelo desconhecimento, pela exclusão, pela competição, pelo medo e pela ignorância, pois todos somos humanos que requerem o respeito que nos assegure a dignidade humana. Todavia, a política de cotas é uma forma de assegurar esse direito e promover o bem-estar de grande parcela da sociedade historicamente excluída e alvo tanto do preconceito quanto da discriminação doentamente perpetuada e vivenciada no cotidiano, o que demonstra que estamos longe de nos ver para além das diferenças e promover a justiça social.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, S. *O que é racismo estrutural?* São Paulo: Letramento, 2018.
- BAUMAN, Z. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- BRASIL. *Lei nº 12.711, de 29 de agosto de 2012*. Dispõe sobre o ingresso nas universidades federais e nas instituições federais de ensino técnico de nível médio e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 30 ago. 2012. Seção 1, p. 1-2.
- CARMO, C. M. O corpo como suporte e a dança-ritual de Oxóssi como gênero discursivo multimodal: das categorias da Gramática do Design Visual à Antropologia do Movimento. In: SOUZA, E. M.; ASSUNÇÃO, A. L.; BOËCHAT, M. G. (Org.). *Corpo, Arte, Tecnologia*. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2015. p. 143-166.

SUMÁRIO

CARMO, C. M. Grupos minoritários, grupos vulneráveis e o problema da (in) tolerância: uma relação linguístico-discursiva e ideológica entre o desrespeito e a manifestação do ódio no contexto brasileiro. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, n. 64, p. 201-223, ago. 2016.

CARMO, C. M. Sobre (multi)letramento: para uma leitura crítica de mundo contra o ódio e a discriminação. In: SOUSA, R. E. (Org.). *Linguagem como instrumento para (re)(d)(escre)(ver) o mundo: gêneros textuais/discursivos e processos semióticos multimodais*. Rio de Janeiro: Mares Editores, 2017. p. 278-304.

DIAS, G. R.; FABER JUNIOR, T. (Org.). *Heteroidentificação e cotas raciais: dúvidas, metodologias e procedimentos*. Canoas: IFRS Campus Canoas, 2018.

DIONÍSIO, A. P.; VASCONCELOS, L. J. Multimodalidade, gênero textual e leitura. In: BUNZEN, C.; MENDONÇA, M. (Org.). *Múltiplas linguagens para o ensino médio*. São Paulo: Parábola, 2013. p. 19-42.

DONDIS, D. A. *A sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DUSSEL, E. D. *Filosofia da libertação na América Latina*. Piracicaba, SP: Unimep, 1977.

DUSSEL, E. D. *Filosofia da libertação: crítica à ideologia da exclusão*. São Paulo: Paulus, 2005.

FAIRCLOUGH, N. *Language and power*. London and New York: Longman, 1989.

FAIRCLOUGH, N. *Discurso e mudança social*. Brasília: UnB, 2001a.

FAIRCLOUGH, N. Critical discourse analysis as a method in social scientific research. In: WODAK, R.; MEYER, M. *Methods of critical discourse analysis*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage Publications, 2001b. p. 121-138.

FAIRCLOUGH, N. *Critical discourse analysis: the critical study of language*. 2nd Ed. Longman: Pearson Education, 2010.

FERREIRA, A. J. Teoria racial crítica e letramento racial crítico: narrativas e contranarrativas de identidade racial de professores de línguas. *Revista da Associação Brasileira de Pesquisadores(as) Negros(as) – ABPN*, v. 6, p. 236-263, 2014.

FERREIRA, A. J. Narrativas Autobiográficas de Professoras/es de Línguas na Universidade: Letramento Racial Crítico e Teoria Racial Crítica. In: FERREIRA, A. J. (Org.). *Narrativas Autobiográficas de Identidades Sociais de Raça, Gênero, Sexualidade e Classe em Estudos da Linguagem*. Campinas: Pontes Editores, 2015. p. 127-160.

SUMÁRIO

FIGUEIREDO, A. *Novas elites de cor: estudo sobre os profissionais liberais negros de Salvador*. São Paulo: Annablume; Sociedade Brasileira de Instrução; Centro de Estudos Afro-asiáticos, 2002.

FINE, G. A. et al. Social Order through a Prism: Color as Collective Representation. *Sociological Inquiry*, v. 68, n. 4, p. 443-457, 1998.

FRANCISCO, M. S. Discursos sobre colorismo: educação étnico-racial na contemporaneidade. *Ensaios Filosóficos*, v. 18, dez. 2018. Disponível em: <[http://www.ensaiosfilosoficos.com.br/Artigos/Artigo18/07\\_FRANCISCO\\_Ensaios\\_Filosoficos\\_volume\\_XVIII.pdf](http://www.ensaiosfilosoficos.com.br/Artigos/Artigo18/07_FRANCISCO_Ensaios_Filosoficos_volume_XVIII.pdf)>. Acesso em: 20 out. 2019.

GUIMARÃES, A. S. A; HUNTLEY, L. *Tirando a máscara: ensaios sobre o racismo no Brasil*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HAMILTON, M. E. *Sustainable literacies and the Ecology of Lifelong Learning*. Paper for supporting Lifelong Learning Global Colloquium. University of East London, 2002. s/p. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/247685882\\_Sustainable\\_Literacies\\_and\\_the\\_Ecology\\_of\\_Lifelong\\_Learning](https://www.researchgate.net/publication/247685882_Sustainable_Literacies_and_the_Ecology_of_Lifelong_Learning)>. Acesso em: 26 set. 2017.

HASENBALG, C. *Discriminação e desigualdades raciais no Brasil*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

HODGE, R.; KRESS, G. *Social semiotics*. [s.l.]: Polity Press, 1988.

HOFBAUER, A. Raça, cultura e identidade e o “racismo à brasileira”. In: BARBOSA, L. M. A. et al. (Org.). *De preto a afro-descendente: trajetos de pesquisa sobre o negro, cultura negra e relações étnico-raciais no Brasil*. São Carlos: EdUFSCar, 2003. p. 51-68.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Hodder Arnold, 2001.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. Colour as a semiotic mode: notes for a grammar of colour. *Visual Communication*, v. 1, n. 3, p. 343-369. 2002.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading images: the grammar of visual design*. London and New York: Routledge, 2006.

MIGNOLO, W. *The darker side of western modernity: global futures, decolonial options*. Durham, NC: Duke University Press, 2011.

SUMÁRIO

MOITA LOPES, L. P. Lingüística aplicada e vida contemporânea: problematização dos construtos que têm orientado a pesquisa. In: MOITA LOPES, L. P. (Org.). *Por uma Lingüística Aplicada Indisciplinar*. São Paulo: Parábola, 2006. p. 85-107.

MOURA, C. *Sociologia do negro brasileiro*. São Paulo: Ática, 1988.

MUNANGA, K. *Cem anos de bibliografia sobre o negro no Brasil*. Brasília: Fundação Cultural Palmares, 2000a. v. 1.

MUNANGA, K. *Cem anos de bibliografia sobre o negro no Brasil*. Brasília: Fundação Cultural Palmares, 2000b. v. 2.

MUNANGA, K. *Rediscutindo a mestiçagem no Brasil*. Identidade Nacional versus Identidade Negra. Petrópolis: Vozes, 2004.

NEW LONDON GROUP. A pedagogy of multiliteracies: designing social futures. *Harvard Educational Review*, v. 66, n. 1, p. 60-91, 1996.

NUNES, G. H. L. Autodeclarações e comissões: responsabilidade procedimental dos/as gestores/as de ações afirmativas. In: DIAS, G. R.; FABER JUNIOR, T. (Org.). *Heteroidentificação e cotas raciais*: dúvidas, metodologias e procedimentos. Canoas: IFRS Campus Canoas, 2018. p. 11-30.

PEREIRA, E. A.; GOMES, N. P. M. *Ardis da imagem*: exclusão étnica e violência nos discursos da cultura brasileira. Belo Horizonte: Maza Edições; PUC-Minas, 2001.

PRANDI, R. De africano a afro-brasileiro: etnia, identidade, religião. *Revista USP*, São Paulo, n. 46, p. 52-65, jun./ago. 2000.

ROCHA, R. M. C. *Educação das relações étnico-raciais*: pensando referenciais para a organização da prática pedagógica. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2007.

ROCHA, R. M. C. *Almanaque pedagógico afro-brasileiro*: uma proposta de intervenção pedagógica na superação do racismo no cotidiano escolar. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2012.

ROJO, R. Pedagogia dos multiletramentos: diversidade cultural e de linguagens na escola. In: ROJO, R.; MOURA, E. (Org.). *Multiletramentos na escola*. São Paulo: Parábola, 2012. p. 11-31.

SCHÜTZ, A. O cenário cognitivo do mundo da vida. In: WAGNER, H. R. (Org.). *Fenomenologia e relações sociais*: textos escolhidos de Alfred Schütz. Rio de Janeiro: Zahar, 1979. p. 77-120.

SUMÁRIO

SCHWARCZ, L. M. *O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil – 1870-1930*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

SKERRETT, A. English teachers' racial literacy knowledge and practice. *Race, Ethnicity, and Education*, v. 14. n. 1, p. 313-330. 2011. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13613324.2010.543391>>. Acesso em: 4 jan. 2021.

SOARES, M. *Letramento: um tema em três gêneros*. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

SODRÉ, M. *Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2000.

STREET, B.; BAGNO, M. Perspectivas interculturais sobre o letramento. *Revista Filologia e Linguística Portuguesa*, São Paulo, n. 8, p. 465-488, 2006.

TYLOR, E. A ciência da cultura. In: CASTRO, C. (Org.). *Evolucionismo cultural: textos de Morgan, Tylor e Fraser*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2009. p. 67-99.

VAN DIJK, T. A Discurso das elites e racismo institucional. In: LARA, G. P.; LIMBERTI, R. P. (Org.). *Discurso e (des)igualdade social*. São Paulo: Contexto, 2015. p. 31-48.

VAN LEEUWEN, T. *Introducing social semiotics*. London and New York: Routledge, 2005.

VAN LEEUWEN, T. *The language of colour*. New York: Routledge, 2011.

VAZ, L. M. S. S. As comissões de verificação e o direito à (dever de) proteção contra a falsidade de autodeclarações raciais. In: DIAS, G. R.; FABER JUNIOR, T. (Org.). *Heteroidentificação e cotas raciais: dúvidas, metodologias e procedimentos*. Canoas: IFRS Campus Canoas, 2018. p. 32-78.

WALKER, A. If the Present Looks Like the Past, What Does the Future Look Like? In: WALKER, A. *In Search of Our Mothers' Gardens: womanist prose*. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1983. p. 290-312.

# 8

Lizainny Aparecida Alves Queiróz

## AS IMAGENS PUBLICITÁRIAS EM MOVIMENTO SOB O VIÉS DA ANÁLISE DO DISCURSO MULTIMODAL

*ADVERTISING IMAGES IN MOTION  
UNDER MULTIMODAL DISCOURSE ANALYSIS*

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.363.206-242

## SUMÁRIO

### RESUMO:

O objetivo do presente artigo é analisar, com base nas ideias de discurso multimodal, a construção de um texto publicitário televisivo com imagens em movimento. A Multimodalidade é a integração de dois ou mais sistemas semióticos na construção dos sentidos dos textos. Atualmente, com o avanço da tecnologia, os textos utilizam cada vez mais destes artifícios articulados entre si para conferir significações em contextos específicos. A publicidade audiovisual, naturalmente multimodal, enquanto uma prática social persuasiva, emprega estes efeitos verbais, não-verbais e multimodais como estratégias discursivas visando a captação do público e buscando promover uma situação de comunicação entre o anunciante e o público-alvo. Ao aplicar as metodologias de Análise do Design Visual de Kress e van Leeuwen (2006), análise estrutural da cena narrativa conforme Bezerra (2017) e a noção de discurso publicitário em uma publicidade televisiva, buscamos observar como as representações familiares são exibidas em um episódio da campanha de 2018 cujo tema *“Toda casa tem suas regras, mas elas têm um sabor especial quando estamos juntos”* do refrigerante Coca Cola. Foi também observada como ocorre a interação entre os dois lados do discurso da TV: o do anunciante e telespectador/consumidor. Os resultados da análise indicaram que a peça publicitária utiliza uma mescla de recursos multimodais para construir sentidos que levam os telespectadores a consumir as ideologias e os comportamentos veiculados pelo comercial, tal como, a ideia de que a felicidade familiar pode ser encontrada por meio das refeições com pratos regionais e também como que a interação entre anunciante e telespectador fortalece a rede como um todo. Nesse contexto, a imagem e o texto destacam os recursos próprios de cada linguagem, derivando em significados que se complementam.

**PALAVRAS-CHAVE:** Multimodalidade. Publicidade Televisiva. Imagens em movimento. Gramática do Design Visual.



## SUMÁRIO

### ABSTRACT:

*The aim of this article is to analyze, based on the ideas of multimodal discourse, the construction of a television advertising text with moving images. Multimodality is the integration of two or more semiotic systems in the construction of the meanings of texts. Today, with the advancement of technology, texts increasingly use articulated devices to confer meanings in specific contexts. Audiovisual advertising, naturally multimodal, as a persuasive social practice, uses verbal, non-verbal and multimodal effects as discursive strategies aimed at capturing the public and seeking to promote a communication situation between the advertiser and the target audience. When applying the methodologies of Visual Design Analysis by Kress and van Leeuwen (2006), structural analysis of the narrative scene according to Bezerra (2017) and the notion of advertising discourse in television advertising, we seek to observe how family representations are displayed in an episode of 2018 campaign whose theme "Every house has its rules, but they have a special flavor when we are together" of Coca Cola soft drink. It was also observed how the interaction between the two sides of the TV discourse occurs: that of the advertiser and viewer / consumer. The results of the analysis indicated that the advertisement uses a mix of multimodal resources to make meanings that lead viewers to consume the ideologies and behaviors conveyed by the commercial, such as the idea that family happiness can be found through of meals with regional dishes and also as that the interaction between advertiser and viewer strengthens the network as a whole. In this context, image and verbal text highlight each language's own resources, resulting in complementary meanings.*

**KEYWORDS:** *Multimodality. Television Advertising. Images in movement. Grammar of Visual Design.*

## INTRODUÇÃO

Partindo de uma aproximação entre os universos da imagem, publicidade e do discurso multimodal, este trabalho busca explorar apropriações e interfaces entre as áreas de conhecimento, visando encontrar um tipo de aplicabilidade no qual esses fazeres se fundem, sob a análise das imagens dinâmicas ou imagens em movimento (IM).

A publicidade, enquanto uma prática social persuasiva, emprega o efeito de verdade e estratégias discursivas visando a captação do público. Ainda que não veicule uma verdade absoluta sobre o produto/serviço, é plausível que a campanha transmitida produza a sensação de que os benefícios e os resultados mostrados correspondam a certa verossimilhança. Para tanto, a publicidade busca oferecer credibilidade às peças publicitárias exibidas em qualquer tipo de suporte, colocando em prática técnicas que se utilizam de textos verbais e não-verbais, de modo a promover uma situação de comunicação entre o anunciante e o público-alvo.

O objetivo deste trabalho será aplicar as metodologias de análise do discurso multimodal da Gramática do Design Visual proposta por Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) e de análise estrutural da cena narrativa, de acordo com Bezerra (2017) em uma publicidade televisiva de modo a verificar como ocorre a interação entre os dois lados do discurso da TV: anunciante e telespectador/consumidor. Para tal, discutiremos a noção de discurso publicitário utilizado por esse tipo de mídia tanto para a difusão de informações e promoção de produtos, como pela propagação de ações de interesse público. Os resultados alcançados indicaram que a interação entre ambos fortalece a rede como um todo, e que nesse contexto, a imagem e o texto destacam os recursos próprios de cada linguagem, derivando em significados que se complementam.

## SUMÁRIO

## A LINGUAGEM PUBLICITÁRIA

A linguagem da publicidade é composta por estéticas, técnicas, signos e precisa apropriar-se de elementos, como por exemplo, as formas do fazer artístico, de modo a criar uma conexão entre o conteúdo discursivo do anunciante com o público-alvo, captando o interesse do mesmo, por questões subjetivas e culturais.

Muito se questiona o papel da publicidade como uma comunicação que se caracteriza, ora pela imagem que se impõe à palavra, ora pela palavra que se fortalece com a imagem.

Apesar as diversas divergências teóricas, há um acordo implícito sobre a importância que a publicidade assume no mundo atual, ao adentrar, sem pedir licença, na vida de algumas pessoas (TRINDADE, 2005).

De acordo com Kress e van Leeuwen, (2006), a publicidade, enquanto prática social persuasiva, é um texto multimodal. Formado por palavras e imagens, de gestos, falas, cores, sensações, movimentos, ações, e posturas, uma vez que acolhe diferentes códigos semióticos. Como está conectada num sistema de artifícios, a publicidade é também um objeto que pode agregar valores culturais, ideológicos, além do óbvio: produzir o consumo.

## O DISCURSO PUBLICITÁRIO

O discurso publicitário combina diferentes elementos verbais e não verbais em uma linguagem híbrida que combina diversos signos que se relacionam com as demais categorias de discursos existentes. Durante a veiculação das mensagens, estimula sub-

### SUMÁRIO

## SUMÁRIO

repticiamente a venda do produto para determinado público. Ao agir assim, influencia na construção da subjetividade do público-alvo provocando a identificação deste com o signo apresentado. Portanto, é possível conjecturar que enquanto um discurso social, a publicidade atua sobre o lado psíquico dos indivíduos visando à captação de consumidores (TRINDADE, 2005).

É fato que para conseguir tal intento, a publicidade descaracteriza a noção original de uso do produto, estimulando o telespectador/consumidor por meio de associações imaginárias que se colocam entre o produto e o que este representa, a sua posse. Essa ideia se relaciona ao valor de troca simbólica agregada, expressando a individualidade. Este feito evidencia o deslocamento do produto para um espaço imaginário, desgastando o objeto concreto com a intencionalidade de criar vínculos de sentido a partir da subjetividade, visando com isso, estabelecer cumplicidade e identificação (TRINDADE, 2005).

Para atingir seus objetivos, a publicidade emprega signos que não estão totalmente pré-definidos antes de compor um enunciado. Ela aproveita como atributos os conhecimentos moldados pelas imposições ideológicas e culturais da sociedade e de sua época.

Neste contexto, a Semiótica Social e a multimodalidade contribuem de maneira eficaz para um melhor entendimento da publicidade. A multimodalidade consiste em combinar diferentes códigos semióticos (KRESS e VAN LEEUWEN, 2006) e, por que não dizer, polifônicos fundamentados na sinestesia e na visualização dos conceitos de singularidade e exclusividade. Nesse caso, o uso da Gramática do Design Visual (GDV) provoca um salto qualitativo em termos da valorização dos elementos e textos visuais contidos nas publicidades, cujos significados são descritos no texto de Kress e van Leeuwen (2006).

Nas publicidades, as imagens estão sempre atravessadas por conceitos que se justapõem ao produto anunciado e/ou à marca, de

## SUMÁRIO

tal modo, que remete a várias interpretações; e estas, abertamente se relacionam com a evocação de informações e experiências já vividas ou sonhadas pelo público consumidor (CARVALHO, 1996).

Essas estereotípias são empregadas para produzir certa intimidade com o consumidor, de maneira que estes vivenciem a experimentação de uma verossimilhança, um “real” não verdadeiro. No caso da materialidade imagética, todos os sentidos possíveis de uma imagem estão contidos na própria materialização da mesma, o que significa que pode haver mais de uma interpretação para um objeto simbólico (CAVALCANTE, 2012).

Para Kress e van Leeuwen (2006), as escolhas que compõem o texto do produto anunciado facilitam a interação com o telespectador/ consumidor. Contudo, a análise demonstra que cada mínimo aspecto considerado irrelevante contribui intencionalmente para a construção dos sentidos no texto multimodal, favorecendo a compreensão da produção de mensagens no discurso publicitário.

## A GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL

A Gramática do Design Visual (GDV) propõe um padrão para a leitura de imagens. Para os autores, tanto as estruturas linguísticas, como as estruturas visuais explicitam determinadas interpretações de experiência e interatividade social (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006).

A GDV considera os significados construídos socio-histórico e culturalmente, e aponta as “diferentes interpretações da experiência e diferentes formas de interpretação social” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 2). Nessa perspectiva, o sistema visual e o linguístico se diferenciam em certas particularidades. Assim, cada modo semiótico – verbal ou visual – atinge seus significados, de acordo com suas

## SUMÁRIO

particularidades podendo acontecer: (a) concomitantemente em ambos os modos – verbal e visual, entretanto, mesmo quando são ditas tanto visual quanto verbalmente, a maneira como são ditas é diferente” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p.2); (b) por vezes, pode ser mais manifestada em um modo do que no outro; (c) ou, ainda, só pode mesmo ser realizada em um e não no outro modo, a depender, sobretudo, da cultura que o molda (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 19). Os pesquisadores sugerem que da mesma maneira que as “pessoas aprendem a ler e a escrever, elas deveriam aprender sobre as estruturas visuais” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p.15).

A GDV busca desmitificar a neutralidade das imagens sem significações ideológicas ao sugerir investigá-las por meio do ponto de vista crítico-social. De modo geral, a GVD analisa as imagens em suas representações e nos vários modos semióticos utilizados, suas relações interativas, como os elementos se posicionam em um todo e na maneira que estão enfatizados dentro da composição imagética. As análises acontecem por meio de três metafunções: a representacional, a interacional e a composicional. Sinteticamente, podemos defini-las e caracterizá-las como se segue:

A metafunção representacional se estrutura mediante os processos narrativos e conceituais. Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) ao apresentar as estruturas narrativas e as estruturas conceituais explicam, como diferenciação básica entre ambas, que nas primeiras existe uma ação ocorrendo, por isso, estas se subdividem em acionais e reacionais. Já nas estruturas conceituais, os participantes representados teriam um comportamento estático e não existem os vetores que predominam nas estruturas narrativas.

As estruturas narrativas apresentam, de forma visual, a natureza de acontecimentos, as circunstâncias, o cenário, o meio, os objetos e participantes representados e envolvidos. Portanto, elas refletem a construção das relações ao representar aquilo que está acontecendo

## SUMÁRIO

na imagem ou no texto multimodal. Existem seis tipos de processos: os de ação, os de reação, os mentais e os verbais, de conversão e o simbolismo geométrico. Segundo Kress e van Leeuwen ([1996] 2006, p. 46), “o que na língua é realizado por palavras da categoria ‘verbos de ação’, é visualmente realizado por elementos que podem ser formalmente definidos como vetores” como a linha do olhar, braços, orientação corporal ou ainda instrumentos sugerindo movimento e/ou direção. Em uma imagem, os vetores, são linhas que podem estar representadas de forma explícita ou implícita, (neste caso, o vetor vai se revelar por meio de diferentes pistas que ocasionam no movimento na imagem) (BIASI-RODRIGUES; NOBRE, 2010).

No processo acional, existem os seguintes tipos de relações: a transacional, que se estabelece com no mínimo, dois participantes e há um vetor que os atrela; essa ação pode ainda ser unidirecional ou bidirecional (quando os dois participantes realizam ações) e a não transacional, que envolve apenas um participante e um vetor. Nesse processo, os participantes representados podem ser classificados como ator (o executor da ação) e meta (que se coloca como objeto da ação). Já nos processos de reação coexistem um reator (aquele que observa) e um fenômeno (o objeto alvo da atenção e da observação). Assim como nos processos de ação, os de reação também podem ser transacionais ou não-transacionais ou bidirecionais.

Nos processos mentais, são usados balões de pensamento interligado a um participante humano ou personificado. Nesse caso, observa-se o experienciador e o fenômeno. Quando são representados os processos verbais, existe um vetor formado por um balão de diálogo que conecta os dois participantes, o dizente (aquele que diz algo) e o enunciado (o que é dito). Comumente, estes dois processos mentais e verbais são encontrados nas charges ou em tirinhas.

Os processos de conversão caracterizam-se por se conformarem como ciclos ou cadeias, em que uma ação direcionada a um par-

SUMÁRIO

ticipate o faz gerador de outra(s) ação (-ões) direcionadas ao próximo participante. Já no simbolismo geométrico, tem-se a representação de uma ação sem participantes necessariamente, em que o vetor pode ser observado como que saindo da forma (de espiral, por exemplo, ou de uma forma direcionada para baixo como que caindo).

Nos processos conceituais os elementos representados, não possuem narrativas e se subdividem em classificacionais e analíticos. Dessa forma, uma representação que não contém uma ação ou reação, é um conceito que possibilita ser classificado (relações taxonômicas) e analíticos (relações de posse). Nas estruturas conceituais os processos classificatórios ressaltam as características dos elementos como parte integrante de um grupo onde existe subordinação e hierarquia. Os processos analíticos podem ser desestruturados e estruturados. Em comum, eles representam componentes da imagem que são estruturalmente relacionados em função dos atributos possessivos pertinentes à parte/todo. Os processos simbólicos apresentam elementos na imagem com um valor extra, que, em geral não são ou não eram inerentes à imagem. Na figura 01, demonstramos as principais alternativas de representação.

Figura 01 – Processos narrativos de ação da GDV.

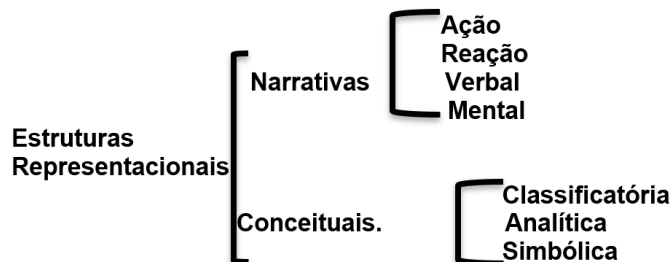
Relação entre participantes representados	Denominação
Ator – vetor – meta	Ação unidirecional transacional
Ator – vetor	Ação unidirecional não transacional
Interator – vetor – interator	Ação bidirecional transacional
Vetor – meta	Evento
Ator – vetor – revezamento – vetor – meta	Conversão

FONTE: Biasi-Rodrigues; Nobre (2010, p.97).



Para melhor compreensão de como funciona a metafunção representacional, apresentamos um esquema na figura 02:

Figura 02: Principais tipos de estruturas representacionais visuais



Fonte: Kress; van Leeuwen (2006, p. 59).

A metafunção interpessoal retrata as relações interacionais entre a imagem e o observador, sejam eles participantes interativos (PI) ou representados (PR), pois “recursos visuais constroem a natureza das relações de quem vê e o que é visto” (FERNANDES; ALMEIDA, 2008, p. 12). Os elementos visuais situam a relação entre esses participantes no que concerne ao contato, distância social, atitude, poder e modalidade.

No contato analisa-se o olhar sob a ótica dos atos de fala de Halliday (1994), que estão divididas em oferta e demanda, ou seja, o significado da troca entre o produtor e observador da imagem, ocorre numa dualidade do contexto informativo. Na demanda, PR busca a atenção de PI por meio do olhar. Já na oferta, não existe essa relação, PR é mostrado ao PI como um elemento para ser contemplado.

Segundo a GDV, a distância social se mede pela proximidade entre o objeto representado em relação ao ponto de vista do observador. Essa pode ser íntima, pessoal ou social. A atitude revela o papel dos participantes de acordo com o ângulo escolhido. Para Kress e van Leeuwen ([1996] 2006), os dois padrões mais usados na

SUMÁRIO

cultura ocidental são as imagens subjetivas que têm uma perspectiva centralizada com um ponto de vista embutido e as imagens objetivas que têm ausência desse ponto de vista centralizado. Para os autores, o ângulo pelo qual o participante é mostrado é que vai permitir a leitura da atitude subjetiva. Este ângulo pode ser frontal, oblíquo ou vertical. O ângulo frontal, mostra o ponto de vista do fotógrafo sobre a cena. No ângulo oblíquo, o participante é exibido de perfil ou tendo o olhar desviado da direção do observador, gerando um certo grau de distanciamento e impessoalidade à cena. As imagens sugerem o pertencimento dos elementos internos à composição visual. O ângulo vertical indica as relações de poder entre quem participa da cena fotográfica e quem a observa. Ele se subdivide em três tipos: ângulo alto (*plongèe*): nele o observador é apresentado numa relação de superioridade em relação ao personagem, ângulo no nível do olhar que representa equanimidade de poder entre observador e personagem e ângulo baixo (*contre- plongèe*), que promove ao participante retratado maior poder sobre o observador.

A modalidade alude ao valor de verdade das mensagens, traduzindo-se em marcadores que expressam o grau de credibilidade de uma dada informação. Atribui à mensagem, qualquer que seja sua forma, uma gradação valorativa crescente ou decrescente, ao se aproximar ou se distanciar daquilo socialmente construído, de acordo com os valores e crenças de um grupo social, como também dos demais grupos que afere o grau de credibilidade de algo expresso ou representado, pois, a “realidade está no olho de quem a vê” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 158).

De acordo com a GDV, os enquadramentos das imagens ou *framing*, muito se associam à categoria da metafunção interpessoal. É um dos recursos que fazem a significação, visto que relaciona a imagem e o observador com a distância social. Kress e Van Leeuwen ([1996] 2006), resumem as três categorias de enquadramento que

SUMÁRIO

formata a imagem e também são utilizados em filmagens: plano fechado (*close shot*) abrange a cabeça e os ombros do partícipe representado; plano médio (*medium shot*) a imagem vai até os joelhos; e o plano aberto (*long shot*), que faz uma representação de corpo inteiro. O enquadramento mais próximo, em plano fechado, exhibe os participantes de forma íntima, e admite a visualização de emoções, à medida que vai ampliando, torna-se mais distante, mais estranho (ALMEIDA e FERNANDES, 2008, p. 11).

A diferença entre o texto imagético estático e a imagem fílmica está no fato da segunda apresentar um caráter mais dinâmico que o enquadramento estático, sobretudo em relação à mudança de planos e a velocidade em que as IM são veiculadas, o que causa movimentação entre as cenas. Na figura 3 pode-se visualizar às categorias do significado interacional e suas subcategorias.

Figura 03: categorias e subcategorias do significado interacional:

Contato	Olhar direcionado ao observador	Demanda		
	Olhar desviado do observador	Oferta		
Distância Social	Plano fechado	Intimidade		
	Plano médio	Sociabilidade		
	Plano aberto	Impessoalidade		
Significados Interativos	Atitude	Subjetividade	Ângulo Frontal	Envolvimento
			Ângulo Oblíquo	Distanciamento
Poder			Ângulo elevado Plongèe	superioridade em relação ao personagem
		Objetividade	Ângulo no nível do olhar	Igualdade de poder
			Ângulo baixo contre- plongèe	inferioridade em relação ao personagem.

Fonte: Kress; van Leeuwen (2006, p. 149).

## SUMÁRIO

A metafunção composicional observa a composição do texto imagético e como este se constitui para algumas finalidades significativas. Com ela, os autores da GDV analisam o *layout* das imagens quanto à estrutura e ao formato do texto, recursos produtores de sentidos, isto é, podemos captar significados por meio do valor da informação, da saliência e da utilização ou não de molduras de alguns elementos do texto sejam verbais ou imagéticos.

De acordo com Kress, van Leeuwen (2006), o valor da informação baseia-se na posição dos elementos que compõem a imagem, podendo esta ser centralizada, horizontal ou vertical. Corresponde à disposição dos elementos na composição, em termos de lados esquerdo e direito. Aquilo que fica do lado esquerdo da página, são as informações já conhecidas ou pressupostas. Por isso denomina-se elemento 'Dado'. Considera-se que o lado direito aquele traz a novidade, por isso é nele que se apresenta o elemento 'Novo'.

A disposição dos elementos a partir da perspectiva de Centro e Margem refere-se tanto ao predomínio e destaque de algumas informações quanto à omissão de outras. Quando se posiciona o elemento na parte central da página, denomina-se elemento 'Central', agora se este estiver às margens, o elemento será denominado de 'Marginal'. Assim, um componente no centro e os demais em torno, significa que o primeiro representa a informação nuclear e que os demais serão, periféricos, e se subordinam a este ao elemento central e são denominados de subservientes (KRESS e VAN LEEUWEN, 2006).

No tocante aos eixos da página, há também uma distinção entre informação Ideal – na parte superior ou topo da imagem que traz a promessa do que pode vir a ser. São informações mais generalizáveis, por isso mesmo intitulam-se de 'Ideal'. A informação Real, que se encontra na parte inferior da imagem, traz a informação correta, o produto realmente é. Por isso a informação será mais específica e

denominada de 'Real' (KREES; van LEEUWEN, 2006). Para melhor explicação segue a figura 04:

Figura 04: Ideal e Real, Dado e Novo



FONTE: Kress e Van Leeuwen (2006).

A saliência estabelece um grau de hierarquia entre um ou mais elementos que se destacam pelas cores, podendo ser mais ou menos intensas; as fontes das letras, as espessuras, ao tipo de imagem, perspectiva ou tamanho dos itens, que grosso modo, podem ser comparados com o todo. A saliência determina o participante representado mais importante. Este conhecimento demonstra, além dos significados culturais, a influência que estes elementos exercem sobre o indivíduo. (KRESS e VAN LEEUWEN, 2006).

A moldura diz respeito à presença ou à ausência de uma linha divisória entre os componentes da imagem. Vincula-se aos recursos estruturais de organização, que podem estar de forma conectada ou desconectada. Quanto mais próximos estiverem os elementos em uma imagem, mais forte é o sentido de conexão entre eles e quanto mais afastados os elementos, mais frouxa é a relação. Quanto à conexão e à desconexão, estes dois movimentos podem ser observados entre os elementos da composição, através de linhas, espaços em branco, elementos descontínuos, linhas demarcatórias de espaço descontinuidade ou similaridade de cores, etc. Segundo Heberle

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

(2010), isto ocorre quando existe: (1) integração pictórica: a imagem se integra no espaço textual; e (2) integração textual: o texto se integra no espaço pictórico justapondo-se à imagem.

Quando a imagem veiculada propõe se auto identificar tanto com a vida real e como aquilo que a marca e/ou produto oferece, ela acaba por provocar uma submissão aos padrões estereotipados, socialmente pré-estabelecidos e aceitos. O fato dessas imagens mediar a representação espetacularizada de determinados aspectos marcantes do imaginário social reforçam padronização de um estilo de vida e de uma estética (CAVALCANTE, 2012).

Para melhor entendimento, podemos resumir a estrutura básica da GDV como:

Figura 05: Estrutura básica da gramática do design visual

<p><b>Metafunção Representacional:</b></p> <p>Representação das experiências de mundo por meio da linguagem.</p> <p>Caracteriza os participantes em ação concreta ou abstrata, podendo representar ações ou conceitos.</p>	<p><b>Estrutura narrativa</b> (Ação transacional, Ação não transacional, Reação transacional, Reação não-transacional, Processo mental, Processo verbal);</p> <p><b>Estrutura conceitual</b> (Processo classificacional, Processo analítico, Processo simbólico);</p>
<p><b>Metafunção Interacional:</b> foca nas relações socio-interacionais situadas entre imagem e observador. Uso de estratégias de aproximação/afastamento para com o observador</p>	<p><b>Contato</b> (Pedido – Interpelação ou Oferta)</p> <p><b>Distância Social</b> (social, pessoal, íntimo)</p> <p><b>Atitude e poder</b> (objetividade ou subjetividade)</p> <p><b>Modalidade</b> (valor de verdade);</p>

<p><b>Metafunção Composicional:</b></p> <p>Modos de organização e composição do texto imagético.</p>	<p><b>Valor de Informação</b> (Ideal – Real, Dado – Novo)</p> <p><b>Saliência</b> (elementos mais salientes que definem o caminho de leitura)</p> <p><b>Moldura</b> (o modo como os elementos estão conectados na imagem).</p>
--	--

FONTE: Kress e van Leeuwen (2006)

## SUMÁRIO

### IMAGENS DINÂMICAS

As imagens dinâmicas ou fílmicas apresentam-se em um processo incessante de transformação, uma vez que “não param de se compor, decompor e recompor”, movendo de modo constante “de um equilíbrio para outro, através do desequilíbrio da dinâmica do movimento” (GARDIES, 2006, p. 32).

Alguns autores como Gardies (2006) e Custódio Filho (2011) asseguram que a GDV é uma gramática da imagem estática. Por sua natureza dinâmica, a imagem de vídeos não poderia ser analisada na mesma composição de imagens estáticas. Entretanto, ao discordar, nos aproximamos de Kress e van Leeuwen, e creditamos a estrutura teórica da GDV importante para este tipo procedimento, embora reconheçamos que, por si só, são insuficientes, para analisar as imagens dinâmicas, como é o caso do nosso *corpus*: publicidade televisiva.

Na análise de textos com multimodalidade complexa, a questão que se levanta é se tais produtos com vários códigos semióticos precisariam ser analisados de maneira integrada ou fragmentada; “se os sentidos do todo deveriam ser tratados como a soma dos sentidos das partes; ou se as partes deveriam ser observadas interagindo entre

si e produzindo efeitos umas sobre as outras” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 212). Partimos do pressuposto de que todos esses traços visuais são fatores intervenientes de análise do texto e do discurso; o grande desafio é a delimitação de parâmetros de análise.

## METODOLOGIA DE ANÁLISE

Para Kress e van Leeuwen (2006), na perspectiva multimodal, os significados comunicativos são construídos, partilhados no uso da imagem, da escrita, do som, a fala, do gesto, etc. Nessa concepção, cada componente de uma imagem possui um significado em si, mas juntos constituem outro significado que se aspira transmitir. Por isso é essencial compreender também os elementos não-verbais presentes e que trazem para o contexto diferentes significações ocultas.

Diante do exposto, a GDV de Kress e van Leeuwen (2006) será útil na análise do *corpus*, uma publicidade veiculada na televisão sobre o tema 'famílias'. Para isso, propomos aplicar as três metafunções: representacionais, interacionais e composicionais, uma vez que todas juntas parecem agregar uma das finalidades do gênero sobre o qual dedicamos estudar, a publicidade televisiva.

A pesquisa se desenvolveu da seguinte forma: Na primeira etapa, realizou-se a coleta do vídeo no site: <[www.youtube.com](http://www.youtube.com).> e a seleção das cenas pelos planos: fechado (*close shot*), médio (*medium shot*), e aberto (*long shot*), para melhor identificação dos dados. Posteriormente procedemos às análises.

A análise estrutural consiste na identificação e interpretação da cena narrativa de acordo com proposto por Bezerra (2017) no quadro a seguir:

## SUMÁRIO



Figura 06: Recortes das Estruturas Representacionais das cenas da publicidade

SIGNIFICADOS IDEAIS					
Potenciais significados visuais	Realizações visuais	Potenciais significados verbais	Realizações verbais	Potenciais significados Informações escrita	Realizações das informações escritas
Ação	Própria ação	Ação; Acontecimento; Comportamento.	Processos materiais e comportamentais	Mensagens escritas sob à imagem	Processos materiais
Percepção	Olhar	Sentido: percepção	Processos mentais perceptivos	Processo de leitura explícito (manifesta)	percepção
Cognição	Balões de pensamento, gestos faciais, movimento da mão, movimento da cabeça	Sentido: cognição	Processos mentais cognitivos	Processo de leitura implícito (subjacente)	Cognição
Desejo	Olhar + expressão facial + tempo prolongado	Sentido: desejo	Processos mentais desiderativos		
Emoção	Olhar + expressão facial	Sentido: Emoção	Processos mentais emotivos		
Fala	Balões de fala, gestos faciais, movimento da mão, movimento dos lábios.	Fala	Processos verbais e comportamentais		

Fonte: Bezerra (2017), adaptado a partir de Painter, Martin e Unsworth (2013).

SUMÁRIO

## O CORPUS

Trata-se de uma campanha lançada em 2018 pela agência David. Traz como tema “*Toda casa tem suas regras, mas elas têm um sabor especial quando estamos juntos*”. Para o site [www.cocacolabrazil.com.br](http://www.cocacolabrazil.com.br), a proposta foi fazer uma campanha em parceria com o canal de receitas Tastemade. Foram produzidos seis episódios buscando corroborar com os valores positivos derivados das normas tradicionais da casa. Cada episódio apresenta uma família de diferente estado do Brasil para que “mostre suas regras particulares e os segredos de uma tradicional refeição típica da região”.

Para este trabalho, analisaremos a primeira história. O vídeo se inicia em um anoitecer e uma janela no alto, do lado esquerdo da tela, com uma luz acesa dentro da casa. Em seguida, uma mulher jovem, branca, loira e magra, vestida com calça ‘social’, uma camisa clássica de mangas compridas e um paletó de tailleur pendurado no braço esquerdo vai chegando da rua pelo lado direito da tela e entra em casa. Ao adentrar aparece um cachorro do lado esquerdo da cena, que posteriormente fica no centro da imagem enquanto ela se senta em uma mesa de centro embaixo da qual está cheia de livros e/ou revistas. Isto ocorre à direita da tela e a mulher passa a brincar com este cachorro de porte grande, que parece ser de raça não definida (vira lata). No cenário existe um abajur aceso do lado esquerdo atrás deles (luz acesa vista na cena anterior pelo lado externo da casa?). Embaixo, do lado esquerdo da tela, aparece escrito: “ao entrar cumprimente”.

Na segunda cena, a câmera é colocada dentro da geladeira e mostra um garoto branco, loiro de uns sete ou oito anos que abre a porta e vê duas garrafas de Coca Cola pequenas à direita dele. No meio há um prato com um pedaço de bolo glaceado que ele puxa. À esquerda do bolo existe uma tigela com uvas. Posteriormente ele

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

aparece sentado no chão, defronte a uma criança negra, da mesma faixa etária (irmãos?). Ele segura uma lanterna e as suas costas, está a geladeira com a porta aberta. Dela sobressai a luz interna que ilumina parcialmente o ambiente. Na última grade da porta, lá embaixo, à direita de outras garrafas, existem duas pequenas do refrigerante de Coca Cola. Em seguida aparece escrito embaixo do lado esquerdo: “Nada tem dono, tudo é dividido”.

Na terceira cena, aparece o rosto de uma mulher jovem morena de cabelos castanhos bem lisos. Em seguida a câmera abre o close e aparece, do lado direito da tela acariciando a própria barriga de gestante. Em seguida surge, à esquerda da personagem, um homem branco, magro, jovem e de cabeça raspada. Ele se abaixa e alisa a barriga dela carinhosamente (companheiro dela?). Ela responde com um carinho na cabeça dele. Aparece então no canto direito da tela os seguintes dizeres: “Quando (um) fala, o outro escuta”.

Na quarta cena aparece do lado esquerdo da cena, um menino de cerca de uns 11 anos, cabelos encaracolados, que usa óculos, agasalho e relógio. Ele está sentado em uma escrivaninha fazendo exercícios com um lápis. À direita dele, sobre a mesa, há um prato com sanduíche de presunto, queijo, alface e uma garrafa pequena de Coca Cola. Daí, chega um homem, magro, claro e jovem com uma aliança na mão esquerda (pai do garoto?), e se posiciona à direita dele e da tela, com o celular aberto em um conteúdo de Geometria e cheio de figuras que mostram cálculo de área. Em seguida aparece do lado direito da tela os dizeres: “se não sabe, pergunte”.

Na quinta cena aparece no centro da tela uma mulher bem jovem, loira e magra, sentada no chão, com um caderno e uma caneta no colo e encostada no sofá. Do lado direito dela, encontra-se sentado na mesma posição, um rapaz também bem jovem, de cabelos curtos, branco e magro (estaria ensinando para ela?) que tenta abrir uma garrafa pequena de Coca Cola e não consegue. Ela

## SUMÁRIO

interrompe o estudo, pega a garrafa, abre e devolve para ele. Daí na cena ele na mesma posição só que já surge do lado esquerdo da garota, parecendo que vai beijá-la (virou namorado?). No canto direito, embaixo da tela aparece: “Se não consegue, peça ajuda”.

Na sexta cena, do lado direito da tela, aparece uma menina branca, de seus sete, oito anos, clara de cabelos lisos, vestindo uniforme e mochila nas costas. Ela está na fresta de uma porta entreaberta, como quem está entrando ou saindo. Do lado esquerdo dessa criança encontra-se agachada uma mulher adulta, magra e jovem (seria a mãe?). Esta mulher está frente a frente com a menina, passa-lhe a mão no rosto e seja-lhe as lágrimas com carinho. Do lado esquerdo da tela aparece o escrito: “Se molhar, seque”.

Na sétima cena, aparece um casal jovem, brancos e magros, vestidos de maneira formal, dançando (seria um encontro?). Ela à direita tanto da tela como dele. Em seguida enquanto eles dão um rodopio, surge do lado direito da tela os dizeres: “prometeu, cumpra”. Aí eles reaparecem do rodopio. Agora são um casal de idosos, sendo que o homem agora está à direita da tela e da mulher. Eles continuam dançando.

Na oitava e última cena aparecem algumas situações que se justapõem. São famílias distintas que se utilizam do mesmo cenário e do mesmo clima de intimidade e harmonia nas refeições. Em uma dessas cenas, há duas mulheres brancas e magras, uma mais jovem e outra mais velha. Eles estão se abraçando, parecem mãe e filha. No meio da tela surge a primeira frase: “Toda casa tem suas regras”. Em seguida abre um grande plano, a cena muda para uma refeição em família com várias gerações presentes. Depois o *close* fecha da cintura para cima (ou plano médio) de um rapazola, branco, magro de cerca de 17 anos que está em pé do lado esquerdo da tela, tomando o refrigerante Coca Cola. No meio da tela aparece a segunda frase: “Mas elas têm um sabor especial”, que continua o raciocínio da primeira

## SUMÁRIO

frase da cena. Nesse momento a cena se fecha em um plano médio e volta para outra mesa de refeições. Faz-se um close em uma criança de seus oito anos, com síndrome de Down. Ela está à direita da tela, muito feliz, sorrindo e segurando e distribuindo duas garrafas do refrigerante. Aparece do lado oposto a ele, ou seja, à esquerda da tela, também sentada à mesa, uma menina loira de uns 11 anos que está sorrindo (irmã? parente?). Do lado esquerdo dela há uma garrafa de leite e do direito um copo de vidro que o produto veicula no formato da garrafa, cheio do refrigerante Coca Cola. Em seguida, em outro espaço, aparece outros casais jovens sentados à mesa se alimentando. No meio da tela surge a terceira frase que fecha o raciocínio: “quando estamos juntos”. Depois essa frase é trocada pelo símbolo da marca dentro de um círculo vermelho e abaixo dele está escrito: “Sinta o sabor”.

A escolha desse *corpus* ocorreu por ser um vídeo de um minuto de duração, de uma marca reconhecida, que foi divulgado na televisão brasileira a partir de julho de 2018. A opção decorre do fato de ser a primeira publicidade que incorpora uma criança *Down* em um ambiente corriqueiro de um lar, sem fazer nenhuma referência à a síndrome. Também apresenta idosos, casais jovens, adolescentes e crianças, inclusive birraciais, como já é corriqueiro nas publicidades da marca.

Com a finalidade da análise, o vídeo foi assistido cinco vezes inteiro. Depois parado *frame a frame* para que se pudesse observar tudo o que continha na cena e no cenário. Em seguida voltou a assisti-lo inteiro outras três vezes para certificar-se do observado anteriormente. Dessa forma assistiu-se à passagem das imagens dinâmicas para estáticas e vice-versa, objetivando clarificar todos os componentes existentes, de modo a fundamentarmos a análise do estudo.

## ANÁLISE, RESULTADOS E INTERPRETAÇÃO

Para a análise, baseamos nas estruturas constitutivas do vídeo publicitário. Elas já foram utilizadas por Silvestre e Marques (2017). Também usamos a identificação e interpretação da cena narrativa com já foi proposto por Bezerra (2017), para as quais este autor se utiliza dos seguintes critérios: (1) Orientação; (2) Narrativa; (3) Avaliação; (4) Resolução e (5) Propaganda.

Outra estrutura sobreposta nessa publicidade concentra-se à imagem da marca: simplesmente é mostrada a garrafa, que é instantaneamente reconhecida como símbolo do produto. Por isso, pode-se considerá-la como acessório da narrativa principal. Ela é visualizada sem que mostre a legibilidade da leitura do rótulo em apenas em 15% do vídeo. Este tempo está distribuído da seguinte forma: em 14% do vídeo dentro de um contexto amplo, sem qualquer referência ao produto; em 1% do vídeo aparece o nome da marca bem no final junto da logomarca.

A partir de agora faremos a análise da narrativa multimodal (verbal e visual):

### SUMÁRIO

SUMÁRIO



SUMÁRIO





(1) Orientação (Cenário) Sala, cozinha, sala de jantar. (Locais em que as famílias se reúnem).

Figura 01: cenário



SUMÁRIO

(2) Narrativa (o fio condutor da história). Neste caso, os diferentes tipos de valores que permeiam qualquer família.

Figura 02: Narrativa dos valores da família.



SUMÁRIO

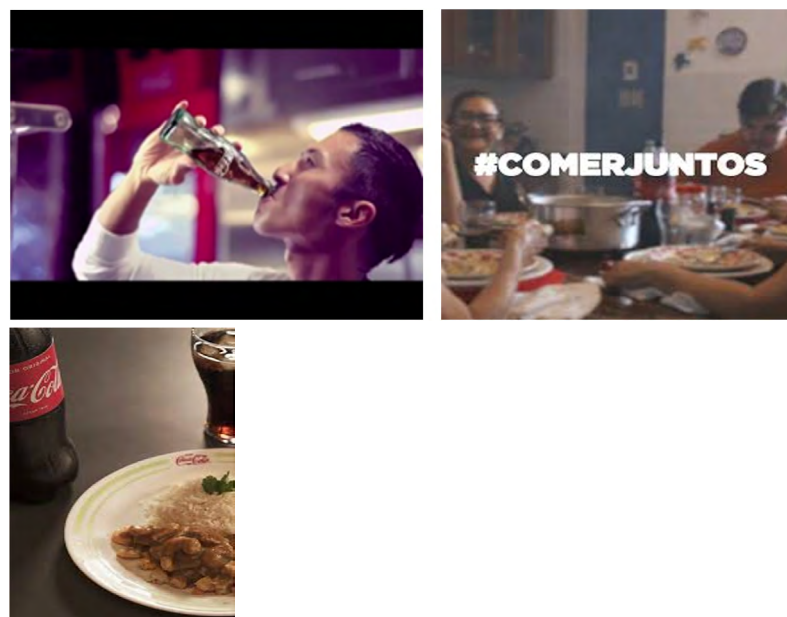
(3) Avaliação (Acontece quando o produtor responde a razão pela qual devemos achar o tema interessante).

## SUMÁRIO

Figura 03: Avaliação



Figura 04: Resolução -apresenta o final da história



(5) Propaganda (Apresenta o produto e o Logomarca).

## SUMÁRIO

Figura 05: Apresentação do produto



O vídeo, enquanto suporte para a veiculação da publicidade, alarga um olhar para diversos recortes da realidade, por meio dos planos e diferentes ritmos visuais: câmera fixa/movimento, personagens parados ou movimento, etc. (BEZERRA, 2017).

Esta publicidade apresenta situações rotineiras de várias pessoas demonstrando que os afetos podem ocorrer junto com as regras sociais. Aparecem as frases escritas no *frame* de modo que o telespectador possa associar mentalmente os conteúdos reguladores e a afetividade nos momentos em família. A publicidade possui um

## SUMÁRIO

minuto de duração e tem como tema a música “Home”, de Phillip Phillips. Parece que a intenção é evidenciar que as normas não são chatas e impositivas, e que elas podem ser vividas de um jeito mais agradável, estimulando os membros familiares a resgatar a união durante as refeições, em volta da mesa.

Evidentemente, que durante a análise da estrutura narrativa dos 60 segundos da publicidade, encontramos outras categorias e subcategorias do significado interativo que pertencem à metafunção representacional. Contudo, são mínimas. Por isso, optamos por expor apenas as de maior predominância nas oito cenas.

Em termos dos potenciais de significados todas elas possuem em comum, quando analisamos:

Sobre a metafunção representacional, apresenta-se sempre uma estrutura narrativa, demonstrando a ação transacional bidirecional (pois, a meta é o outro personagem que participa da cena); a ação é de acolhimento e solidariedade ao outro, com gestos leves e carinhosos.

Quanto ao interpessoal, traz-se o contato do olhar como oferta (porque está desviado do observador); na distância social usa-se os três planos, com preponderância do plano fechado (que pressupõe intimidade) e do plano médio (que denota sociabilidade); existe o emprego dos ângulos frontais e ao nível do olhar (o que significa uma relação de igualdade entre os participantes e o telespectador), as atitudes são bastantes subjetivas o que está plenamente coerente com a proposta da peça, pois trabalha reforçando comportamentos positivos pertinentes a responsabilidade no nível familiar como: respeito, ética, ordem, limpeza, etc.

Em termos de metafunção composicional, observamos que nas mensagens escritas, existem muitas informações nas entrelinhas, necessitando de uma leitura imagética multimodal mais reflexiva.

SUMÁRIO

Elas mobilizam conhecimentos de valor de informacional (Ideal/Real, Dado/Novo) para dar coerência às possibilidades do texto. O produtor consegue passar aquilo que lhe é importante, utilizando-se para isso, as pistas que o próprio texto: o sentimento de pertencimento, de tolerância às diferenças e de aceitação do outro. Ao se analisar as relações pelo Valor Informacional, observa-se que ele funciona como ponto de partida da mensagem. O Novo, se apresenta à direita e é aquilo que o observador desconhece ou com o qual ainda não concorda (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006). Como tal, se estabelece uma cadeia de relações entre o verbal e o visual no sentido dentro de cada cena, surge os elementos colocados como Dado ou Conhecido à esquerda, no modo visual, estabelecendo-se relações de correferencialidade em sistemas semióticos distintos. Na publicidade, estes elementos se apresentam na relação entre a representação visual e o verbal (pelo local em que a escrita aparece alocada).

Existe a repetição dos elementos presentes. Este fenômeno visa estabelecer as relações coesivas na narrativa multimodal e se presentifica por meio dos diferentes sistemas semióticos visuais: cenários e nas personagens (sempre o aconchego do lar e membros familiares) e verbais: *slogan* e do Valor Informacional Dado-Novo (SILVESTRE; MARQUES, 2017).

A saliência aparece pelo posicionamento das imagens no meio do escuro em que o realce é dado pelas letras tipográficas e da cor branca. Os elementos estão na condição de “atrair o telespectador em relação à sua colocação, tamanho, nitidez, cor, etc.” (KRESS, VAN LEEUWEN, 2006, p.183). O cenário com predominância de cores mais quentes transmite carinho, aproximação e intimidade. A moldura ou enquadramento, é usada para conectar a identidade de um grupo de elementos e deixa clara a unidade coesa de informação que representa a intimidade familiar. Como gênero discursivo, podemos dizer que as peças publicitárias não são apenas modelos, mas ‘molduras’ de ações

## SUMÁRIO

sociais. Por isso o produtor joga com uma variedade de formatos visual de famílias em contexto de camaradagem doméstica.

A publicidade em análise integra uma visão particular de mundo por meio da narrativa. A marca Coca-Cola concebe um enredo que pretende deixar claro o respeito às diferentes regras de cada família dentro de seu lar, e como estes membros se aceitam e se integram. Ao mesmo tempo, busca enaltecer os valores positivos provenientes das normas tradicionais da configuração familiar tradicional naturalizando essas práticas nas representações ideológicas.

A campanha procura atrelar no nível das representações à identidade da marca à prática do 'politicamente correto', o respeito a todas as famílias e como elas têm um sabor especial quando reúne seus membros. Todavia, o modelo representado não demonstra tal diversidade, se amplia apenas no contexto da apresentação birracial e com um excepcional. Os arranjos exibidos são de famílias heteronormativas de certo poder aquisitivo. A estratégia utilizada foi apresentar o produto (Coca-Cola) em segundo plano, caracterizando-se como elemento acessório na narrativa, despontando a sua centralidade exclusivamente no final da publicidade materializada em escassos segundos pela apresentação da logomarca, no discurso verbal escrito.

Por ser um texto multimodal, a narrativa visual se materializa pela sucessão da imagem em movimento. Por causa disso analisamos a linguagem verbal e visual identificando as relações entre os dois sistemas semióticos, que se complementaram a partir de diferentes recursos combinados. Em termos da linguagem visual, como as cenas transcorrem à noite, tudo é muito escuro e meio desfocado, indiciando um apagamento intencional para que se vislumbre o íntimo de cada um.

O cenário do espaço familiar de cada família se repete em todas as cenas com diferentes ambientações e personagens. A estrutura familiar se reproduz igualmente por versar sobre histórias de um mesmo contexto familiar, porém, com participantes distintos em cada cena.

SUMÁRIO

Analisamos o texto «Toda casa tem suas regras, mas elas têm um sabor especial quando estamos juntos», observa-se que a relação entre família-felicidade-produto está auto estabelecida já no *slogan* e atravessa os contextos da narrativa com a promessa de respeito a diversidade como caminho para felicidade. A instância simbólica do respeito ao bem-estar da família associada à felicidade é que se sobrepõe ao objetivo da marca, aparentemente colocando o produto em um plano menor e menos importante.

Dos 60 segundos de duração do vídeo, apenas dois segundos finais são destinados à promoção da marca diretamente por meio do modo verbal escrito. Em nenhum momento isso é feito pelo modo falado. Nas demais cenas a promoção acontece pelo modo imagético. Há de se dizer que imagem da marca se funde aos valores sociais, não demonstrando explicitamente ao nível da superfície do texto multimodal o seu verdadeiro objetivo: vender o produto.

Para Kress e van Leeuwen (2006), dentro da perspectiva multimodal, toda imagem constrói padrões de interação social e posições ideológicas a partir das opções sobre a realidade representada, a visão de mundo veiculada, a proximidade entre os participantes, a escolha das cores, textura, gestos, vestimentas, expressões faciais combinadas na organização da imagem, etc. Dessa maneira, o poder se naturaliza sob formas ideológicas na linguagem, manifestando-se na configuração de consentimento de um *status quo*.

A narrativa elaborada pela marca de refrigerantes utiliza-se de processos semióticos e discursivos, os quais se sensibilizam para questões ético-sociais. Ela busca por meio da empatia ou identificação emocional, preconizar respeito a diferentes valores existentes nos ambientes familiares. Agindo assim, procura legitimar tais representações para que estas sejam aceitas como naturais, legítimas e aparentemente desprovidas de valores ideológicos, numa tentativa intencional de tentar evitar a estigmatização. Com esta



## SUMÁRIO

estratégia, o produto deixa de ser percebido como pertencente a um grupo particular, e passa a ser aceito como possuidor de uma maior neutralidade no que se refere a preconceitos e confrontos ideológicos (SILVESTRE; MARQUES, 2017). Notamos que de um modo geral, o uso da linguagem do vídeo carrega uma preocupação com o engajamento social, sugerindo certa distância da lógica do consumo.

Observamos que a paisagem semiótica, o texto verbal, o estilo tipográfico, as cores desfocadas, conduzem a significados e beneficiam a captação do telespectador e sua interação com o produto anunciado. Deste modo, como explicam Kress e van Leeuwen (2006), todas as estruturas visuais precisam ser lidas com a mesma ordem de importância que as estruturas verbais, visto que toda imagem produz significações. Não é só a visualização. É necessário interpretá-la para se obter uma melhor compreensão dos efeitos de sentido.

No caso desta publicidade em particular, não há emprego do poder da linguagem pela modalização imperativa, ainda que sob a forma de pedido. A expressão não tem força de autoridade contida numa ordem, mas concretiza a determinação para que alguma coisa advenha, sendo que a ênfase se desloca para o consumidor (SILVESTRE; MARQUES, 2017).

Em princípio as cenas significativas, não foram somente aquelas em que os atores manifestaram interação entre eles, mas também quando houve proximidade da câmera, ou seja, houve 'foco' em algum objeto, pessoa ou paisagem.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na atualidade globalizada e midiática, o letramento multimodal torna-se imperioso, porque praticamente todos os textos exigem esse conhecimento, tanto para a produção quanto para a interpretação.

A aplicação da teoria da Semiótica Social e o seu desdobramento, a GDV, a textos publicitários, auxilia a perceber que as imagens não estão aleatoriamente em certos espaços e que são produzidas com uma intencionalidade comunicativa específica. Por isso, deve-se ler as estruturas visuais do mesmo modo que as verbais, buscando-se apreender os sentidos que circulam pelas duas linguagens.

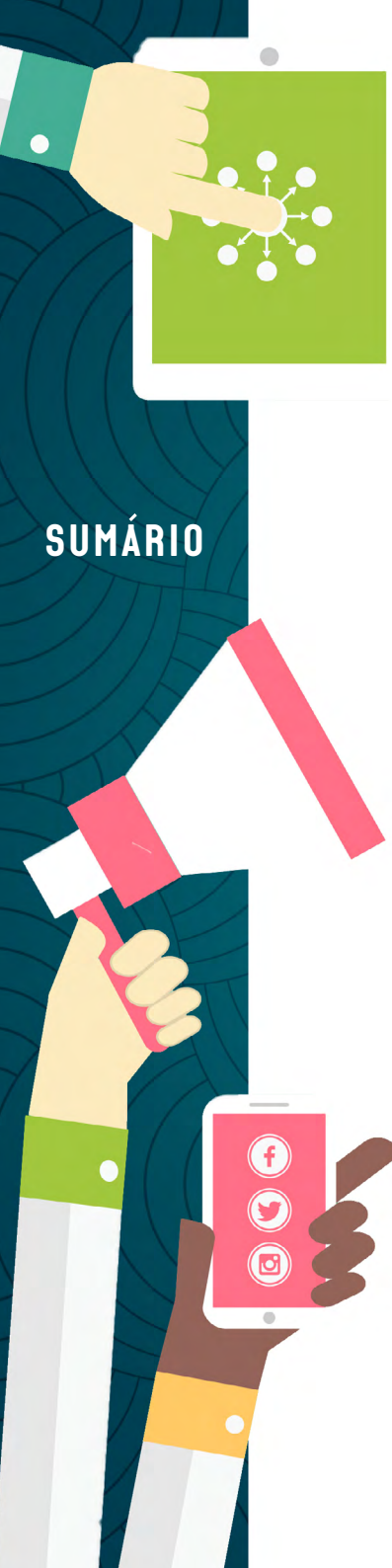
Por mais bela que possa ser a publicidade, por mais delicada e inspiradora que seja a mensagem dela emanada, seu objetivo último é único: estimular o desejo de consumo e, como efeito, vender o produto e auferir lucro cada vez maior. Nesse sentido, pode-se dizer que também na narrativa multimodal em análise apesar de haver uma sobreposição do enredo sobre o produto anunciado, este se apresenta como um objeto de consumo, ainda operando na lógica da venda deste produto. Assim, parece que a marca ambiciona adicionar à sua identidade à prática social em que a coexistência pacífica da diversidade é realizada pela promessa de uma solução via aceitação do outro.

## REFERENCIAS

ALMEIDA, Danielle Barbosa Lins de.; FERNANDES, J. D. C. Revisitando a gramática visual nos cartazes de guerra. In: ALMEIDA, Danielle B. L. (Ed.). *Perspectivas em análise visual: da fotojornalismo ao blog*. João Pessoa: UFPB, p. 11-31. 2008.

BEZERRA, Fábio Alexandre Silva. Lendo a imagem dinâmica em uma análise multimodal da representação da mulher no filme *Sex and the City*. In: Daniela

## SUMÁRIO



## SUMÁRIO

B. L. Almeida. *Novas Perspectivas em Análise Visual do texto ao contexto*. 1ªed. Campinas-SP: Mercado das Letras. 2017

BIASI-RODRIGUES, Bernardete. NOBRE, Kennedy Cabral. Sobre a função das representações conceituais simbólicas na Gramática do Design Visual: encaixamento ou subjacência? *Linguagem em (Dis)curso*. Palhoça, SC, v. 10, n. 1, p. 91-109, jan./abr. 2010

CARVALHO, Nelly de. *Publicidade: a linguagem da sedução*. 3. ed. São Paulo: Ática, 2010.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães. *Os sentidos do texto*. São Paulo: Contexto, 2012.

COCA COLA. *Regras da casa*. 2018. Disponível em: [www.cocacolabrazil.com.br](http://www.cocacolabrazil.com.br). Acesso em 20 de out. 2018.

CUSTÓDIO FILHO, V. *Múltiplos fatores, distintas interações: esmiuçando o caráter heterogêneo da referenciação*. 331p. Tese (Doutorado), FALE-UFC, Fortaleza, 2011.

GARDIES, René. *Compreender o cinema e as imagens*. Lisboa: Texto e Gráfica, 2006.

HALLIDAY, Michael Alexander Kirkwood. *An introduction to functional Grammar*. 2.ed. London: Edward Arnold, 1994.

HEBERLE, Viviane Maria. Multimodal literacy for teenage EFL students. *Caderno de Letras*, Rio de Janeiro, n. 27, p. 101-116, dez. 2010.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading images: the grammar of visual design*. London: Routledge, 2006.

SILVESTRE, Carminda; MARQUES, Gorete. A narrativa publicitária: enfoque na textura e relações coesivas num vídeo da Coca-Cola. *ReDCen*, Brasília, v. 1, n. 1, p. 1-18, 2017.

TRINDADE, Eneus. A publicidade e a modernidade-mundo: as representações de pessoa, espaço e tempo. In: BARBOSA, I. S. (Org.). *Os sentidos da publicidade – estudos interdisciplinares*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, p.81-95, 2005.



# 9

Marcos Roberto do Nascimento

**CONHECIMENTO E DISCURSO POLÍTICO  
EM UMA REVISTA SEMANAL BRASILEIRA  
SOBRE AS ELEIÇÕES DE 2018**

*KNOWLEDGE AND POLITICAL DISCOURSE IN A BRAZILIAN  
WEEKLY MAGAZINE ABOUT 2018 ELECTIONS*

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.363.243-277

## SUMÁRIO

### RESUMO:

O discurso político pode ser entendido como um conjunto articulado de marcos de interpretação da realidade que funciona estruturando pensamento, fala e ações individuais e coletivas. O conhecimento sobre política resulta de uma discursividade sobre a teoria e a prática política. O conhecimento envolve relações de luta e poder (FOUCAULT, 2003). Ressalta-se aqui o conhecimento político que circula nas mídias tradicionais, em especial na imprensa. A noção de política circulante nesses meios de comunicação provoca um distanciamento do conceito aristotélico de política. Esta noção leva ao entendimento da política ora como um conhecimento técnico, ora como a expressão da corrupção. Este conhecimento pressupõe um sujeito do conhecimento que, no contexto atual da política brasileira, é um sujeito desinteressado e odioso da política diante de tantos escândalos que a criminalizam (SOUZA, 2016; 2017). Os sentidos circulantes na sociedade brasileira sobre política compõem uma discursividade que pretendemos compreender a partir da análise das capas e das reportagens de capas da revista semanal IstoÉ, publicadas ao longo do mês de outubro quando ocorreram os dois turnos das eleições presidenciais no Brasil em 2018. A revista, enquanto uma mídia impressa, permite uma análise dos diversos recursos semióticos presentes em textos multimodais. A abordagem teórico-metodológica proposta neste estudo está ancorada na perspectiva da Gramática do Design Visual (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996; 2006) e da Multimodalidade (KRESS, 2010). A hipótese deste estudo é que ao construir uma discursividade sobre o conhecimento político e sobre o sujeito do conhecimento político a revista forja um contexto favorável a projetos políticos ligados aos seus interesses de classe.

**PALAVRAS CHAVE:** Discurso Político; Conhecimento; Meios de Comunicação; Gramática do Design Visual; Multimodalidade.

## SUMÁRIO

### ABSTRACT:

*Political discourse can be understood as an articulated set of frameworks for interpreting reality that works by structuring individual and collective actions, thinking, and speech. Knowledge about politics results from a discourse on political theory and practice. Knowledge involves relations of struggle and power (FOUCAULT, 2003). The political knowledge that circulates in traditional media, especially in print, is highlighted here. The notion of current politics in the media causes a departure from the Aristotelian concept of politics. This notion leads to an understanding of politics, sometimes as technical knowledge, sometimes as the expression of corruption. This knowledge presupposes a subject of knowledge who, in the current context of Brazilian politics, is a disinterested and hateful subject of politics in the face of so many scandals that criminalize it (SOUZA, 2016; 2017). The circulating meanings in Brazilian society about politics compose a discursiveness that we intend to understand from the analysis of the covers and cover stories of the weekly magazine IstoÉ, published throughout October when the two rounds of presidential elections in Brazil took place in 2018. The magazine, as a printed media, allows an analysis of the various semiotic resources present in multimodal texts. The theoretical-methodological approach proposed in this study is anchored in the perspective of the Grammar of Visual Design (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996; 2006) and Multimodality (KRESS, 2010). This study hypothesizes that, by building a discourse on political knowledge and on the subject of political knowledge, the magazine forges a favorable context for political projects linked to its class interests.*

**KEYWORDS:** *Political Discourse; Knowledge; Media; Grammar of Visual Design; Multimodality.*

## INTRODUÇÃO

É surpreendente como que grande parte das pessoas de todas as classes no Brasil aderiram no discurso fácil da mudança. A mudança estava na ponta dos nossos dedos. Era só digitar na urna eletrônica os números da sorte. Surpreendente também foi a reprodução de um mesmo enunciado por diferentes atores sociais, de classes sociais distintas, do faxineiro da universidade aos professores; do pedreiro ao médico: “É preciso mudar. Ninguém aguenta mais esse partido”. O mantra da mudança seguiu-se a um processo sistemático de criminalização da política e combate à corrupção.

A política suja, dos velhos políticos, tem que dar lugar aos políticos novos, nem tão políticos assim porque técnicos. Limpos, assépticos e imunes à contaminação da velha política. Vacinados com a “tríplice moral” (contra as doenças da corrupção, da falta de ética na política e do lulopetismo), os “novos” políticos devem ser moralmente puros e ungidos pelo espírito ético da mudança.

Essa surpresa, contudo, aponta para a necessidade de estudar ainda mais e melhor o papel das mídias, especialmente das grandes empresas de comunicação brasileiras, na produção de significados e sentidos para a política no Brasil, especialmente no tempo das novas tecnologias de informação e comunicação. Os serviços de combate às *fake News*, promovidos pelas grandes empresas de comunicação nestas eleições, foi uma forma de estabelecer um controle sobre a produção e reprodução de significados políticos, outrora monopólio da grande imprensa. Deve-se buscar entender como essas mídias produzem e fazem circular um conhecimento sobre a política e um discurso político por meio de seus diferentes gêneros discursivos e jornalísticos. Também é importante entender como elas se aliam ao poder político e ao poder econômico, mediados pelos capitais cultural e social, para legitimar suas práticas discursivas.

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

As capas de revistas, enquanto gênero discursivo, são estratégias de construção de significados e circulação de conhecimento sobre política no Brasil. O objetivo deste capítulo é analisar o discurso presente nas capas da revista *IstoÉ* durante o segundo turno das eleições presidenciais no Brasil em 2018. Utilizando os recursos da abordagem da Gramática do Design Visual e lançando mão dos referenciais teóricos de Michel Foucault (2013), para pensar os fundamentos e a estrutura do discurso, e de Jessé Souza (2016, 2017), para pensar o contexto social e cultural da produção do discurso. Criminalizar a política e eliminar o Partido dos Trabalhadores (PT) do jogo político, como estratégia das elites econômica e política brasileiras, encontrou na grande mídia, mais uma vez, a ferramenta mais poderosa para reforçar o discurso de combate a corrupção. A corrupção não é a negação da política no Brasil. Ela é parte do fazer político no Brasil, como também o é o combate à corrupção como arma para eliminar o campo político adversário.

Neste sentido, a revista *IstoÉ*, em suas capas, fez parecer que a corrupção e o banditismo político atribuído ao PT é coisa de um único campo político, a esquerda. Os discursos veiculados nas capas analisadas neste capítulo buscam construir uma alternativa política, de caráter conservador, não necessariamente democrática ou ética, mas sobretudo uma alternativa ao petismo.

A capa de uma revista é vista como uma forma de difusão da mensagem multimodal (verbal e pictórica) de conteúdo informativo e persuasivo apresentando o mundo e a ideologia que a sustentam de forma tão sedutora que permite hierarquizar, classificar e controlar a sociedade atingindo, influenciando e modificando comportamentos individuais e coletivos de acordo como é apresentada. Os produtores de capas de revistas assim como de outros gêneros discursivos utilizam diferentes tipos de apelo e estratégias para seduzir seu leitor: emocionais, racionais, lógicas, fantasiosas, falsas entre outras, para convencer seu público-alvo (...) (NATIVIDADE; PIMENTA, 2009, p. 229).



SUMÁRIO

As capas de revistas enquanto gênero discursivo são estratégias de construção de significados e circulação de um certo conhecimento sobre política, fazendo parecer que a realidade é uma verdade inequívoca presente nas notícias que elas veiculam. O discurso negativo sobre a política alimenta um processo de colonização da política pela técnica e pelos interesses do mercado sem que os cidadãos e cidadãs percebam e, por isso, assimilam, com certa naturalidade, essa substituição da política pela técnica, ainda que ela seja uma outra prática política, negada como tal.

## DISCURSO, DISCURSO POLÍTICO E ANTIPETISMO

O discurso político pode ser entendido como um conjunto articulado de marcos de interpretação da realidade que funciona estruturando pensamento, fala e ações individuais e coletivas. Ribeiro (2009) destaca que em Charaudeau (2008) “o discurso político funciona na conjunção de discursos de ideias e discursos de poder (verdade e possibilidade), pensamento e ação”. Para Charaudeau (2008) o discurso político e a ação política estão indissociavelmente ligados. Enquanto ato de comunicação “o discurso político dedica-se a construir imagens de atores e a usar estratégias de persuasão e de sedução, empregando diversos procedimentos retóricos” (p. 40). Charaudeau também destaca, em sua obra, a influência que a mídia exerce na emergência de uma nova ética política.

O conhecimento político é a verdade sobre a política. É uma verdade construída para justificar os fundamentos do poder político e legitimar a classe hegemônica e os grupos de poder dentro dela. Ele resulta de uma discursividade sobre a teoria e a prática política. Portanto, como dirá Foucault (1979), “a verdade não existe fora do poder ou sem poder” (p. 12). Ele continua:

## SUMÁRIO

Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro (p. 12).

É por meio do discurso político, apropriado pelos meios de comunicação, que essa “verdade sobre a política” ganha terreno e produz sentidos e significados para os atores sociais em contextos históricos específicos. Assim, o conhecimento político produzido reduz a política, neste contexto, à corrupção, à práticas e à atos ilegais e amorais.

Existe um asco pela política, pois ela é associada à política partidária dos acordos espúrios e da corrupção, e existe um desprezo por se supor que a política é uma coisa menor. O que me parece estranho é que em 2 mil anos, nós, no Ocidente, tenhamos transformado a concepção de política – que era o ápice da vida humana – de tal modo que hoje se entenda a vida política como safada e político como pilantra. Portanto, a mais nobre atividade da Antiguidade no Ocidente, da nossa mãe greco-romana, que era a política, passou a ser uma atividade considerada, agora, vergonhosa (CORTELA; RIBEIRO, 2010, p. 30).

O conhecimento envolve relações de luta e poder (Foucault, 2003). O discurso e o conhecimento políticos apresentam a política como algo negativo e incompreensível. A questão que se coloca, então, é: em que medida a revista *IstoÉ*, a partir desse contexto, reforça posições e visões sobre a política e os políticos, por meio de suas estratégias de comunicação? Nossa hipótese é a de que a intenção da revista é produzir um efeito de sentido que criminaliza a política e os partidos políticos – em especial o Partido dos Trabalhadores – a fim de produzir um resultado específico nas eleições presidenciais de 2018.

O discurso sobre a política se ancora na prática dos políticos e no conhecimento científico sobre o funcionamento da política.

## SUMÁRIO

Ele encontra nos meios de comunicação a sua principal forma de circulação e produção de significados sobre a política e a prática dos políticos. De acordo com Brandão (2012), o discurso é “o espaço em que saber e poder se articulam, pois quem fala, fala de algum lugar, a partir de um direito reconhecido institucionalmente. Esse discurso, que passa por verdadeiro, que veicula saber (o saber institucional), é gerador de poder” (p. 37). Souza (2017) considera que as ideias dominantes que circulam nos meios de comunicação tradicionais não são criadas por esses meios, mas pelos especialistas e intelectuais que elaboram suas interpretações sobre a realidade. Tais ideias dominantes “estarão na mente de quem julga sentenças, de quem escreve nos jornais, de quem faz a cabeça da sociedade como formadores de opinião” (SOUZA, 2017, p. 37). E essas ideias se repetem, se repetem e novamente se apresentam como novas.

De acordo com Foucault (2013), há um discurso que é aquele que ocorre na prática do falar, do comunicar entre os indivíduos. Estes seriam os discursos que “se dizem” no cotidiano e que se perdem com o ato que os pronunciou. Os discursos que se repetem e se fazem variar, que estão em certo número de atos novos de fala seriam os discursos estruturantes, aqueles discursos verdadeiros. Nos sistemas de cultura seriam eles os textos religiosos, os textos literários, os textos científicos entre outros. Para Foucault (2013)

(...) não há sociedade onde não existam narrativas maiores que se contam, se repetem e se fazem variar; fórmulas, textos, conjuntos ritualizados de discursos que se narram, conforme circunstâncias bem determinadas; coisas ditas uma vez e que se conservam, porque nelas se imagina haver algo como um segredo ou uma riqueza (p. 21).

Foucault enfatiza esse aspecto do discurso dominante na repetição, chamado aqui de estruturante, ou seja, “os discursos que, indefinidamente, para além de sua formulação, são *ditos*, permanecem ditos e estão ainda por dizer” (p. 21). São essas *narrativas maiores*, re-

## SUMÁRIO

petidas sistematicamente com a intensidade que exige cada momento histórico e de acordo com os interesses das elites dominantes, que buscaremos identificar ao analisar as capas da revista *IstoÉ*. “(...) Nunca um discurso é totalmente original, nunca é absolutamente imprevisto. É como se, desde sempre, estivesse sendo embolado para que um belo dia surja, segundo uma ordem preestabelecida” (DÍAZ, 2012, p. 87). O desembolar do discurso, não está no novo que é dito, mas no acontecimento de sua volta, dirá Foucault. É a repetição de práticas, sentimentos, ideias galvanizadas num discurso de verdade.

Em *A ordem do discurso* evidencia-se que a vontade de verdade, como outros sistemas de exclusão, está apoiada em um suporte institucional; está, ao mesmo tempo, reforçada e acompanhada de uma densa série de práticas, como a Pedagogia, o sistema de livros, a edição, as bibliotecas, mas é acompanhada também pela forma que tem o saber ao ser colocado em prática em uma sociedade (DÍAZ, 2012, 87).

O que Jessé Souza tenta mostrar todo o tempo em seus trabalhos recentes é que a forma como o conhecimento político é colocado em prática na sociedade brasileira cria uma percepção da realidade distorcida, manipulada pela mídia. Para ele, o falso combate à corrupção construiu uma estratégia de novelização da política reduzindo-a ao embate entre mocinho e bandido (SOUZA, 2016, p. 50).

Foi nesse contexto que entrou a grande imprensa conservadora, agindo abertamente como uma espécie de partido político da elite do dinheiro. As poucas famílias que controlam a grande mídia brasileira sempre tiveram papel político decisivo para legitimar os arranjos oligárquicos de ocasião. Seja no dia a dia, testando as possibilidades de mitigação e reversão de políticas específicas, seja escandalizando e “fulanizando” temas e crises eventuais. Assim como no caso do suicídio de Getúlio e o golpe articulado contra Jango em 1964, uma ampla e profunda campanha de desinformação, distorção e manipulação do tema da “corrupção seletiva” acompanhou a tentativa de destituir o PT do poder já em 2006. O Mensalão de 2005 foi um ensaio geral para o que aconteceria depois na Lava Jato e no processo de impedimento da presidenta Dilma (SOUZA, 2016, p. 48-49).

Milton Santos (2000) dirá que as mídias nocionais de uma maneira geral, não apenas a imprensa, falsificam os eventos “já que não é propriamente o fato que a mídia nos dá, mas uma interpretação, isto é, a notícia” (p. 40). Esta narrativa, quase ficcional, que a mídia produz sobre a realidade brasileira, é uma interpretação interessada e, por vezes, interesseira dos fatos (SANTOS, 2000, p. 41).

O antipetismo acirra-se como reação das elites política e econômica e de certas camadas da classe média tradicional aos processos de ampliação da inclusão das camadas mais pobres ao mercado e à diminuição das desigualdades sociais no Brasil. Como veremos na análise das capas da revista *IstoÉ*, a repetição dos ataques ao PT presente nas capas desta revista conferiu atualidade ao ódio desferido sistematicamente contra o partido do presidente mais popular do Brasil desde a era Vargas. O PT sempre foi tido como uma ameaça às elites brasileiras tendo em vista sua capilaridade em setores progressistas da sociedade brasileira. Desde as universidades aos movimentos sociais. Por isso, Mino Carta constata que “a imprensa brasileira tem se esforçado para jogar cascas de banana no caminho dos petistas. As vezes os mais ingênuos caem nessas armadilhas que a imprensa prepara para eles em proveito dos seus jornais terrivelmente conservadores” (CARTA, 2017).

O equívoco da criminalização da política brasileira, promovida pela cobertura diária da grande imprensa, e direcionada, sobretudo, para lideranças do Partido dos Trabalhadores, não decorre apenas da desinformação e de um possível viés ideológico em favor de opositoristas ao governo. Decorre principalmente do fato de serem os grandes veículos de comunicação no país, grandes corporações e, como tal,

## SUMÁRIO

favoráveis a uma agenda de corte liberal, tanto menos redistributivista quanto possível (SANTOS, 2013.)<sup>28</sup>.

Mais do que a tentativa de eliminação de um campo político o que as elites conservadoras estão tentando fazer é se apropriarem da história. A desinformação, a distorção e a manipulação midiática da realidade pode produzir um apagamento de versões outras da história recente do Brasil. A história contada apenas por um grupo é uma história mutilada. Os meios de comunicação têm o poder de selecionar as informações que chegam até os indivíduos, “metamorfosando a sua condição de sujeitos de sua própria memória enquanto memória de grupo” (ROBERTO, 2000, p. 15).

A memória coletiva adquire um papel de instrumento do jogo do poder. As próprias formas de transmissão de informações podem ser manipuladas de modo a ‘controlar’ a memória que será formada e, conseqüentemente, a construção mesma da identidade do grupo envolvido, bem como sua historicidade (ROBERTO, 2000, p. 14).

A crítica pretendida neste capítulo também visa lançar luz aos efeitos possíveis dessa manipulação da informação por meio dos discursos presentes nas capas da revista *IstoÉ*, como veremos mais adiante. O discurso estruturante, hegemônico, com sua pretensão de verdade borra a história. A história tornada oficial é sempre a versão mais bem-acabada dos discursos dos vencedores.

A seguir, faremos uma breve apresentação dos fundamentos da Gramática do Design Visual antes de analisar as capas da

<sup>28</sup> É importante considerar os vários erros cometidos pelo PT ao longo dos seus 14 anos dirigindo o Estado brasileiro. Como este tema não será objeto de análise neste artigo trago apenas uma perspectiva crítica de Boaventura Sousa Santos que sugere a necessidade de reflexão: “O maior erro do PT foi ter subestimado a eficácia da demonização do petismo. Eu compreendo o erro. Um partido que sempre governou com a direita dificilmente poderia imaginar que pudesse ser identificado com o “perigo comunista”. O PT apenas valorizou que Lula da Silva era o candidato mais popular nas sondagens. Negligenciou que logo abaixo dele estava Bolsonaro, a versão mais primária e visceral do ódio ao PT tão laboriosamente construído pela Globo.” (SOUSA SANTOS, 2018.)

## SUMÁRIO

revista *IstoÉ* publicadas ao longo do segundo turno das eleições presidenciais no Brasil em 2018.

## GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL

Os discursos são múltiplos e são construídos a partir dos interesses dos múltiplos agentes, utilizando formas e modos também diversos. Segundo Pimenta (2009), Kress e Van Leeuwen no livro *Multimodal Discourse (2001)* consideram que os discursos são construções sociais que podem ser apropriadas de acordo com os interesses dos indivíduos, sujeitos do discurso. Os contextos sociais, nesta perspectiva, são determinantes para a produção, circulação e assimilação do discurso. A partir da Linguística Sistemico-Funcional (LSF), proposta por M. A. K. Halliday (1985), segundo Lima e Santos (2009), Kress e van Leeuwen (2006) desenvolveram a Gramática do Design Visual (GDV) para a análise de imagens. A ideia proposta por eles é a de relacionar a noção teórica de metafunção de Halliday com a análise de imagens. Essa relação implica uma correspondência entre as estruturas linguísticas e as estruturas visuais. A coerência entre imagens e composição social ocorre de diferentes maneiras numa realidade semiótica (LIMA; SANTOS, 2009, p. 30).

A LSF considera que a linguagem é uma prática social, vai além da simples representação da realidade. É ela mesma, a linguagem, construtora da realidade social. Assim, “cada escolha feita no sistema semiótico adquire seu significado contra o pano de fundo das outras escolhas” (LIMA; SANTOS, 2009, p. 38). A linguagem tende a se organizar, portanto, em torno de um sistema de dados do contexto social, não apenas em torno do sistema linguístico. O uso que é feito da língua em determinados contextos responde a interesses e escolhas circunscritos à sistemas específicos. Os sistemas e contextos estão alinhavados numa

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

trama cultural que permite diferentes modos de significado, fazendo coexistir a linguagem verbal e outros modos semióticos.

Na Semiótica Social a centralidade está nos processos de produção do signo, levando em consideração princípios semióticos amplos como escolha, interesse, contexto e funções (DENISE SANTOS, 2017). Estes elementos, expressos nos tipos de significados, recobrem de sentido os usos (funções) da linguagem e seus efeitos esperados. As metafunções da linguagem são estes tipos de significados: ideacional, interpessoal e textual. A metafunção ideacional refere-se à representação do mundo por meio da linguagem. A metafunção interpessoal refere-se aos falantes, suas intenções e relações em contextos de comunicação. Finalmente, a metafunção textual está relacionada à preocupação do falante em apresentar adequadamente uma mensagem de acordo com o contexto da língua.

A escolha dos signos em qualquer representação é, então, socialmente motivada e tem significados políticos e sociais, o que está intrinsecamente ligado ao poder e aos mecanismos de controle dos grupos dominantes presentes nos atos semióticos, em uma articulação dos diferentes significados sociais e culturais de cada elemento representado (LIMA; SANTOS, 2009, p. 30).

Kress e Van Leeuwen, a partir de uma abordagem multimodal<sup>29</sup>, lançam mão das três metafunções de Halliday e as utilizam como base para as análises de imagens dentro da GDV (BRITO; PIMENTA, 2009). Assim, na GDV as metafunções ideacional, interpessoal e textual são designadas, respectivamente, “por significados/ estruturas de ‘representação’ (ou ‘representacionais’), de ‘interação’ (ou ‘interacionais’) e de ‘composições’ (ou ‘composicionais’)

<sup>29</sup> Kress e Van Leeuwen definem a multimodalidade como o uso de diversos modos semióticos – envolvidos nos processos de representação e comunicação – para a caracterização de um produto ou evento semiótico a partir da visão de que tais modos ocorrem simultaneamente e exercem funções complementares, isto é, combinam entre si e servem para reforçar uns aos outros, na medida em que um mesmo tema pode ser representado de várias maneiras distintas (por meio de diferentes modos semióticos) (SANTOS, 2017, p. 64-65).



## SUMÁRIO

(SANTOS, 2017, p.65-66). Nesta perspectiva, uma imagem pode representar não apenas a realidade, de forma abstrata ou concreta, mas também interage com essa realidade, independentemente de ser acompanhada ou não por um texto escrito.

A metafunção representacional na GDV se organiza em torno de estruturas narrativas e conceituais. Caracteriza uma estrutura narrativa visual a presença de um vetor que indique direcionalidade.

“De acordo com o tipo de vetor e com o número de participantes envolvidos no evento, é possível distinguir seis tipos de processos narrativos: os processos de ação, os processos reacionais, os processos de fala e mentais, os processos de conversão e o simbolismo geométrico” (SANTOS; PIMENTA, 2014, p. 309).

Nas representações conceituais as imagens apresentam uma relação de taxonomia entre os participantes e podem ser construídas por meio de três tipos de processos: classificacionais, analíticos e simbólicos (SANTOS; PIMENTA, 2014). No processo classificacional os participantes se relacionam entre si por meio de atributos comuns que podem ser definidos por temas ou categorias. No processo analítico os participantes-portadores, isto é, aqueles participantes que se relacionam com seus atributos possuídos, formam uma estrutura na qual se realiza a classificação (BRITO; PIMENTA, 2009, p. 94). O terceiro tipo de processo conceitual é o simbólico. Este se refere ao que “o participante significa ou é, o participante que é significado é o portador, já o participante que representa o significado é o atributivo simbólico” (SANTOS; PIMENTA, 2014, p. 310).

A metafunção interacional, se realiza através das categorias indicadas a seguir: *Contato* – prescreve uma maior ou menor interação com o leitor. “Podem-se classificar as imagens a partir da expressão/ modo semiótico do olhar, como sendo demanda e oferecimento – atos de imagens. Um ato é uma unidade de significado, são corpos posicionados num determinado local e num determinado tempo”

## SUMÁRIO

(Santos; Pimenta, 2014, p. 310); *Distância* ou afinidade social – de acordo com a delimitação da relação entre o participante representado e o leitor (observador), uma distância ou proximidade entre eles é estabelecida por meio de um emolduramento dessa relação; *Atitude* – “é a dimensão que revela a perspectiva da imagem, o ângulo ou o ponto de vista a partir do qual os participantes representados são retratados” (Santos; Pimenta, 2014, p. 310).

Assim sendo, a imagem em termos de perspectiva, pode ser *subjetiva* – quando o PR [participante representado] pode ser visto apenas sob um ângulo específico; ou *objetiva* – quando revela tudo que existe para ser visto ou tudo o que o produtor da imagem julgue ser necessário. É nessa dimensão que se colocam as reações de poder, estabelecidas ou ratificadas pelo ângulo vertical, ou as relações de maior ou menor empatia através do ângulo horizontal (BRITO; PIMENTA, 2009, p. 99).

Segundo Brito e Pimenta (2009), o termo modalidade “vem da linguística e se refere à forma como uma oração pode ter maior ou menor grau de verdade ou credibilidade em uma determinada situação” (p. 101). Consequentemente, ela está presente na construção social de sistemas de conhecimento.

A terceira metafunção tratada na GDV é a composicional, correspondente à metafunção textual na LSF de Halliday. Os significados composicionais referem-se a como os componentes representacionais e interacionais são conectados, dispostos e integrados (SANTOS, 2017). Ela é configurada a partir dos valores *informacionais*, os quais se referem ao valor dado a cada um dos elementos (uns em relação aos outros) contidos em uma imagem de acordo com a posição que ocupam (BRITO; PIMENTA, 2009). Os elementos do enunciado podem ocupar zonas da página que seriam os planos superior e inferior (demarcação vertical), as margens direita e esquerda (demarcação horizontal) e o centro/margem da imagem (SANTOS, 2017). Outro sistema do significado composicional é a *moldura*. Ela se refere aos elementos

SUMÁRIO

ou grupos de elementos que podem ser conectados ou separados uns dos outros. “De acordo com a gramática do design visual, há várias formas de se realizar a moldura, sendo a presença de linhas, de contorno, de descontinuidades de cor e de espaços vazios entre os elementos” (Santos; Pimenta, 2014, p. 311). Por último, a *saliência* tem a finalidade de atrair a atenção do leitor (observador) por meio de destaques de elementos, como contraste de cores e tons, variações de nitidez, escolha pelo primeiro ou segundo plano (SANTOS, 2017).

Considerando que as metafunções ocorrem simultaneamente nos processos comunicacionais, na análise das capas da revista *IstoÉ*, proposta neste capítulo, destacaremos a seguir alguns elementos de cada uma das metafunções.

## ANÁLISE DAS CAPAS DA REVISTA *ISTOÉ*

Desde as eleições de 2014 a revista *IstoÉ* assumiu uma posição ostensivamente favorável aos candidatos da direita conservadora à presidência da república no Brasil e também foi ostensivamente contrária às candidaturas do PT. Nas capas da revista os interesses do “produtor” de significados não são interesses individuais, senão interesses de classe, que se afirmam hegemonicamente, estruturando discursos e práticas. Tais interesses se mostram/escondem na trama da informação, da notícia e das opiniões que repetem ideias, percepções e sentimentos. A grande mídia constrói uma cosmovisão, politicamente orientada que ganha o espírito e o coração dos leitores. Em seguida, eles proclamam, vociferam, como se fossem naturalmente próprias, as ideias políticas dos outros, das elites. O ódio endêmico à política também tem sua origem aí.

SUMÁRIO

Santos (2017) demonstrou em sua dissertação de mestrado como o contexto político eleitoral de 2014 foi marcado pelas posições e preferências ideológicas assumidas pela mídia em geral e pela imprensa escrita, em especial de três revistas de circulação nacional: *Época*, *Veja* e *IstoÉ*. Para Santos (2017),

À revista cabe, então, o papel de persuadir o leitor, por meio da argumentação, a adotar uma determinada posição social. Para isso, o periódico constrói uma imagem (ou imagens) de si específica(s), a(s) qual(is) irá(ão) refletir inúmeros posicionamentos perante o leitor: político, ideológico, social. Tal produção da imagem do locutor de um discurso configura-se como *ethos* discursivo, o qual é determinante para influenciar o público (p. 14).

Nesse sentido, as revistas podem revelar interpretações de dados que contribuem “para confundir e fazer com que o leitor seja simplesmente levado a assimilar posições ideológicas dos responsáveis/produtores das revistas” (SANTOS, 2017, p. 15).

O que tentaremos mostrar nesta breve análise das capas da revista *IstoÉ*, durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2018, é que as capas refletem não apenas a imediaticidade do real, mas também, e ao mesmo tempo, constrói uma realidade a ser percebida como real, verdadeira. Essa “pretensão de verdade” se realiza por meio do discurso. Mais do que isso, o conhecimento (re) produzido nas capas deriva da visão de mundo dos produtores dos enunciados e não pela apreensão do real por meio dos fatos noticiados. A pretensão de verdade é ao mesmo tempo discurso e base do discurso legitimador do *ethos* discursivo das revistas. Portanto, este *ethos* discursivo pressupõe um “sujeito do conhecimento” no sentido foucaultiano do termo. Para Foucault (2003) as práticas sociais não só criam domínios do saber, “mas também fazem nascer formas totalmente novas de sujeitos e de sujeitos de conhecimento” (p. 8). O sujeito de conhecimento tem uma história, como dirá Foucault, mas

a própria verdade tem uma história. Pensando o “leitor”, o público dessas revistas, como um sujeito de conhecimento é que o contexto político eleitoral das eleições de 2018 se apresenta como um ambiente de linguagem e produção de significados.

Souza (2016, 2017) não poupa a mídia brasileira. Para ele, a mídia é comprada, distorce e manipula a realidade e seu partidarismo é escancarado.

A grande farsa que ocorreu entre o Mensalão e o golpe<sup>30</sup> foi uma tentativa de preparar o enterro do Partido dos Trabalhadores como partido político. Até então um partido com forte penetração nas classes médias por meio do discurso da “ética na política”, o PT sofreu fortes perdas nesses segmentos sociais. É nesses segmentos que a mídia-partido, posando de neutra e de instituição de utilidade pública, possui efetiva penetração. É essa classe também que se imagina mais culta e inteligente que os pobres, mas que, na verdade, possui poucas fontes alternativas de reflexão autônoma além do veneno midiático de todos os dias (SOUSA, 2016, p. 50-51).

É a partir desta perspectiva teórica e política que analisaremos o discurso das capas da revista *IstoÉ*. Serão objeto dessa análise seis capas da revista compreendidas entre as edições de número 2545, último número antes da votação do primeiro turno das eleições, e 2550, número publicado imediatamente após a votação do segundo turno. Para facilitar nossa análise, vamos chamar cada um dos números da revista de Capa1, Capa 2, Capa 3 e assim por diante, até o último número, como mostra o Quadro abaixo:

<sup>30</sup> Souza (2016) considera que o impeachment de Dilma Rousseff foi um golpe promovido pela aliança entre a mídia, o judiciário e o Parlamento brasileiros, ao qual ele chama de um “golpe midiático-jurídico”.

## SUMÁRIO

QUADRO 1: Relação entre a Edição da Revista *IstoÉ* suas Capas

Número e data da Edição	Capa correspondente
2445 – 03/10/18	Capa 1
2446 – 10/10/18	Capa 2
2447 – 17/10/18	Capa 3
2448 – 24/10/18	Capa 4
2449 – 31/10/18	Capa 5
2450 – 07/11/18	Capa 6

Fonte: Elaboração própria.

Entre o final do primeiro turno das eleições presidenciais de 2018, com a vitória na disputa de Jair Bolsonaro, candidato pelo Partido Social Liberal (PSL), e o início da campanha de segundo turno, sendo Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores (PT) o segundo colocado, a disputa eleitoral se acirra fortemente. Com uma diferença bastante considerável entre o primeiro e o segundo colocado, vimos um ataque claro, ostensivo e agressivo da revista *IstoÉ* contra o PT e contra sua principal liderança, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, preso em Curitiba. Destruir o potencial de reação do PT parecia ser primordial neste momento da disputa eleitoral, tendo em vista a penetração do Partido dos Trabalhadores em parcelas significativas das camadas populares, especialmente na região Nordeste, mas também em setores mais progressistas da classe média, refratária ao discurso de tonalidades fascistas do candidato do PSL. Entretanto, uma outra parcela da classe média, órfã de sua opção derrotada, conservadora e de direita, com valores democráticos claudicantes e relativizáveis de acordo com seus interesses privados, poderia ainda caminhar para o centro e flertar com um candidato cuja origem é de classe média, moderado e descolado do núcleo duro do PT. Por isso a

## SUMÁRIO

revista reforça na artilharia contra o PT. Era preciso nutrir de ódio esta parcela da classe média para que ela caminhasse no sentido contrário e deslocasse cada vez mais à direita o sentimento e a expectativa em relação à mudança esperada.

SUMÁRIO

Capa 1



Capa 2



Vemos nas Capas 1 e 2 uma composição que destaca o vermelho, marca distintiva do PT, mas também associada ao comunismo, combatido outrora e nos dias atuais.

Um fundo sempre escuro, faz alusão ao que é negativo e obscuro. Remete também a uma ideia de escombro político, algo sufocante, asfíxiante, entulhos da corrupção. Aqueles que despontam dessa escuridão são “seres ameaçadores”. Parece ser isso o que a revista que mostrar com as faces de Lula e Haddad sempre na penumbra desses escombros. Lula (Capa 1) aparece raivoso, bradando algo, se dirigindo aos seus comandados, mas também comparsas que estão fora da cadeia a praticar seus crimes. A imitação de bilhetes à sua frente, no lado direito da capa, faz parecer sua voz em comando. Essa imagem reproduz aquilo que se sabe sobre a forma

SUMÁRIO

como os chefes perigosos de quadrilhas, encarcerados em presídios de segurança máxima, comandam ações criminosas mesmo estando presos. O que os tornam ainda mais perigosos porque não há limites às suas ações. Lula, diante dessa pintura, passa de liderança do partido mais popular do Brasil e de ex-presidente mais bem avaliado no Brasil desde a redemocratização, a chefe de quadrilha.

Esta composição de capa quis mostrar e reforçar como verdade que Lula é um chefe de quadrilha e comanda sua horda de dentro da cadeia, trazendo esta informação como um dado novo, ou fazendo parecer nova esta informação que se quer mostrar como verdadeira. Santos (2017), em sua dissertação, mostra esta mesma estratégia de comunicação que criminaliza o PT e suas lideranças. “O conjunto de argumentos construídos na capa é a base da persuasão: a publicação, primeiramente, apresenta uma situação de escândalo e corrupção que envolvem Dilma, Lula e o PT para, em seguida convidar o brasileiro à ação (...)” (p. 129).

Também é destacado em amarelo, à esquerda da capa, como um sinal de alerta, que essa ação de Lula prepara a chegada de seu novo sucessor, o que será amplamente destacado na Capa 2. Optamos por analisar as duas capas em conjunto (Capas 1 e 2) porque elas são quase um só texto. Os produtores usam os mesmos recursos visuais (cores, tipografia, disposição dos planos, distribuição espacial das informações e enquadramento). Na parte superior das duas capas informações em destaque. Uma imagem na Capa 1 que indica um passo para um abismo imaginário e o destaque para a “PESQUISA EXCLUSIVA” que apontava para um cenário absolutamente adverso aos interesses da revista, que em edições passadas promovia o seu candidato Geraldo Alckmin (nº. 2536, 27/07/2018), com a manchete “O MOMENTO ALCKMIN”. Por outro lado, atacava o candidato Jair Bolsonaro (nº. 2538, 10/08/2018), apresentando-o como uma “FAKE NEWS”. Portanto, o destaque em vermelho no alto



## SUMÁRIO

da capa mostrava uma ameaça que, antes das eleições do primeiro turno, talvez pudesse ser mudada. A estratégia segue sendo a mesma, como mostrou Santos (2017) em sua pesquisa. Nas Edições de números 2340 e 2341, de outubro de 2014, também no alto da capa os produtores mostravam para onde apontavam as pesquisas. Aécio Neves, candidato pelo PSDB à presidência da república, e Marina Silva, candidata pelo PSB, empatam tecnicamente na reta final, fazendo parecer que o PT estaria fora do páreo. Segundo a autora,

(...) há o apontamento ao empate entre Aécio e Marina em pesquisa eleitoral encomendada (chamada secundária). Pode ser uma estratégia adotada para que o eleitor perceba tais candidatos como boas opções de voto. Por esse raciocínio, a candidata Dilma, que não aparece claramente na capa (a não ser pelo fato de ser a presidente em vigor), talvez seja o foco da mensagem “agora é a hora de mudar”, em uma referência ao seu governo (SANTOS, 2017, p. 126-27).

Na edição de nº 2446, de 10/10/18 (Capa 2), já definidos os candidatos do segundo turno, também na parte superior da capa, outra chamada envolvendo um dos ministros do Supremo Tribunal Federal (STF). Ricardo Lewandowski, tido como amigo do ex-presidente Lula, que aparece na imagem com uma camiseta do PT por baixo da toga, poderia favorecer-lo com medidas judiciais. O ódio e o medo estão presentes na capa. Além disso, é possível perceber a posição ideológica da revista disfarçado de informação.

Como dito acima, a Capa 2 pode ser considerada uma continuação da Capa 1. Na Capa 2 Haddad também não olha para o leitor, parece desviar o olhar numa expressão consternada, apreensiva e quase resignada diante dos “32 processos”, passando a imagem não de um candidato, mas de um condenado. Além disso, na Capa 1, a frase em amarelo e em caixa alta: “PROJETO HADDAD”, poderia ser ligada à frase interrogativa: “É ISSO MESMO QUE VOCÊ QUER?”, por uma seta imaginária, formando um único

SUMÁRIO

enunciado: *Projeto Haddad, é isso que você quer?* Mais uma vez esta não é uma estratégia nova. Como dissemos acima, citando Foucault (2013), “O novo não está no que é dito, mas no acontecimento de sua volta” (p. 25). A repetição como estratégia discursiva de afirmação e imposição de um sistema de ideias. Neste caso, podemos perceber, a partir do que Santos (2017) mostra em relação às capas da revista *IstoÉ* referentes ao segundo turno das eleições de 2014, que as estratégias de comunicação se repetem, juntamente com os temas comunicados. Os conhecimentos reproduzidos sobre os eventos que circulam, também se repetem, reforçando um conjunto de interesses cujos objetivos só foram alcançados em 2018.

A voz do outro, as afirmações contundentes, além da exploração visual e imagética formatadas, são marcas de credibilidade que, como consequência, só contribuem para que o leitor se sinta envolvido com a cenografia de cada edição. O uso do imperativo aproxima o destinatário e é a principal marca discursiva de *IstoÉ* para captação. O vocábulo “você” é recorrente e agressivo, aliado à emoção apelativa suscitada e às fontes (em caixa-alta), tipografias e cores escolhidas. Tem-se, então, como principais mensagens a noção de que o Brasil não pode mais aceitar a corrupção, de que o momento de mudar chegou, de que o PT e Dilma estão altamente relacionados aos escândalos e à falta de ética, além da possível solução, em Aécio Neves, para o caos instaurado. (SANTOS, 2017, p. 137)

A vitória não veio para o PSDB, tampouco para Geraldo Alckmin, mas o que parece importar é que o lulopetismo saiu derrotado.

SUMÁRIO

Capa 3



Diante de uma vantagem que já se havia consolidado no meio da campanha do segundo turno, *IstoÉ* parece ceder à alternativa do candidato do PSL, uma vez que seu combate ao PT e à esquerda nada tinha a ver com o combate à corrupção. Na Capa 3, o rosto de Jair Bolsonaro, diferentemente dos perfis de Lula e Haddad nas capas anteriores, está preenchendo todo o espaço da capa. Seu olhar está direcionado para o leitor, estabelecendo um contato direto com ele, portanto uma oferta. Não parece haver dúvidas, ele veio para ficar, para preencher os espaços deixados em aberto por uma forma de pensar e fazer política que se julgou e se propagou como falida. A criminalização da política leva à despolitização dos cidadãos, não necessariamente ao fim da corrupção. No centro dessa capa, em letras grandes e em amarelo, chamando a atenção do leitor para o que está por vir e despertar o seu interesse: “DE ONDE VEM ESSA ONDA CONSERVADORA? Na parte inferior da capa, também em amarelo e em caixa alta, mas com letras menores em um fundo preto, um pequeno e ambíguo texto quer ser, ao mesmo tempo, uma

reposta e uma pergunta, ou seja, é a onda conservadora que explica a grande projeção de Jair Bolsonaro nas urnas ou outra coisa. Essa ambiguidade é proposital porque se sabe de onde vem a onda, mas não se sabe exatamente aonde ela desagua ou que restos ela traz.

Capa 6



Se comparada às outras capas, a Capa 3 traz menos elementos visuais, mas é significativa a composição da capa com suas saliências e moldura. O preto aparece quase como confirmação do que está por vir. Uma semana depois da vitória de Jair Bolsonaro no segundo turno, a revista mostra em sua edição de nº 2550 (Capa 6), também sem muitos elementos visuais, predominando o cinza, na transição do branco para o preto, talvez querendo expressar o sentido da mudança, ainda que se caia no vazio do branco, no vazio da incerteza, algo que se mostra incompleto. O No alto da Capa 6 o nome da revista transita do branco para o preto. Essa transição faz parecer que a mudança será segura, algo como: “é preto no branco!”, ainda que lacunas tenham que ser preenchidas. O Dado, o que se sabe, é ele mesmo,

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

Jair Bolsonaro, à esquerda da capa com um olhar e um sorriso para o leitor, mostrando intimidade e segurança. À direita, do outro lado, o que se espera, o que se quer completar, preencher com a mudança, o Novo. A propósito, nesta capa o presidente eleito tem nome completo: JAIR MESSIAS BOLSONARO. Com letras grandes, em caixa alta, um fundo branco, o preenchimento das letras é o outro lado da face do presidente eleito. A imagem da Capa 6 quer mostrar um caminho ainda a ser trilhado, ainda que com um certo grau de incerteza. Então a imagem convida, seduz provoca uma demanda no leitor, na medida em que o seu olhar convida o leitor para essa travessia.

Capa 5



Chama a atenção o texto da Capa 6: “O AMBIENTE, AS EXPECTATIVAS E O CLIMA DE MEDO NO PAÍS QUE UNGIU O PRESIDENTE JAIR MESSIAS BOLSONARO”. A Capa 5, entretanto, faz parecer que a imprensa nada tem a ver com a criação desse clima de medo e terror político, afinal foi o PT que criou Bolsonaro.

## SUMÁRIO

A verdade está dita: “APÓS 13 ANOS DE MALFEITOS AO BRASIL, O PARTIDO DOS TRABALHADORES COLHE OS RESULTADOS DE TANTA CORRUPÇÃO, COMPADRIO POLÍTICO E INCOMPETÊNCIA NA ECONOMIA, GERANDO O SEU PRÓPRIO ANTAGONISTA”. O PT além de se autodestruir, de ser uma ameaça para o Brasil, criou também um futuro incerto para a população brasileira. A versão da obra *A criação de Adão*, do renascentista Michelangelo, tenta mostrar que foi o Lula, líder do PT, tornado Deus, que criou o mito Bolsonaro. Mas a julgar pelo que a imprensa em geral, e a *IstoÉ* em especial, tentou fazer com o PT e com o Lula, pintando-os como verdadeira expressão do caos político, do inferno da esquerda, o céu da *IstoÉ* não é exatamente habitado por anjos como fez Michelangelo. Esta inversão é paradigmática do que as mídias tentam fazer com a realidade. Elas distorcem a realidade, invertem posições e criam novas realidades. As capas da revista *IstoÉ*, por exemplo, seriam simulacros dessa realidade. Para Charaudeau, o que as mídias transmitem é algo construído a partir do espaço público, não aquilo que ocorre na realidade social.

A informação é essencialmente uma questão de linguagem, e a linguagem não é transparente ao mundo, ela apresenta sua própria opacidade através da qual se constrói uma visão, um sentido particular do mundo. Mesmo a imagem, que se acreditava ser mais apta a refletir o mundo como ele é, tem sua própria opacidade, que se descobre de forma patente quando produz efeitos perversos (...) ou se coloca a serviço de notícias falsas (...) A ideologia do “mostrar a qualquer preço”, do “tornar visível o invisível” e do “selecionar o que é mais surpreendente” (as notícias ruins) faz com que se construa uma imagem fragmentada do espaço público, uma visão adequada aos objetivos das mídias” (CHARAUDEAU,2010, p. 19-20).

Capa 4



Finalmente, a Capa 4, montada num momento em que Fernando Haddad mostrou uma tendência de reação nas pesquisas eleitorais, *IstoÉ* apresentou, nesse número, um cenário ameaçador e caótico caso Haddad sagra-se vitorioso. *O Cavalo de Tróia* foi uma estratégia de guerra ardilosa, engenhosa e destrutiva realizada pelos gregos para invadir e destruir a cidade fortificada de Tróia. Na narrativa de Homero, os gregos exploram a “credulidade” do povo de Tróia que abre as portas da cidade para sua destruição. É essa a ideia que a revista tenta mostrar quando afirma por meio de texto e imagem que a invasão petista era algo óbvio, uma história que se repetiria. Dentro do cavalo os petistas, não aqueles das políticas públicas de combate à fome e a pobreza, mas aqueles ávidos por pilhar o Estado brasileiro. Corruptos e malfeitores. Senadores, ex-presidentes, governador, o mais importante estrategista da vitória do primeiro mandato de Lula como presidente. A nata do partido assaltando o Planalto Central, a fortaleza modernista de Niemeyer. No coração dessa engenhoca

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

o raivoso Lula. Haddad é o cabeça do grupo. Nenhum deles olha para o leitor. Parecem não se importar com eles. A cor laranja agora predomina na capa, não mais o vermelho diabólico do PT. O laranja representa o fogo, a destruição, o caos que parece assolar Brasília representada no plano de fundo. Simbolicamente, portanto, o Cavalo de Tróia poderia representar o que a urna nos revelaria enquanto surpresa nas eleições de 2018 se os votos depositados fossem no PT.

Talvez essa seja a capa, dentre as capas analisadas, que o aspecto ideológico da composição fica mais evidente. Desde a lógica da leitura ocidental, onde o Dado está à esquerda (aquilo que conhecemos ou o produtor supõe que conhecemos) e o Novo que está à direita, (aquilo que se quer enfatizar) à utilização das cores e distribuição das imagens na capa apontam para uma mensagem de ameaça. O Dado na Capa 4 é uma parte do Palácio do Planalto no primeiro plano, tendo o Cavalo de Tróia logo à sua frente, no mesmo sentido de direção o Congresso Nacional, só que em segundo plano. Conhecidos agentes e conhecidos símbolos de poder da República frente a frente. O Novo, à direita, é aquilo que ainda não se conhece mas se cria uma expectativa sobre o que pode vir a acontecer. Neste caso a ameaça. O “invasor” de costas para a Catedral de Brasília (Catedral Metropolitana Nossa Senhora Aparecida). No topo a mensagem idealizada: O CAVALO DE TRÓIA MAIS ÓBVIO DA HISTÓRIA. Com letras diferentes mostra uma das saliências na composição. A ameaça se concretiza no real a partir do texto logo abaixo que indica o retorno ao poder da chamada “camarilha de malfeitores petistas”, comandada por Lula, aquele que assaltou o Brasil. A capa em sua tomada longa, com os tons em laranja e a impessoalidade da imagem torna possível, concreto, uma verdade óbvia da história o assalto, o caos, a ameaça.

Foi a partir do plano simbólico, do plano material, do plano prático, do campo intelectual que a grande mídia brasileira construiu suas estratégias discursivas para promover uma virada político-



SUMÁRIO

institucional e ideológica na sociedade brasileira. E fez parecer que esse processo de mudança ocorreria naturalmente, como resultado da necessidade democrática de alternância no poder. Como disseram Natividade e Pimenta (2009), os produtores de capas de revista utilizam bem as estratégias para seduzir o leitor.

Vimos como as capas da *IstoÉ*, no segundo turno das eleições presidenciais de 2018, utilizaram de elementos fantasiosos direcionados para o seu público-alvo, explorando o contexto e a linguagem para produzir os seus efeitos de sentido. Parece ter logrado êxito.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se no passado a imprensa jogava cascas de bananas no chão para derrubar os mais desavisados do PT, nos anos mais recentes a grande mídia brasileira mobilizou o seu arsenal institucional e simbólico, convocou uma legião de jornalistas e articulistas de perfis mais conservadores, da nova e da velha geração, para influenciar de maneira decisiva o resultado das eleições em 2018. Para isso fez uma escolha política não assumida explicitamente, mas que parecia ser antagônico ao campo político popular, progressista e de esquerda. O conhecimento que a imprensa brasileira fez circular – ancorado nos pressupostos do jornalismo moderno e científico, inspirado num contexto cultural atravessado por desigualdades regionais, econômicas, sociais, educacionais, e assentado num *modus operandi* que faz convergir o poder político e o poder econômico das elites dominantes – traduz uma realidade política brasileira esvaziada de seus objetivos públicos e republicanos. O discurso de crítica e combate aos políticos corruptos, às práticas fisiológicas dos partidos políticos e a defesa de uma expectativa de renovação na política escondeu que nada disso poderia acontecer à margem da própria política.

## SUMÁRIO

Para Werneck Sodré, a imprensa, mais do que nunca, se compatibilizava com o regime, com as classes e com as forças políticas dominantes (RIBEIRO, 2015, p. 278). “Quando a imprensa, como aqui e agora, modula um coro repetitivo de louvação ao neoliberalismo, está claro e evidente que perdeu a sua característica antiga de refletir a realidade” (SODRÉ, 2011, citado por RIBEIRO, 2015, p. 278). Mino Carta, em entrevista, disse que o jornalismo desempenha um papel muito importante no Brasil. “No Brasil ainda estão de pé as casas grandes e as senzalas, então, contribuir de alguma forma para a demolição delas, algo que não enxergo como uma coisa próxima, me parece ser uma tarefa brilhante, que a mídia brasileira não cumpre” (CARTA, 2013). Parte dessa “promessa” não cumprida está diretamente vinculado ao fato de que a grande imprensa brasileira tem só um lado, o lado das “elites endinheiradas”, como diz Jessé Souza. Esta característica da imprensa brasileira traz como consequência um discurso hegemônico que produz também uma cosmovisão hegemônica das elites. Essa hegemonia anula e silencia outras vozes, outros discursos.

A *IstoÉ*, ao longo de sua trajetória e de seu processo de institucionalização e legitimação – desde o primeiro corpo editorial até o mais recente, entre um regime de exceção e um regime democrático frágil e sempre ameaçado –, foi afirmando sua identidade editorial e se situando no espectro político-ideológico brasileiro, ao ponto de demonstrar seu antipetismo não só nas capas de suas edições, mas também nos demais gêneros discursivos e jornalísticos presentes na revista. Neste caso, o discurso da revista ocupa um lugar político com um claro viés ideológico, nem sempre assumido. A revista se apresentou como porta-voz de camadas da sociedade brasileira que vão da classe média conservadora à setores das elites, alimentadas ideologicamente pelo discurso do antipetismo e da mudança redentora.

Parece ter sido isso o que moveu a revista *IstoÉ* a produzir, reproduzir e reforçar um dado significado sobre o cenário de disputa

SUMÁRIO

política nas Eleições presidenciais em 2018 no Brasil. A política, reduzida à práticas de corrupção; ao antagonismo entre a esquerda de um único partido e a direita convertida à guardiã dos valores da moral e da ética da sociedade como um todo e; à uma ideia de mudança e renovação que nega a política, prescinde da democracia e promove o tecnocrata à político de plantão, agoniza nos escombros da alienação política produzida pela manipulação das consciências e dos sentimentos da população brasileira em torno dessa que é, segundo Hanna Arendt, uma das principais atividades humanas, a Política.

O discurso atravessa a realidade e constrói outra coisa a qual chamamos de (real)idade, tão provisória quanto o enunciado da última capa de revista.

REFERÊNCIAS

ARENDR, Hanna. *O que é Política?* 7. Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. 3. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2012.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet 2.ed.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

BRITO, Regina Célia Lopes; PIMENTA, Sonia Maria de Oliveira. O. A gramática do design visual. In: LIMA, Cássia Helena Pereira; PIMENTA, Sonia Maria de Oliveira; AZEVEDO, Adriana Maria T. de (Orgs.). *Incursões semióticas: teoria e prática de gramática sistêmico-funcional, multimodalidade, semiótica social e análise crítica do discurso*. Rio de Janeiro: Livre Expressão, 2009. p. 87-117.

CARTA, Mino. *Mino Carta: entrevista* [1988]. Entrevistador: Jô Soares. (S. l.): YouTube, 10 jan. 2017. Entrevista concedida ao Programa Jô Soares Onze e Meia. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=ZuFFiNgVz0>>. Acesso em: 20 out. 2018.

CARTA, Mino. *De Veja à Carta Capital, um olhar sobre comunicação*. [13 de maio de 2013]. São Paulo: Portal Vermelho, 2013. Entrevista concedida ao

SUMÁRIO

Jornal O Povo. Disponível em: <[http://www.vermelho.org.br/noticia\\_print.php?id\\_noticia=213422&id\\_secao=61](http://www.vermelho.org.br/noticia_print.php?id_noticia=213422&id_secao=61)>. Acesso em: 14 nov. 2018.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso Político*. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2010.

CORTELA, Mario Sergio; RIBEIRO, Renato Janine. *Política para não ser idiota*. 9. ed. Campinas: Papiros 7 Mares, 2010 (Coleção Papiros Debates).

DÍAZ, Esther. *A filosofia de Michel Foucault*. São Paulo: Editora Unesp, 2012.

FOUCAULT, Michel. *A Ordem do Discurso*. Aula Inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 23.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2013.

FOUCAULT, Michel. *A verdade e as formas jurídicas*. Rio de Janeiro: NAU Editora, 2003.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 22ª ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

GOODWIN JÚNIOR, James William. O papel da imprensa no ambiente urbano. In: *Cidades de papel: imprensa, progresso e tradição: Diamantina e Juiz de Fora, MG (1884-1914)*. Belo Horizonte, Fino Traço, 2015, p. 101-282.

HALLIDAY, M. A. K. *An introduction to functional grammar*. Edition, London: Arnold, 1985.

JARDIM, Trajano Silva; BRANDÃO, Iolanda Bezerra dos Santos. Breve histórico da imprensa no Brasil: desde a colonização é tutelada e dependente do Estado. In: *UNIEURO*, Brasília, número 14, 2014, pp. 131-171.

KRESS, Gunther, VAN LEEUWEN, Theo. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Hodder Education, 2001.

KRESS, Gunther, VAN LEEUWEN, Theo. *Reading images: the grammar of visual design*. London, New York: Routledge, 2006.

LIMA, Cássia Helena Parreira; SANTOS, Zaira Bomfante. Contextualizando o contexto: um conceito fundamental na Semiótica Social. In: LIMA, Cássia Helena Pereira; PIMENTA, Sonia Maria de Oliveira; AZEVEDO, Adriana Maria T. de (Orgs.). *Incursões semióticas: teoria e prática de gramática sistêmico-funcional, multimodalidade, semiótica social e análise crítica do discurso*. Rio de Janeiro: Livre Expressão, 2009. p. 30-47.

MACHIAVELLI, Christianne. *Entrevista: "A imprensa 'comprava' tudo."* Assessora de Sérgio Moro por seis anos fala sobre a Lava Jato. The Intercept

SUMÁRIO

Brasil. 30 outubro 2018. Entrevista concedida à The Intercept Brasil. Disponível em: < <https://theintercept.com/2018/10/29/lava-jato-imprensa-entrevista-assessora/>. > Acesso em: 06 nov. 2018.

NATIVIDADE, Cláudia; PIMENTA, Sonia Maria de Oliveira. Análise Crítica do Discurso, Gramática Sistemico-Funcional: a construção semiótica da Masculinidade. In: In: LIMA, Cássia Helena Pereira; PIMENTA, Sonia Maria de Oliveira; AZEVEDO, Adriana Maria T. de (Orgs.). *Incursões semióticas: teoria e prática de gramática sistemico-funcional, multimodalidade, semiótica social e análise crítica do discurso*. Rio de Janeiro: Livre Expressão, 2009. p. 227-249.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Nelson Werneck Sodré e a história da imprensa no Brasil. In: *Intercom*. São Paulo, v.38, n.2, p. 275-288, jul./dez. 2015.

RIBEIRO, Jaçanã. Resenha de “Discurso político” [CHARAUDEAU, P. – SÃO PAULO: CONTEXTO, 2006]. In: *Linguagem em (Dis)curso – LemD*, v. 9, n. 1, p. 181-185, jan./abr. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ld/v9n1/a09v9n1.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2019.

ROBERTO, Adriana Thomazotti Claro. Memória: fragmento de um processo histórico. In: *Plural: Revista do curso de pós-graduação em Sociologia*, USP, São Paulo, n. 7, 1º semestre, p. 5-20, 2000.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SANTOS, Fabio. Por que a criminalização da política interessa às grandes corporações? In: *Carta Maior*, 07 dez. 2013. Disponível em: <<https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Politica/Por-que-a-criminalizacao-da-politica-interessa-as-grandes-corporacoes-/4/29746>.> Acesso em: 06 nov. 2018

SANTOS, Zaira Bomfante; PIMENTA, Sônia Maria Oliveira. Da Semiótica Social à multimodalidade: a orquestração de significados. *CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada*, v. 12, n. 2, 2014, p. 295-324.

SANTOS, Denise Ferreira dos. *Discurso e as eleições presidenciais de 2014: manifestação etné nas capas das revistas Época, IstoÉ e Veja à luz da semiolinguística e da gramática do design visual*, 2017. 212f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens, Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

SANTOS, Boaventura Souza. *O Brasil será uma ‘zona de sacrifício’ na geopolítica dos EUA*. [25 nov. 2018]. São Paulo: Carta Capital, 2018. Entrevista concedida à Radio France Internationale. Disponível em: <<https://>

[www.cartacapital.com.br/sociedade/201co-brasil-sera-uma-2018zona-de-sacrificio-na-geopolitica-dos-eua201d](http://www.cartacapital.com.br/sociedade/201co-brasil-sera-uma-2018zona-de-sacrificio-na-geopolitica-dos-eua201d)>. Acesso em: 25 nov. 2018.

SOUZA, Jessé. *A radiografia do Golpe*: entenda como e por que você foi enganado. Rio de Janeiro: Leya. 2016.

SOUZA, Jessé. *A elite do atraso*: da escravidão à Lava Jato. Rio de Janeiro: Leya. 2017.

TOLEDO, Caio Navarro de. 1964: O golpe contra as reformas e a democracia. In: *Revista Brasileira de História*. São Paulo, 2004, v. 24, nº 47, p.13-28.

## SUMÁRIO

# 10

Joarle Magalhães Soares

## **O LEÃO BOLSONARO CONTRA AS HIENAS DA DEMOCRACIA**

*BOLSONARO LION AGAINST  
THE DEMOCRACY HYENAS*

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.363.278-304

SUMÁRIO

RESUMO:

Como se estabelece a relação discursiva entre o presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, e os entes constituintes do regime democrático? E quais desses entes ele considera como principais “inimigos”? Por meio da análise de um vídeo postado pelo presidente no Twitter, em outubro de 2019, o capítulo busca responder a esses questionamentos, recorrendo aos conceitos da Linguística Sistêmico-Funcional de Halliday para analisar o conteúdo imagético, textual e discursivo do material. A postagem se caracteriza como uma metáfora, na qual Bolsonaro, no meio da savana africana, é um leão acochado e perseguido por um grupo de hienas, identificadas como sendo entes do sistema democrático (instituições, partidos políticos, veículos de imprensa, movimentos sociais entre outros). A análise apresenta elementos que caracterizam esse processo de significação, o meio em que ele se dá e as escolhas discursivas feitas pelo presidente para construir os significados. Considerando o contexto de cultura e analisando o contexto de situação, o vídeo se enquadra dentro do gênero meme, pelos elementos de estilo identificados. Além disso, numa classificação do conteúdo em seqüências narrativas, propõe-se identificar de que maneira os significados agrupados pelas metafunções da linguagem (textual, interpessoal e ideacional) ajudam a constituir, mesmo num produto audiovisual, o sentido do discurso presidencial, sustentado por marcas do autoritarismo.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso; LSF; Bolsonaro; Democracia; Meme.

ABSTRACT:

*How is the discourse relationship established between the Brazilian President, Jair Bolsonaro, and the entities of the democratic regime? And which of these entities does he consider to be his main “enemies”? Through the analysis of a video posted by the president on Twitter, in October 2019, the chapter seeks to answer these questions, using Halliday’s Systemic-Functional Linguistics. The post is characterized as a metaphor, in which Bolsonaro, in the middle of the African savannah, is a lion harassed and chased by a group of hyenas, identified as members of the democratic system (institutions, political parties, press media, social movements and others). The analysis presents elements that characterize this meaning construction process, the social media in which it takes place and the discursive choices made by the president to construct the meanings. Considering context of culture and context of situation, the video falls within the meme genre, due to the style elements identified. In addition, in a classification of the content in narrative sequences, it is proposed to identify how the meanings grouped by the metafunctions of language (textual, interpersonal and ideational) help to constitute, even in an audiovisual product, the sense of presidential speech, supported by brands of authoritarianism.*

KEYWORDS: Speech; SFL; Bolsonaro; Democracy; Meme.



## INTRODUÇÃO

Quais seriam as características ideais de um candidato eleito para ser o presidente de um país? A questão que parece relativamente simples pode ser bem mais complexa do que se imagina. E, no Brasil de 2019, recorrer ao bom senso já não era mais a melhor maneira de encontrar a resposta. Com a chegada de Jair Bolsonaro à Presidência da República, há muito o que dizer sobre o discurso, a forma de governar e o jeito de fazer política do atual chefe de Estado. Ao contrário do que se pensa para um político em início de mandato, o presidente do Brasil não procura a conciliação, gosta do embate, seja com seus adversários políticos, com seus críticos, com a imprensa, com as instituições ou até mesmo com seus próprios eleitores.

Como constata a revista *Veja*, em reportagem de 10 de abril de 2019, já nos primeiros meses de governo, foram incontáveis as manifestações de Bolsonaro que acabaram insuflando ataques, polarização de opiniões, preconceito, ódio e polêmicas, dentro e fora da mídia e também dentro do universo das redes sociais, em especial o *Twitter*, onde o debate passou a se estabelecer de forma vigorosa, mexendo com a opinião pública.

Nos 100 primeiros dias de Bolsonaro na Presidência da República, acompanhar o que ele, seus filhos e sua equipe escrevem nas redes sociais foi mais relevante — e, em alguns casos, assustador — do que estar a par dos decretos e portarias publicados no *Diário Oficial da União*. Animados pelos ótimos resultados obtidos com o uso intensivo das redes na campanha eleitoral de 2018, Bolsonaro e companhia continuam a digitar freneticamente comentários, anúncios, explicações, desabafos e uma penca de provocações políticas, coisa tão própria do universo digital<sup>31</sup>.

<sup>31</sup> Disponível em <https://veja.abril.com.br/politica/republica-dos-tuites>. Acesso em 2 ago. 2019.

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

Acessível por computadores e *smartphones* conectados à Internet, o *Twitter* se tornou o espaço preferencial destinado a abrigar os temas que regem o debate político no Brasil. Numa alusão aos tempos da Grécia Antiga, essa rede social, nos dias atuais, passou a funcionar de modo semelhante à *ágora*, o espaço da *pólis* onde o debate público se colocava de forma mais enfática.

Essa “República dos tuítes” (expressão que dá título à reportagem de Veja), comandada por Bolsonaro, parece ter também como característica um modo de governar que desafia as instituições e a falta de compromisso (do presidente) com a verdade. Suas declarações, assim como aquelas de seus três filhos políticos e de seus ministros e integrantes da equipe de governo bebem na fonte da “autoverdade”, ou seja, constroem discursos sob um modo peculiar de interpretar a realidade, baseado em crenças e visão de mundo desconectadas de fatos e de conhecimento científico. O presidente lidera um grupo adepto ao princípio de que quanto mais barulho, melhor, desde que suas mensagens e ações fortaleçam a polêmica e alimentem a polarização política estabelecida nas eleições de 2018 entre esquerda e direita. Sob o governo Bolsonaro, a pluralidade de ideias e opiniões comuns e próprias ao espaço discursivo democrático parece ter sido sufocada por um debate marcado por teses antagônicas e inconciliáveis, que alimentam uma disputa de narrativas cada dia mais acirrada.

Uma dessas disputas passa pela concepção do que é democracia e do que não é. Até onde o discurso de Bolsonaro e as ações dele decorrentes podem trazer prejuízos ao sistema democrático brasileiro? Essa é uma das questões que pairam. Como definem Rollemberg e Quadrat (2010), o conceito de democracia remete a um sistema de governo com eleições regulares, liberdade de imprensa e de organização, alternância de poder, independência dos três poderes e o direito de qualquer cidadão votar e ser votado. Como será visto neste artigo, alguns aspectos que ajudam a caracterizar o regime democrático

## SUMÁRIO

passaram a ficar comprometidos com a ascensão do ex-capitão do Exército ao poder. Mais especificamente, a liberdade de imprensa, de organização, e também a independência dos três poderes.

Sob a ótica da Linguística Sistêmico-Funcional de Halliday, será feita a análise de um vídeo postado pelo presidente no *Twitter*, em outubro de 2019, de modo a buscar respostas que caracterizem o seu processo de significação e as escolhas feitas por Bolsonaro para a construção de significados. Considerando o contexto de cultura e analisando o contexto de situação, pretende-se caracterizar o gênero no qual se enquadra a postagem. Além disso, numa observação das sequências narrativas que constituem o material ora abordado, propõe-se identificar como os significados agrupados pelas metafunções da linguagem (textual, interpessoal e ideacional) ajudam a constituir, mesmo num conteúdo audiovisual, o sentido do discurso presidencial.

## O TWITTER COMO PALANQUE VIRTUAL

Desde sua posse, em 1º de janeiro de 2019, o uso de redes sociais para produzir declarações polêmicas se tornou corriqueiro e passou a ser característico do novo governo. Um dos episódios mais marcantes desse comportamento de Bolsonaro foi a postagem, durante o Carnaval, de um vídeo obsceno gravado durante a passagem de um bloco de rua pelo centro de São Paulo. Levantamento da consultoria Bites mostrou que o político, em apenas três meses, assinou 781 posts no *Twitter*, uma média de 8,39 por dia. Resultado que quase dobra quando são somadas as publicações no *Facebook* e no *Instagram* — um total de 1524 mensagens, o que dá em média 16,3 textos diários.

Bolsonaro faz declarações e postagens diárias no intuito de estabelecer, segundo ele, um contato “sem filtro” com a população.

## SUMÁRIO

Assim como o presidente americano Donald Trump e o primeiro-ministro israelense Benjamin Netanyahu, com os quais afirma se alinhar ideológica e politicamente, ele usa o recurso da comunicação direta, sem intermediações. “Falar sem ser interrompido é tentador para os políticos”, afirma Marcelo Serpa, professor de comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, em entrevista à Veja<sup>32</sup>.

Além disso, ao utilizar as redes sociais como seu principal palanque, faz a opção de só ouvir o contraditório se quiser. Como defende a jornalista e escritora Eliane Brum, em texto publicado pelo site El País Brasil, na lógica da autoverdade, pela qual opera Bolsonaro, o valor está muito menos no que é dito e muito mais no fato de dizer. Para Brum, as redes sociais são o canal no qual o presidente diz a sua “verdade pessoal e autoproclamada”. “‘Dizer tudo’ é o único fato que importa. Ou, pelo menos, é o fato que mais importa. É esse deslocamento de onde está o valor, do conteúdo do que é dito para o ato de dizer, que também pode nos ajudar a compreender a ressonância de personagens como Jair Bolsonaro”<sup>33</sup>.

Para Kennedy Alencar, colunista de política da rádio CBN, esse modo de agir do presidente seria uma estratégia discursiva para normalizar polêmicas e absurdos, levando ao enfraquecimento da democracia. “Normalizar absurdos é como as democracias morrem. Isso se tornou comum no Brasil, especialmente sob o governo Bolsonaro, o que coloca, sim, a nossa democracia em risco”, afirma o jornalista em texto publicado no dia 19 de julho de 2019<sup>34</sup>. Recorrendo às ideias de Steven Levitsky e Daniel Ziblatt, autores do livro “Como as Democracias

<sup>32</sup> Disponível em <https://veja.abril.com.br/politica/republica-dos-tuites>. Acesso em 2 ago. 2019.

<sup>33</sup> Disponível em [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/07/16/politica/1531751001\\_113905.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/07/16/politica/1531751001_113905.html). Acesso em 4 ago. 2019.

<sup>34</sup> Disponível em <https://www.blogdokennedy.com.br/normalizar-absurdos-e-como-as-democracias-morrem>. Acesso em 4 ago. 2019.

SUMÁRIO

Morrem”, Alencar afirma que Bolsonaro ataca seus críticos e a imprensa para “disseminar na sociedade a ideia de que jornalistas mentem”.

Já a filósofa e matemática Tatiana Roque defende, em seu perfil no *Twitter*, que as “declarações abjetas” são a “verdadeira forma de governo” e que “colocá-las em segundo plano é normalizar Bolsonaro”<sup>35</sup>. Para ela, o discurso de Bolsonaro não é construído para ser usado apenas como uma estratégia de comunicação. Ela acredita que a maneira como o presidente se comunica é, na verdade, seu próprio modo de governar.

Até 30 de novembro de 2019, o perfil de Bolsonaro no *Twitter* contabilizava mais de 5,5 milhões de seguidores<sup>36</sup>, um número expressivo que evidencia a relevância desse palanque virtual como espaço de interação com eleitores. Para o presidente e a equipe que o assessora, essa mídia é um suporte no qual é possível anunciar novidades do governo sem a interferência da imprensa. É também um canal de comunicação ágil no qual Bolsonaro, com apenas o *smartphone* na mão, pode opinar sobre os assuntos que bem entender, no momento que desejar. “O *Twitter* é um dos principais palcos em que se encena o governo Bolsonaro: lá o novo presidente ataca a imprensa — seu alvo preferencial — e irrita aliados”, diz matéria da Revista *Época*<sup>37</sup>, publicada em abril de 2019.

A presença dele na rede, com um perfil oficial, assim como a de sua equipe de governo e ainda de seus filhos (os políticos Flávio, Carlos e Eduardo Bolsonaro), fortalecem o *Twitter* como um local onde as informações circulam antes mesmo de serem divulgadas pela imprensa ou órgãos do governo. É um espaço digital que possibilita a publicação

<sup>35</sup> Disponível em <https://twitter.com/tatiroque/status/1153105874367504386>. Acesso em 4 ago. 2019.

<sup>36</sup> Disponível em <https://twitter.com/jairbolsonaro>. Acesso em 30 nov. 2019.

<sup>37</sup> Disponível em <https://epoca.globo.com/bolsonaro-faz-do-twitter-seu-palanque-virtual-23572419>. Acesso em 10 jul. 2019.

SUMÁRIO

de conteúdos em texto, imagens, *hashtags* ou vídeos. Por meio desses recursos textuais, imagéticos e gráficos, o autor de uma publicação pode explorar sua capacidade de despertar emoções em outros usuários. A interação acontece virtualmente e fica registrada, possibilitando que reverbere de diversas maneiras possíveis, já que as publicações podem ser curtidas, comentadas e republicadas. Quanto mais engajamento uma publicação alcança, maior é sua disseminação naquele universo.

Uma das estratégias discursivas mais comumente usadas pelo presidente é publicar em seu perfil falácias para despertar a emoção em seus seguidores. Com o uso desses “raciocínios que parecem logicamente válidos, mas que não são” (Amossy, 2017, p. 24), o político critica seus adversários, defende suas ideias e semeia a discórdia.

Foi o que aconteceu no dia 28 de outubro de 2019. Como contou o portal de notícias do jornal o Estado de São Paulo<sup>38</sup>, Bolsonaro apareceu, em um vídeo publicado no *Twitter*, como um leão encurralado e prestes a ser atacado por hienas. Compartilhado por ele, o material gerou imensa repercussão instantânea e foi apagado aproximadamente duas horas depois, com a polêmica já instalada nas redes. A imagem do post é a da figura 01. A publicação ocorreu um dia depois do então presidente da Argentina, Mauricio Macri, aliado de Bolsonaro, ser derrotado nas eleições daquele país. Saiu vitoriosa a chapa encabeçada por Alberto Fernández, que tem a ex-presidente Cristina Kirchner como vice. Bolsonaro se considera política e ideologicamente inimigo de Kirchner, que já foi presidente da Argentina entre 2007 e 2015.

<sup>38</sup> Disponível em <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,em-video-bolsonaro-se-compara-a-leao-atacado-por-hienas-do-stf-psl-pt-e-onu,70003067155>. Acesso em 15 nov. 2019.

SUMÁRIO



Figura 01: o post de Jair Bolsonaro feito no Twitter no dia 28 de outubro. Fonte: Folha de São Paulo<sup>39</sup>.

Apesar do pouco tempo disponível no perfil do presidente, o vídeo foi visto mais de 1,3 milhão de vezes e disponibilizado em outros canais. A postagem faz referência às crises políticas e manifestações populares ocorridas em países da América Latina em 2019. Tais movimentos repercutiram de modo a enfraquecer aliados políticos do presidente nos outros países da região. A postagem seria uma reação a essa “onda de esquerda”, que poderia chegar também ao Brasil. No texto, ele ainda inclui seu *slogan* de campanha (Brasil acima de tudo, Deus acima de todos), como uma forma de conectar o conteúdo da postagem a seus eleitores.

<sup>39</sup> Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/10/bolsonaro-admite-erro-em-video-com-hienas-pede-desculpas-e-promete-retratacao.shtml>. Acesso em 6 abr. 2020.

## LEÃO CONTRA HIENAS

Apesar da montagem ter sido apresentada em post que a relacionou ao contexto político de outros países da América Latina, o que foi alvo de maior atenção da mídia, das redes sociais e de instituições envolveu o conteúdo do vídeo<sup>40</sup> propriamente dito, pela forte mensagem antidemocrática que propagou. Com duração de 1 minuto e 25 segundos, o material foi produzido de forma amadora com base em um filme<sup>41</sup> de 3 minutos e 33 segundos do canal britânico *BBC Earth*, que o publicou na plataforma *YouTube* em dezembro de 2018.

Nas imagens, um leão identificado como “Presidente Bolsonaro” afugenta um grupo de hienas indicadas no vídeo como sendo as instituições, os partidos políticos, os veículos de imprensa e outras representações que estariam perseguindo o presidente. A cena se passa em algum lugar da savana africana e na lista das hienas que acoçam o leão estão o Supremo Tribunal Federal (STF), órgão maior de representação de um dos três poderes da República; a Organização das Nações Unidas (ONU); o Partido Social Liberal (PSL), ao qual o presidente estava filiado no dia da publicação; siglas da oposição, como o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido Comunista do Brasil (PCdoB); veículos de imprensa, como TV Globo, Folha de São Paulo e Revista Veja; a Confederação Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), instituição da Igreja Católica; a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB); movimentos sociais como o dos Sem Terra (MST) e Brasil Livre (MBL); e até mesmo o grupo Greenpeace (Organização Não Governamental que atua em defesa do meio ambiente), a “Lei Rouanet”<sup>42</sup> e pessoas

<sup>40</sup> Disponível em <https://youtu.be/tGrukTfoPAg>. Acesso em 15 nov. 2019.

<sup>41</sup> Disponível em <https://youtu.be/a5V6gdu5ih8>. Acesso em 15 nov. 2019.

<sup>42</sup> Lei Rouanet é uma legislação federal de incentivo à cultura, aprovada em 1991, que autoriza artistas e produtores culturais a captar recursos junto a empresas, que ganham isenção tributária como contrapartida ao patrocínio. Na narrativa dos eleitores de Bolsonaro, a Lei Rouanet seria uma espécie de mecanismo ora para fortalecer o comunismo internacional, ora como fonte de corrupção do marxismo cultural.

## SUMÁRIO



## SUMÁRIO

classificadas como “isentão<sup>43</sup>” foram marcadas como hienas, que, na metáfora de Bolsonaro, estariam também contra o seu governo. No meio da briga selvagem, o leão “Presidente Bolsonaro” chega a dar sinais de derrota, mas resiste e até abocanha o adversário “Lei Rouanet”.

Na sequência do filme, outro leão, chamado de “conservador patriota” observa de longe a cena até iniciar o ataque para ajudar o “Presidente”. Feroz, ele contra-ataca, espanta as hienas com um forte rugido e acaba vencendo seus inimigos. Ao final da montagem, a frase “Vamos apoiar o nosso presidente até o fim. E não atacá-lo. Já tem a oposição para fazer isso!” aparece sobreposta às imagens da fuga das hienas. Os leões celebram a vitória esfregando as júbas. O vídeo se encerra com a transição de imagens da bandeira do Brasil para a de Bolsonaro de braços abertos. A trilha sonora épica dá espaço a uma gravação do presidente repetindo o seu lema de campanha: “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”.

Para a imprensa, que amplamente divulgou o episódio, mais uma vez foi colocada em cheque a simpatia do presidente pela democracia. O *post* se configurou como uma declaração explícita na qual Bolsonaro externou, de maneira metafórica, suas opiniões a respeito daqueles que o criticam. Uma posição que vêm de encontro àquilo que é base para o sistema democrático: pluralidade de pensamentos, que implica no trânsito livre de opiniões pelo espaço público e na coexistência pacífica das diferenças. No ambiente democrático, a liberdade de expressão não pode ser tolhida e chamada de ataque. Da mesma forma, a atuação do Supremo Tribunal Federal deve ser independente e não alvo de escrutínio público do próprio presidente da República.

<sup>43</sup> Isentão é como os apoiadores de Bolsonaro costumam chamar quem não adere por completo a tudo o que o presidente diz e defende. O termo é usado de maneira pejorativa, como se a opção por não se posicionar de maneira radical a favor de uma ideia ou de um movimento político fosse um ato covarde, vil e imoral.

SUMÁRIO

Contabilizando o número de vezes em que cada “inimigo” do chefe do Executivo apareceu na montagem, é possível inferir quais deles podem ser apontados como sendo os mais críticos ao governo, levando em conta nessa classificação, além da frequência de aparição, os episódios políticos e midiáticos ocorridos ao longo de 2019 que geraram diversos embates entre Bolsonaro e seus “opositores”. Na tabela 1, estão relacionados os atores identificados como hienas e a frequência com que são mostrados.

**Tabela 01: atores identificados na montagem postada por Bolsonaro e o número de vezes em que foram citados.**

Hienas que atacam o leão	Tipo de instituição	Aparições
TV Globo	imprensa	5
Jornal Folha de São Paulo	imprensa	3
PT	partido político	3
Revista Veja	imprensa	2
PCdoB	partido político	2
ONU	organização de cooperação internacional	2
PSL	partido político	2
PDT	partido político	2
PSOL	partido político	2
“Isentão”	visão política-ideológica	2
Feminismo	movimento social	2
Via Sensata	canal no YouTube	2
Jornal o Estado de São Paulo	imprensa	2
OAB	instituição de representação	2

SUMÁRIO

MST	movimento social	2
STF	órgão máximo do poder judiciário	1
PSDB	partido político	1
Greenpeace	ONG de âmbito internacional	1
Rádio Jovem Pan	imprensa	1
CUT	representação sindical	1
Força Sindical	representação sindical	1
CNBB	igreja	1
MBL	movimento social	1
“Lei Rouanet”	lei de incentivo à cultura	1

Entre os 24 atores apontados como “inimigos” do presidente, a maior parte deles é formada pela imprensa e partidos políticos, seguidos pelos movimentos sociais e representações sindicais. No grupo que teve apenas uma aparição como hiena, estão a CNBB e o STF, que reagiu à postagem de Bolsonaro com uma dura declaração do ministro Celso de Melo, condenando a postura do chefe do Executivo. Segundo o decano, a atitude é de quem desconhece o princípio democrático da separação dos poderes.

A ser verdadeira a postagem feita pelo Senhor Presidente da República em sua conta pessoal no “Twitter”, torna-se evidente que o atrevimento presidencial parece não encontrar limites na compostura que um Chefe de Estado deve demonstrar no exercício de suas altas funções, pois o vídeo que equipara, ofensivamente, o Supremo Tribunal Federal a uma “hiena” culmina, de modo absurdo e grosseiro, por falsamente identificar a Suprema Corte como um de seus opositores. Esse comportamento revelado no vídeo em questão, além de caracterizar absoluta falta de “gravitas” e de apropriada estatura presidencial, também constitui a expressão odiosa (e profundamente lamentável) de quem desconhece o dogma da separação de poderes e, o que é mais grave, de quem teme um Poder Judiciário independente e consciente de que

## SUMÁRIO

ninguém, nem mesmo o Presidente da República, está acima da autoridade da Constituição e das leis da República. É imperioso que o Senhor Presidente da República – que não é um “monarca presidencial”, como se o nosso País absurdamente fosse uma selva na qual o Leão imperasse com poderes absolutos e ilimitados – saiba que, em uma sociedade civilizada e de perfil democrático, jamais haverá cidadãos livres sem um Poder Judiciário independente, como o é a Magistratura do Brasil<sup>44</sup>.

A nota divulgada por Celso de Melo, além de dar o tom do clima de embate predominante na esfera pública, provoca desdobramentos e reverbera a polêmica inicial, deixando transparecer os motivos que sustentaram questionamentos e dúvidas em relação às atitudes antidemocráticas do presidente da República.

## O MEME COMO GÊNERO DISCURSIVO

Com o intuito de analisar, sob a perspectiva da Linguística Sistêmico-Funcional de Halliday, como ocorre a produção de significados na postagem do presidente, é preciso, primeiramente, caracterizar esse material como um gênero discursivo que possui elementos característicos dos memes. Esse modo de linguagem é capaz de proporcionar efetivos atos de fala geradores de sentido como num ato de comunicação discursivo.

Apesar de ter ganhado destaque neste início do século XXI, o termo meme foi originalmente cunhado pelo etólogo Richard Dawkins em 1976, quando apareceu pela primeira vez no livro *The selfish gene* (O gene egoísta). Embora Dawkins tenha definido o meme como “uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de

<sup>44</sup> Disponível em <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/10/29/apos-bolsonaro-postar-video-com-critica-ao-stf-ministro-diz-que-atrevimento-parece-nao-ter-limites.ghtml>. Acesso em 30 nov. 2019.

SUMÁRIO

imitação” (DAWKINS, 2007, p.330), alguns estudiosos têm variado e complementado essa definição.

Susan Blackmore (2000) defende que os memes são histórias, canções, hábitos, habilidades, invenções e maneiras de fazer coisas que copiamos de uma pessoa para outra através da imitação. Uma força poderosa que molda nossa evolução cultural, um correspondente do gene no âmbito cultural e da linguagem. Para Fontanella, no contexto das práticas comunicacionais da Internet, o conceito de meme abrange também “ideias, brincadeiras, jogos, piadas ou comportamentos que se espalham através de sua replicação de forma viral” (2009b, p. 8) e que, por vezes, são caracterizados pela repetição de um modelo formal básico, manifestando-se por meio de vídeos, frases, *hashtags*, foto-legendas, tirinhas entre outros.

Os memes, em grande parte, são produzidos em baixa qualidade técnica, possuindo, em alguns casos, um aspecto grosseiro e intencionalmente descuidado, com palavras abreviadas e erros de grafia, além de serem realizados de forma rápida, lúdica e com uma aparente pretensão de fazer rir, não necessariamente provocando humor. De modo geral, o conteúdo temático é relacionado aos assuntos do dia a dia, às interações sociais, ao debate político, às questões de relacionamento entre pais e filhos, casais, patrão e empregados, professor e alunos, etc. São conteúdos corriqueiros, comuns no cotidiano, que atuam para suscitar identificação do sujeito leitor.

No caso do vídeo do leão e das hienas, estão presentes algumas características que o enquadram dentro do gênero meme. É uma montagem de baixa qualidade técnica, que apresenta um aspecto descuidado, erros de grafia, com uma mensagem ligada ao debate político, que tem a clara intenção de despertar identificação com os eleitores do presidente Bolsonaro. Como explica Silva (2012), citando Eggins (1994) e Martin (1994), o gênero discursivo é uma atividade social organizada em estágios, com propósitos, orientada a um ou

mais objetivos, na qual as pessoas se engajam como membros de uma cultura de modo a organizarem suas vidas. Recorrendo a Bakhtin (2003), Silva (2012) acrescenta que um gênero está mais ligado a uma situação social de interação que o constitui do que às suas propriedades formais.

(...) quando se ouve alguém ou se lê um texto escrito, já se advinha uma possível extensão, uma determinada construção composicional, e tem-se uma sensação de conjunto do discurso (Bakhtin, 2003), pois o gênero discursivo, como forma enunciativa estável, é dependente do contexto e da cultura além dos elementos linguísticos (Machado, 2005). (SILVA, 2012, p. 42)

Mesmo apagada da rede social por Bolsonaro, a mensagem contida no vídeo reverberou rapidamente e se tornou pauta de um forte debate na esfera pública. A intensidade dessa repercussão está muito relacionada ao que é chamado na Linguística Sistemico-Funcional (LSF) de contexto de situação e de contexto de cultura. Ao analisarem as contribuições de Eggins (2005) e Halliday (1985) na construção desses conceitos, Lima, Pimenta e Azevedo (2009) discorrem sobre a relação entre contexto e texto no processo de interação.

Para a LSF não existe texto livre de ideologia, e esta é definida inclusive em cada escolha lexical, cada qual determinando posições e valores particulares. Mas, como a linguagem é usada em diferentes contextos sociais, a LSF não considera que tais escolhas sejam certas ou erradas, mas sim apropriadas ou inapropriadas para cada contexto. O conceito do contexto poder ser, então, tanto de situação, quanto cultural. Este segundo abarca mais do que o ambiente imediato, resgatando a história cultural dos participantes que sustenta o processo de interação verbal. (LIMA, PIMENTA e AZEVEDO, 2009, p. 39 e 40)

Por sua vez, o *Twitter* ajuda a caracterizar o contexto de situação. Ali foram construídos os significados da interação: o alcance dessa mensagem, que chegou a milhões de seguidores simultaneamente (relações); o ambiente político e discursivo polarizado que se firmou no Brasil com a eleição de Bolsonaro (campo); e o ambiente midiático (canal)

## SUMÁRIO

no qual se difundiu reuniram um conjunto de sistemas de significação inter-relacionados (modo). Assim se configuraram os componentes do contexto de situação, onde se deram as interpretações discursivas da postagem, fornecendo “uma gama de informações a respeito dos significados ali construídos e negociados” (SILVA, 2012, p. 37).

## SEQUÊNCIAS NARRATIVAS E METAFUNÇÕES

O termo “funções” é considerado pela Linguística Sistêmico-Funcional como sendo um sinônimo para uso da língua, ou seja, corresponde à maneira como as pessoas a utilizam (SILVA, 2012). A primeira função da linguagem é a produção de significados e dela variam três metafunções.

(...) falar de experiências externa e internas do indivíduo - metafunção ideacional; estabelecer relações com outras pessoas no meio social - metafunção interpessoal; e organizar a mensagem para com ela construir sentidos - metafunção textual (Magalhães, 2006). Segundo Neves (2004) (também Halliday ([1994], 2007, p.321), as metafunções ideacional e interpessoal denotam os propósitos gerais de todos os usos da linguagem, a saber, entender o ambiente / contexto e interagir com outras pessoas. A metafunção textual, por sua vez, realça esses propósitos e os torna possíveis de serem realizados, isto é, os torna discurso. (SILVA, 2012, p. 35)

Dividindo o meme do leão e das hienas em quatro sequências narrativas, é possível analisar de que maneira imagem, texto e som interagem para evidenciar características das três metafunções conceituadas na Gramática Sistêmico-Funcional. Na tabela 02, o conteúdo audiovisual e textual foi decupado para tornar mais explícitas essa divisão das sequências narrativas.

## SUMÁRIO

Tabela 02: Sequência das cenas no vídeo do leão e das hienas

Tempo de vídeo (em minutos e segundos)	Decupagem de cenas
00:01	Vídeo se inicia com trilha instrumental épica, com leão de costas para a câmera. A primeira hiena aparece correndo ao fundo. Ela é identificada com o símbolo do PT.
00:04	Hiena "PT" corre em frente ao leão, como se também passasse em frente à lente da câmera. Ele vira olhando em direção à câmera e aparece o texto "Presidente Bolsonaro" para identificá-lo. A imagem foca o rosto do leão.
00:08	Duas hienas passam na frente do leão, o circundando, com os símbolos do jornal Folha de São Paulo e da revista Veja. Outras aparecem como sendo a hiena "isentão" e a do partido PCdoB. O leão as observa com preocupação, um som de rugido é ouvido.
00:11	Surgem mais hienas. É o momento no qual aparecem aquelas que representam o Movimento Feminista, o STF e a TV Globo. O leão, que estava sentado, se levanta.
00:16	Imagem é cortada para mostrar três hienas que circundam o leão como se estivessem se aproximando dele. As hienas mostradas tem os símbolos da Globo e da ONU.
00:18	Leão ruge, vira de um lado para outro, enquanto a hiena PSL está próxima a ele. Hiena feminista passa rapidamente na imagem.
00:20	Hienas andam em volta do leão, que está assustado, tentando se desviar delas. Aparecem os símbolos da OAB, Greenpeace, Estadão e PSOL para identificar os animais.
00:24	Leão vai de um lado para outro e as hienas "isentão", do PSDB e do PSOL o cercam.
00:27	Hiena do MST atravessa em frente à câmera.
00:29	Duas hienas da "via sensata" circundam o leão, que vai de um lado para outro, a hiena Jovem Pan também se aproxima dele.
00:31	É mostrada a imagem de duas hienas lado a lado olhando atentas para o leão: uma com o símbolo do PT e outra com o da Globo.
00:33	Hiena "PSL" passa em frente ao leão, que ruge para espantá-la. É sua primeira reação de contra-ataque.

SUMÁRIO



SUMÁRIO

00:35	Num movimento de câmera, a cena mostra as hienas da CUT, Veja e Folha de São Paulo acossando o leão, que está agitado e começa a lutar pela sobrevivência.
00:38	Imagem em plano aberto mostra várias hienas em volta do leão, que tenta espantá-las. São identificadas as hienas “Lei Rouanet”, MBL e PT.
00:40	O leão ataca a hiena “Lei Rouanet” com uma mordida no pescoço.
00:41	No mesmo plano de filmagem, aparecem as hienas OAB e Força Sindical.
00:43	É feito um corte para um plano mais fechado, quando aparecem as hienas do MST, do PSOL e do PDT.
00:47	Em um ângulo aberto, o leão é cercado pelas hienas Folha de São Paulo, Estadão, Globo e ONU. Hiena do PDT também aparece para cercar o leão.
00:50	Novamente há um corte para um ângulo mais fechado, que mostra o leão com um olhar preocupado, enquanto passa ao lado dele, na espreita, a hiena da CNBB. É ouvido ao longe o rugido de outro leão.
00:53	O ritmo da trilha de fundo muda, saindo de um ritmo tenso para um esperançoso. Pela primeira vez, é mostrado o leão identificado como “conservador patriota”. O ângulo o mostra sozinho, em close, como se estivesse observando de longe o “Presidente Bolsonaro”.
00:57	“Bolsonaro” percebe a chegada do “conservador patriota”, olha em direção a ele e rugue como se estivesse pedindo ajuda, enquanto as hienas o circundam. São identificados os símbolos da Globo e do PCdoB.
00:59	O “conservador patriota” começa a andar pela savana, vindo ao encontro do leão “Bolsonaro”. Na imagem, por um ângulo aberto, pássaros brancos passam em frente à câmera, enquanto o leão caminha.
01:01	“Bolsonaro” observa a chegada do “conservador patriota”.
01:02	Com a imagem do conservador patriota vindo em direção ao bando de hienas, a frase “Vamos apoiar o nosso presidente até o fim!” é colocada no vídeo em primeiro plano.
01:03	A partir desse momento, o conservador patriota começa a espantar todas as hienas, que fogem com medo, amedrontadas por ele.

SUMÁRIO

01:07	Enquanto as hienas são espantadas, “Bolsonaro” observa a ação e, continuando os dizeres anteriores, surge a frase “E não atacá-lo!”.
01:09	Há um corte para mostrar as hienas fugindo amedrontadas. No primeiro plano da imagem, a frase “Já tem oposição para fazer isso!” é mostrada. Há uma transição para a cena na qual os dois leões se encontram, se acariciam e esfregam as jубas um no outro, até que a frase que faz referência à oposição desapareça.
01:15	A imagem dos leões se acariciando vai sumindo e surgindo, simultaneamente, a bandeira do Brasil tremulando e, em sequência, a imagem de Bolsonaro com os braços erguidos, sorrindo, vestindo terno e usando a faixa presidencial, olhando pra frente. Uma fotografia que faz referência ao dia de sua posse, em 1º de janeiro de 2019.
01:20	Fundindo-se com a fotografia de Bolsonaro, a bandeira do Brasil tremulando volta a aparecer e, agora, somente ela. O áudio do presidente dizendo seu slogan de campanha “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” é ouvido junto com o desfecho da trilha épica de fundo.
01:25	Fim do vídeo.

A primeira sequência narrativa a ser demarcada encontra-se entre o início (00:01) e a cena na qual duas hienas lado a lado (identificadas como PT e Globo) olham atentas para o leão (00:32). É um trecho de 32 segundos que funciona como apresentação da situação e dos atores que participam do momento discursivo. Os textos existentes se limitam a identificar o leão como “Presidente Bolsonaro” e as hienas que o atacam, identificadas por meio de símbolos, palavras e logomarcas inseridas no vídeo em cima de cada animal. Apesar de não haver orações nessa sequência, é possível associar essa edição das cenas à organização da mensagem, de modo a estabelecer as relações e a representação do mundo. É uma sequência organizada, em termos textuais, como uma estrutura que tem a informação dada como sendo a flagrante tensão entre o leão e as hienas, captada nas imagens filmadas na savana africana pela *BBC Earth*. Já o elemento Novo fica por conta da identificação dos

## SUMÁRIO

animais. Ao atribuir ações animais a pessoas, partidos, entidades e instituições, a montagem estabelece uma disputa, uma iminente ameaça de confronto, que vai se revelando ao longo do vídeo e se configura como uma representação em termos ideacionais.

A partir do momento 00:33, com a reação mais enérgica do leão para se livrar do bando de hienas, a tensão do confronto se eleva. Dá-se a segunda sequência narrativa, na qual o “Presidente Bolsonaro” ruge para espantar a hiena “PSL”, momento semanticamente importante, já que, na data da postagem, havia um conflito entre o presidente e seu partido, que culminou na saída dele para fundar outra legenda partidária. O segundo 00:40, no qual o leão ataca diretamente a “Lei Rouanet” com uma mordida no pescoço, é outro momento de tensão mais elevada, que captura uma situação política externa ao vídeo. Assim que iniciou o mandato, o presidente alterou as regras da Lei Rouanet para, segundo ele, “acabar com a mamata” de artistas. Este é um trecho do vídeo em que, observada a metafunção ideacional, mostra-se mais ações que ocorrem na briga entre os animais. As experiências internas e externas agem para representar o mundo, ou seja, importa na reação de contra-ataque do leão às hienas os participantes, os alvos a quem ele direciona o ataque, e as circunstâncias que estabelecem essa relação de conflito. É o que define o tipo de interação entre os participantes, evidenciada pela montagem no vídeo. Em termos interpessoais, tem-se uma situação de oferta: a narrativa procura mostrar e convencer o espectador da situação de ameaça em que se encontra o presidente.

A mudança no ritmo da trilha instrumental, com o surgimento do “patriota conservador” (minuto 00:53), marca a divisão para a terceira sequência narrativa, que se estende até a cena em que os dois leões esfregam as jубas felizes (minuto 01:15). Ao surgir como um “herói” que chega para salvar o “Presidente”, o segundo leão estabelece imediatamente um vínculo com o eleitor mais fervoroso de Bolsonaro. Per-

## SUMÁRIO

cebe-se a formação de uma configuração ideacional que estabelece participantes e processos. Há uma ação transformativa: o leão “herói” salva o leão “presidente”. Ao denominar esse novo ator como conservador patriota, o vídeo propõe uma interação para definir posições sociais e discursivas. Numa síntese de duas palavras, “conservador” e “patriota”, o leão é associado aos valores éticos e morais com os quais as pessoas que declararam voto no presidente afirmam se identificar, estabelecendo o caráter interpessoal desse momento da narrativa. Também nesse trecho, aparecem as seguintes orações “Vamos apoiar o nosso presidente até o fim! E não atacá-lo! Já tem oposição para fazer isso!”. Essa junção de textos e imagens reúnem aspectos que permitem associar a sequência a significados interpessoais. As orações são construídas sob o modo imperativo para cumprir a função de convocar os interlocutores a se posicionarem em defesa de Bolsonaro. Além disso, há questões textuais/composicionais presentes na sequência, como o uso de imagens e texto escrito.

Já o *gran finale* começa no minuto 01:15 e vai até 01:25. Nessa sequência, a imagem dos leões se acariciando vai sumindo e surge, simultaneamente, a bandeira do Brasil tremulando e também a imagem estática de Bolsonaro com os braços erguidos, sorrindo, vestindo terno e usando a faixa presidencial, olhando pra frente. É uma fotografia que faz referência ao dia da posse presidencial, em 1º de janeiro de 2019. Há ainda o áudio do presidente gritando seu slogan de campanha “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, que é ouvido nos segundos finais do vídeo. Esses elementos unidos, por serem tão característicos do discurso de Bolsonaro e se conectarem ao patriotismo defendido por ele, marcam escolhas semióticas nas quais é possível identificar traços das três metafunções da linguagem. No aspecto textual, organizam e resumem a mensagem contida em todo o vídeo (o Novo após o ataque e o salvamento); no ideacional, reforçam experiências que representam o mundo; e, ao mesmo tempo, no aspecto interpessoal, estabelecem relações de modo a aprofundar o significado da mensagem postada.

A mistura de imagens, texto, som e símbolos caracterizam o vídeo de maneira que ele se configure como uma mensagem geradora de inúmeras interações. O conjunto desses elementos unidos, mesmo não sendo todos eles gerados por orações, ajudam a construir significados abarcados pelas metafunções da Gramática Sistêmico-Funcional.

## O CONFRONTO COM A IMPRENSA

Interpretar o vídeo do leão e das hienas, observando de que maneira texto e contexto se relacionam e considerando os significados ideacionais, interpessoais e textuais presentes para produzir o ato de comunicação discursivo, ajuda a compreender as razões pelas quais esse meme se tornou catalisador de uma vigorosa discussão sobre o *modus operandi* atual da democracia brasileira. Ao identificar veículos de mídia como hienas, Bolsonaro mostra que considera a relação que tem com a imprensa um de seus principais embates. Eles surgem treze vezes na montagem, enquanto os partidos políticos aparecem doze, ou seja, são menos citados que a mídia. É como se o presidente dissesse que considera o trabalho da imprensa como uma força de oposição maior que a dos próprios partidos. A TV Globo (citada cinco vezes) e a Folha de São Paulo (três vezes) são as hienas mais presentes no confronto e são também aquelas que constantemente se tornam alvo de ataques feitos pelo governo.

Parece haver, por parte do presidente, uma tentativa de desqualificar o trabalho de jornalistas, cujo papel, dentro da democracia, de acordo com Bernardo Sorj (2010), é fazer um jornalismo de confrontação, ou seja, um jornalismo investigativo que denuncie atos de corrupção e abusos de poder. “Nas democracias de massas, a existência de um jornalismo livre que critique e denuncie os excessos e os atos ilegais do poder público e de seus funcionários

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

é uma condição básica da transparência, controle e participação dos cidadãos” (SORJ, 2010, p. 9). O embate e a crítica para desqualificar a mídia corresponderia a uma “tentação autoritária de políticos e de governos ultrapresidencialistas, que não aceitam críticas nem controles externos” (SORJ, 2010, p. 10).

Para o pesquisador da área de Gestão de Políticas Públicas da Universidade de São Paulo, Pablo Ortellado, postar conteúdos que estimulam ataques para manter um clima constante de polarização faz parte da estratégia de engajamento e comunicação de Bolsonaro.

[Ele] tem o entendimento de que apelar para certas temáticas, mobiliza a base e faz com que a mensagem se expanda. Se o Bolsonaro quer se comunicar com o seu público, ele não consegue fazer isso de uma forma mais sóbria, seguindo a liturgia do cargo. É por isso que ele se coloca como se estivesse em campanha permanente<sup>45</sup>.

De acordo com Ortellado, o presidente precisa instigar seus interlocutores de modo a manter o debate público em permanente tensão.

Os veículos podem enviar diversos tipos de mensagem para a sua audiência, não precisam ficar mobilizando apenas um grupo. As pessoas ligam a televisão para assistir ao jornal, abrem os sites para ler as notícias, existe uma distribuição que tem uma certa autonomia. Nas redes sociais você não tem isso. Para uma mensagem se difundir, você precisa fazer com que a pessoa que recebe a mensagem aperte o botão de compartilhar. E ela só vai fazer isso se ela estiver movida por um sentimento muito forte, seja de medo, raiva, indignação ou entusiasmo. Ou seja, você precisa ficar mobilizando constantemente, senão a mensagem não tem alcance.<sup>46</sup>

Ao mobilizar a base de apoiadores com a postagem de conteúdos que carregam mensagens e posições ideológicas

<sup>45</sup> Disponível em [https://www.huffpostbrasil.com/entry/bolsonaro-twitter-carnaval\\_br\\_5c802e15e4b06ff26ba54b1a](https://www.huffpostbrasil.com/entry/bolsonaro-twitter-carnaval_br_5c802e15e4b06ff26ba54b1a). Acesso em 10 jul. 2019.

<sup>46</sup> Disponível em [https://www.huffpostbrasil.com/entry/bolsonaro-twitter-carnaval\\_br\\_5c802e15e4b06ff26ba54b1a](https://www.huffpostbrasil.com/entry/bolsonaro-twitter-carnaval_br_5c802e15e4b06ff26ba54b1a). Acesso em 10 jul. 2019.

## SUMÁRIO

autoritárias, como no caso do vídeo do leão acossado pelas hienas, Bolsonaro constrói um discurso que desconsidera valores constitucionais. Mesmo se desculpando, em declaração dada ao jornal o Estado de São Paulo<sup>47</sup>, feita no dia 29 de outubro, parece agir para minar as instituições, atacando a credibilidade da imprensa e, principalmente, a de instituições e órgãos de representação que compõem a estrutura plural que deve sustentar a democracia.

Quando escolhe usar seu perfil no Twitter para divulgar um meme cuja mensagem representa uma metáfora na qual ele é um leão ameaçado pelos atores constituintes do sistema democrático, Bolsonaro reforça seu discurso de autoritarismo, marcado pelo embate.

## REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. *Apologia da polêmica*. São Paulo: Contexto, 2017.

Após vídeo de Bolsonaro com crítica ao STF, ministro diz que 'atreuimento' parece não ter 'limites'. *G1*, Brasília, 29 out. 2019. Disponível em <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/10/29/apos-bolsonaro-postar-video-com-critica-ao-stf-ministro-diz-que-atreuimento-parece-nao-ter-limites.ghtml>>. Acesso: 30 nov. 2019.

BLACKMORE, Susan. Three Problems with Memes. In: *The Meme Machine*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

Bolsonaro e a autoverdade. *El País*, Madri, 16 jul. 2018. Disponível em <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/07/16/politica/1531751001\\_113905.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/07/16/politica/1531751001_113905.html)>. Acesso: 4 ago. 2019.

Bolsonaro faz do Twitter seu palanque virtual. *Época*, Rio de Janeiro, 4 abr. 2019. Disponível em <<https://epoca.globo.com/bolsonaro-faz-do-twitter-seu-palanque-virtual-23572419>>. Acesso: 10 jul. 2019.

<sup>47</sup> "Me desculpo publicamente ao STF, a quem por ventura ficou ofendido. Foi uma injustiça, sim, corrigimos e vamos publicar uma matéria que leva para esse lado das desculpas. Erramos e haverá retratação". Essa foi a declaração dada por Bolsonaro como pedido de desculpa. Disponível em <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/10/29/bolsonaro-pede-desculpas-ao-stf-e-diz-que-video-com-leao-e-hienas-foi-um-erro.ghtml>. Acesso em 1 dez. 2019.

SUMÁRIO

Bolsonaro pede desculpas ao STF e diz que vídeo com leão e hienas foi um 'erro'. *G1*, São Paulo, 29 out. 2019. Disponível em <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/10/29/bolsonaro-pede-desculpas-ao-stf-e-diz-que-video-com-leao-e-hienas-foi-um-erro.ghml>>. Acesso: 1 dez. 2019.

Bolsonaro: Leão x Hienas. YouTube, 29 out. 2019. Disponível em <<https://youtu.be/tGrukTfoPAg>>. Acesso: 15 nov. 2019.

Citação a Lei Rouanet em vídeo das hienas foi idiotice. *Brasil 247*, 30 out. 2019. Disponível em <<https://www.brasil247.com/blog/citacao-a-lei-rouanet-em-video-das-hienas-foi-idiotice>>. Acesso: 1 dez. 2019.

DAWKINS, Richard. *O gene egoísta*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

Em defesa dos isentões. *Istoé*, São Paulo, 22 fev. 2019. Disponível em <<https://istoe.com.br/em-defesa-dos-isentoes/>>. Acesso: 1 dez. 2019.

FONTANELLA, Fernando. *O que é um meme na Internet?* Proposta para uma problemática da memesfera. Trabalho apresentado no III Simpósio Nacional da ABCiber, São Paulo, 2009b.

FUZER, Cristiane; CABRAL, Sara Regina Scotta. *Introdução à Gramática Sistêmico-Funcional em Língua Portuguesa*. São Paulo: Mercado de Letras, 2014.

LIMA, Cássia Helena Pereira; PIMENTA, Sônia Maria de Oliveira; AZEVEDO, Adriana Maria de Tenuta. *Incursões Semióticas: Teoria e Prática de Gramática Sistêmico-Funcional, Multimodalidade, Semiótica Social e Análise Crítica do Discurso*. Rio de Janeiro: Livre Expressão, 2009.

'Leão' em vídeo, Bolsonaro derrota 'inimigos'. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 28 out. 2019. Disponível em <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,em-video-bolsonaro-se-compara-a-leao-atacado-por-hienas-do-stf-psl-pt-e-onu,70003067155>>. Acesso: 15 nov. 2019.

Lion Attacked by Clan of Hyenas, Dynasties, BBC Earth. *YouTube*, 26 nov. 2018. Disponível em <<https://youtu.be/a5V6gdu5ih8>>. Acesso: 15 nov. 2019.

Normalizar absurdos é como as democracias morrem. *Blog do Kennedy*, Belo Horizonte, 19 jul. 2019. Disponível em <<https://www.blogdokennedy.com.br/normalizar-absurdos-e-como-as-democracias-morrem/>>. Acesso: 4 ago. 2019.

República dos tuítes. *Veja*, São Paulo, 10 abr. 2019. Disponível em <<https://veja.abril.com.br/politica/republica-dos-tuites>>. Acesso: 2 ago. 2019.

ROLLEMBERG, Denise; QUADRAT, Samantha Viz (org.). *A construção social dos regimes autoritários: Brasil e América Latina*, volume II. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.



SILVA, Renato Caixeta. *Representações do livro didático de inglês: análise dos discursos de produtores e usuários com base na Linguística Sistêmico-Funcional*, 2012. Tese (Doutorado em Letras) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

SORJ, Bernardo (Org). *Poder político e meios de comunicação: da representação política ao reality show*. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

Twitter polêmico de Bolsonaro integra estratégia de mobilização, diz especialista. *Huffpost Brasil*, São Paulo, 7 mar. 2019. Disponível em <[https://www.huffpostbrasil.com/entry/bolsonaro-twitter-carnaval\\_br\\_5c802e15e4b06ff26ba54b1a](https://www.huffpostbrasil.com/entry/bolsonaro-twitter-carnaval_br_5c802e15e4b06ff26ba54b1a)>. Acesso: 10 jul. 2019.

## SUMÁRIO

# 11

Magali Simone de Oliveira

## ELEIÇÕES 2018: WEB TIRA DO ARMÁRIO ARGUMENTOS MULTIMODAIS QUE FASCINAM ELEITORES BRASILEIROS

*2018 ELECTIONS: WEB REVEALS MULTIMODAL  
ARGUMENTS WHICH FASCINATE BRAZILIANS*

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.363.305-329

## SUMÁRIO

### RESUMO:

Este artigo objetiva demonstrar como o processo simbólico de descronologização sofrido por gerações entre 1945 e 2000 foi utilizado por *designers* da mídia para construir discursos multimodais que transformaram memes em eficientes argumentos. Moldados para distribuição em *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram* e até *games*, os memes criaram um novo tipo de militância e ajudaram na liderança do primeiro turno os candidatos da Coligação “Brasil acima de tudo e Deus acima de todos”. *Fake News* e retóricas multimodais, também perpassados por discursos fundadores e formas do silêncio (Orlandi, 2003; 2007), originaram *ethé* que estimularam *pathos* como o ódio pelo outro (PT e minorias). Como metodologia, esta pesquisa pretende se pautar pelo uso da Gramática do Design Visual de Kress e Van Leuween (2006) aliando tais conceitos à análise retórica do discurso político de Charaudeau (2011) e Aristóteles (2000).

**PALAVRAS-CHAVE:** Descronologização; Discursos multimodais; Argumentação.

### ABSTRACT:

*This article aims to demonstrate how the symbolic process of dechronologization suffered by generations from 1945 to 2000 was used by media designers to build multimodal discourses that transformed memes into efficient arguments. Molded for distribution on Facebook, Whatsapp, Instagram and even games, memes created a new type of activism and helped in the leadership of candidates of the Coalition “Brazil above all and God above all” for the first round of the elections. Fake News and multimodal rhetoric, also permeated by founding discourses and forms of silence (Orlandi, 2003; 2007), originated ethé that stimulated pathos such as hatred for the others (PT and minorities). As a methodology, this research intends to use the Grammar of Visual Design by Kress and Van Leuween (2006), combining these concepts with the rhetorical analysis of the political discourse by Charaudeau (2011) and Aristotle (2000).*

**KEYWORDS:** Dechronologization; Multimodal Discourse; Argumentation.

## INTRODUÇÃO - CIBERMILITÂNCIA: NOVAS CONFIGURAÇÕES DE JOGOS DE CAÇA A VOTOS NA REDE

### SUMÁRIO

Em vez de discursos inflamados em praça pública, imagens com frases curtas. Das suas casas, do trabalho, de dentro de ônibus, de qualquer lugar; acessando as mídias sociais, militantes de partidos distintos travaram verdadeiras batalhas disseminando memes com mensagens de seu candidato em redes de amigos, ou de adversários, por meio de redes sociais. Foi assim o embate por votos no primeiro turno da campanha eleitoral à Presidência da República no Brasil, em 2018. A sedução dos memes bolsonaristas e de um *game* em especial, o *Bolsomito 2k18* em que os jogadores ganhavam pontos quando um avatar do então candidato Jair Bolsonaro (PSL) à Presidência matava adversários da esquerda, foi tanta que, mesmo sofrendo com uma crise econômica e política que deixou mais de 12 milhões desempregados, os eleitores da Coligação “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos, liderada por Bolsonaro, não cobraram a presença desse candidato nos programas de debate eleitoral e o esclarecimento das medidas anunciadas por ele no programa de governo.

Ao contrário disto, preferiram tomar como verdade *fake news* improváveis, recebidas, principalmente, em grupos de *WhatsApps*, *Instagrams*, *Twitters* e *Facebooks*, como as notícias que atribuíam ao PT a culpa pela corrupção, ou responsabilizavam este partido pela distribuição de um suposto “*kit Gay*” em escolas públicas.

Desse modo, esse artigo parte de premissa, defendida por Ribeiro, Horta e Cotrim, (2017), de que a “descronologização” ou infantilização de gerações, compreendidas entre os anos de (1945 a 2000), período que coincide com a faixa etária de boa parte dos eleitores, perpassou parte dos discursos não verbais usados por militantes do

SUMÁRIO

PSL para influenciar os eleitores no 1º turno da campanha de 2018. Elaborados a partir de símbolos perpassados por idealizações de supostos heróis, ou salvadores da pátria resgatados de “um passado idealizado”, mas inexistente, tais narrativas multimodais também foram constituídas pelos discursos fundadores, (Orlandi, 2003), resgatados devido a formas de silenciamento (Orlandi, 2007) observadas no período de redemocratização do país. Parte-se ainda da suposição de que tal engrenagem discursiva possa ter contribuído para ajudar a coligação “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” a conquistar 49.276.990 eleitores; ou seja: 46,03% dos votos válidos, no primeiro turno. Pretende-se também usar como metodologia de análise a Gramática do Design Visual, proposta por Kress e Van Leeuwen (2006) a associando às teorias retóricas de Charaudeau (2011) e Aristóteles (2000); identificando e descrevendo como estes elementos multimodais converteram-se em argumentos eficazes nesta “*cibercampanha*”.

O DESIGN E O CONSUMO A SERVIÇO  
DA CRIAÇÃO DE NOVOS CONTEXTOS  
SIMBÓLICOS NA BRIGA POR VOTOS  
NO 1º TURNO DAS ELEIÇÕES

Alguém se levanta em um domingo. Vai ao clube. À noite, cineminha com a turma. Cada uma dessas ações é registrada por fotos postadas nas mídias sociais, e recebem curtidas, comentários e compartilhamentos dos amigos que fazem parte de determinada *time line*. A vida de qualquer um é pontuada por *likes*. Desse modo, como previsto na década de 1960, a Sociedade do Espetáculo, descrita por Debord (2011), consolidou-se não só como uma representação simbólica, mas também passou a ser vivenciada, incorporando-se ao cotidiano de milhares de brasileiros, das mais diversas faixas-etárias

SUMÁRIO

e classes sociais, em distintos contextos. “Tudo o que era vivido diretamente, tornou-se uma representação.” ( DEBORD, 2011, p.130).

Parte deste fenômeno, segundo Giddens (2002), se deve à função exercida pelas mídias sociais no mundo contemporâneo. Assim, ações simbólicas no mundo virtual, como a postagem de *hashtag* têm ações práticas na vida presencial. Curtindo, compartilhando memes, ou postando #, a militância virtual ajudou seus candidatos a alcançar o *trending topics* nas mídias sociais e a ganhar visibilidade entre os indecisos, conquistando, assim votos no mundo presencial.

Partindo desse pressuposto, tais recursos diferem bastante das adotadas em eleições anteriores. Embora a presença das mídias sociais já tenha interferido na campanha em 2014, segundo a análise de jornalistas que acompanham os pleitos políticos ao longo dos anos, como a colunista Cristiana Lôbo, nas eleições presidenciais que elegeram Bolsonaro (PSL), fatores como o tempo de propaganda gratuita em rádio e televisão, ou o desempenho nos debates não foram tão importantes quanto nos pleitos anteriores. Nesse contexto, não só a forma de buscar votos se modificou, mas os sentidos construídos pelas campanhas que se utilizaram do discurso digital e virtual, também mudou. Confirmou-se assim, mais uma vez, a teoria de McLUHAN (1969). “Os meios são as mensagens”.

Desse modo, esse artigo parte da teoria da descronologização, defendida por Ribeiro, Horta e Cotrim (2017) advogando a ideia de que a forma de consumo pode ser entendida como uma expressão simbólica identitária das diferentes gerações e que *designer’s* estariam usando essa forma de expressão para construir os sentidos de suas criações. Sob essa perspectiva, os autores acima apresentados advogam a tese de que os *Baby Boomer’s* (1945-1966); os *Xers* (1966-1983); os integrantes da geração Y, também chamados de *Millennials*, ou *Kidults* (1983-2000); e; os jovens *Z’s* (2000 - até o presente momento) teriam

sido atingidos pelo fenômeno da descronologização (não coincidência entre comportamento e faixa-etária). Assim,

O consumo é uma das maneiras que encontramos para nos fazer expressar. Nesse sentido, comunicamos através daquilo que consumimos quem somos. O meio social pode então ser encarado como um cenário repleto de signos vistos pelos demais e para sua própria percepção, representações de si mesmos. Essas representações são reproduzidas pelos diversos grupos sociais nos quais os indivíduos se inserem e se reconhecem. As novas possibilidades de interação ocorrida pela mediação do ciberespaço promovem com rapidez, mudanças nas estruturas dos grupos e nas possibilidades de reconhecimento entre os indivíduos. (RIBEIRO, HORTA E COTRIM, 2017, p. 13).

Dessa maneira, ainda conforme estes autores, as três primeiras gerações acima descritas tenderiam a resistir ao avanço do tempo, tendo um comportamento chamado por Ribeiro, Horta e Cotrim (2017) de “infantilizado” por causa da tendência de consumirem produtos e serviços associados ao saudosismo do passado ou à tentativa de se manter a juventude. Partindo desse pressuposto, os *Baby Boomer’s*”, já idosos, tendem a consumir equipamentos, roupas esportivas e pacotes turísticos como forma de, simbolicamente, manterem-se jovens. Instados a usar aplicativos de instituições bancárias e pela possibilidade de jogar ou comprar via web, essa geração está nas mídias sociais e se sentiriam saudosos de um passado idealizado, recuperado simbolicamente, pelas viagens que fazem ou pela aquisição de produtos retrô que passam a colecionar associados à memórias de um passado idealizado. Já os adultos da meia-idade, ou *Xers* (1966-1983), consomem simbolicamente a juventude submetendo-se à cirurgias plásticas, comprando carros, motos esportivas, produtos retrô, investindo em roupas e em penteados rejuvenescedores, ou assistindo a filmes que remetem aos heróis de sua juventude.

Os *kidults*, como são conhecidos os integrantes da geração Y, são os nativos digitais. Desde crianças criam e editam conteúdos

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

na web como vídeos, blogs, ou usam aplicativos como o *Skype* para fazer o dever de casa à distância com os colegas. Segundo Ribeiro, Horta e Cotrim (2017), os *Millenialls* como também são chamados, demonstram fixação pela infância e têm o hábito de comprarem bonecos, camisetas, canecas e outros “*souvenir´s*” relacionados às séries preferidas ou desenhos infantis marcantes. Diferentes dos Millenialls, os jovens da geração Z, ao contrário das demais; segundo Ribeiro, Horta e Cotrim (2017) gostam de parecer mais velhos e, por isso, compram roupas semelhantes a dos adultos. Embora valorizem muito a opinião dos amigos virtuais, normalmente numerosos, demonstram dificuldade em suas relações presenciais. Nesse contexto, os *designer´s* se apropriam de sentimentos dessas gerações que se expressam por meio do consumo transformando tais emoções em uma tendência estética, incorporada aos discursos multimodais. Dessa forma, os produtos dessa nova geração de designer´s seriam constituídos, de acordo com Ribeiro, Horta e Cotrim (2017) por necessidades simbólicas capazes de suprir demandas psicológicas ou despertar emoções nestes consumidores.

Sob esse prisma, para Ribeiro, Horta e Cotrim (2017), os *designer´s* tornaram-se, desse modo, os novos narradores do século XXI, construindo histórias perpassadas por imaginários de afeto que valorizam estes produtos no mercado. Partindo dessa premissa, esse artigo defende que o sentimento saudosista das gerações *Boomer´s*, *Xer´s* e *Y*, aliados à hiperconexão da geração Z, são constituídos por narrativas a que Orlandi (2003) chama de “discursos fundadores” teriam contribuído para que a coligação “Brasil acima de todos, Deus acima de tudo” liderasse a briga pela conquista de votos no primeiro turno de 2018.

Boa parte dos discursos argumentativos a favor da vitória de Bolsonaro foi explicitada por meio de memes que seriam perpassados por discursos fundadores que, segundo Orlandi (2003), funcionam



como imaginários simbólicos com os quais um povo se identifica ou pela maneira como um grupo é representado por outro, como a cor verde e amarela da bandeira nacional que é usada nos trajes dos jogadores de futebol e vôlei que representam o Brasil.

Nós acrescentaríamos que enunciados como os discursos fundadores são aqueles que nos vão inventando um passado inequívoco e empurrando um futuro pela frente e que nos dão a sensação de estarmos dentro de uma história, de um mundo conhecido: diga ao povo que eu fico; quem for brasileiro siga-me; *libertas quae sera tamen*; independência ou morte; em se plantando tudo dá etc. (ORLANDI, 2003, p.5).

É bom ressaltar, no entanto, que tais discursos fundadores estão longe de caracterizar necessariamente um fato histórico apenas, sendo impregnados de imaginários incutidos na cultura popular. Dessa maneira, então, ao articularmos como discurso fundador a expressão “O Brasil é o país do futebol”, de certa forma, não estamos tão longe da verdade, por ser este o esporte favorito dos brasileiros. Mas se levarmos em conta a origem desse jogo é a Inglaterra o país do futebol.

No entanto, nessa passagem do sem-sentido para o sentido, produzida, nesses lugares, não estamos pensando a história dos fatos, e sim o processo simbólico, no qual, em grande medida, nem sempre é a razão que conta: inconsciente e ideologia aí significam. Não é a cultura, ou as histórias factuais, mas a das lendas, dos mitos, da relação com a linguagem e com os sentidos. É a memória histórica que não se faz pelo recurso à reflexão e às intenções, mas pela “filiação” (não aprendizagem). Aquela na qual, ao significar, nós significamos. (ORLANDI, 2003, p.5).

A censura imposta pela ditadura militar (1964-1985) a todos os meios de comunicação do país, proibidos - durante boa parte deste período - de publicar notícias sobre a corrupção, ou sobre a tortura, assassinatos e/ outros crimes cometidos por este governo ditatorial construiu sentidos de que o país nesse período prosperava. Notícias leves e positivas como o sucesso da seleção brasileira na

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

Copa de 1970, explorado pelo presidente Emílio Garrastazu Médici como símbolo do sucesso nacional ganhavam grande destaque da imprensa, silenciando os fracassos da economia e da política. Esse tipo de censura, a que Orlandi (2007) chama de “silêncio local”, fez com que reverberassem em tom mais alto as propagandas da Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP). Tal órgão foi o responsável por criar e divulgar slogans como “Você constrói este país”, “Este é o país que vai para frente”, “Brasil, ame-o, ou deixe-o”.

Tais discursos ainda foram reforçados pela decisão do governo pós-democratização brasileiro de não punir os crimes da ditadura. Ao contrário de países como Argentina, Chile e Uruguai que - também sofreram com ditaduras durante a guerra fria, mas decidiram punir os responsáveis pelos “desaparecimentos”, “estupros”, “torturas” e “mortes” de militantes de esquerda - o governo brasileiro optou por anistiar tais criminosos. Assim, esse tipo de silenciamento se tornou uma espécie de discurso, chamado por Orlandi (2007) de “silêncio constitutivo”. Orlandi (2007) explica que ao dizer “algo”, escolhemos em não dizer “outra coisa”, premissa que também perpassa a ideia de Gunther Kress e van Leeuwen de que o uso da língua/linguagem implica em escolhas, importante na Linguística Sistêmico Funcional em que se baseia a ideia de multidade. Então, com a não punição dos militares por seus crimes; não só os relativos à violência, mas aos relacionados à corrupção que não foram divulgados à população por causa da censura, construíram-se discursos de que os ditadores brasileiros não seriam corruptos e violentos, mas sim, heróis que teriam salvado o país do comunismo.

Já os crimes cometidos pelos governantes civis durante o período democrático ganharam destaque na imprensa livre a partir da democratização. Logo, esse silenciamento sobre a corrupção e violência do governo militar se tornou um discurso favorável aos imaginários ufanistas construídos durante a ditadura de que os

## SUMÁRIO

militares “eram honestos” e “protegiam a população dos comunistas”. “O silêncio recorta o dizer. Esta é sua dimensão política. Essa dimensão política do silêncio está, no entanto, assentada sobre o fato de que o silêncio faz parte de todo o processo de significação (dimensão fundante do silêncio)”. (ORLANDI, 2007, p. 45).

Nesse contexto, os discursos multimodais se constituíram em sentidos perpassados por representações simbólicas que atendem às características saudosistas da maioria das gerações, segundo Ribeiro, Horta e Cotrim (2017). Tal saudosismo foi ao encontro do resgate de discursos fundadores favoráveis ao estabelecimento de um governo ditatorial militar que, associado às *fake news*, favoreceu à militância pró-Bolsonaro. Embora esse fenômeno tenha ganhado vulto nas eleições de 2014 e 2018, já na década de 1990, Lévy (1999) previa que a web se transformaria em um novo espaço de discussão pública. Nessa ocasião, no entanto, Lévy (1999) afirmava que as mídias sociais deram às pessoas comuns a oportunidade de se manifestarem publicamente sobre política, expondo sua opinião e trocando impressões com outros internautas. Ele alertava, no entanto, que tal como o “*pharmakon*” palavra do grego arcaico que nomeia, simultaneamente, substâncias que podem “envenenar” ou “curar”; a migração destes espaços para o mundo digital, por si só, não trazia consigo garantias de que, a democracia pudesse ser beneficiada.

## DISCURSOS MULTIMODAIS COMO ESTRATÉGIAS DO DISCURSO POLÍTICO MOLDAM CANDIDATOS E ELEITORES

Toda vez que alguém expressa uma ideia, qualquer que seja ela, constrói e organiza informações. E ao mesmo tempo, quaisquer que sejam a ideia e a mensagem construída, esse alguém pretente

SUMÁRIO

influenciar, ou convencer outras pessoas de algo. A premissa que se refere ao uso da linguagem também pode ser aplicada ao discurso político, auxiliando candidatos a influenciar, ou convencer alguém de algo. Essa tese de Filho (2011) se refere à retórica, conhecimento da filosofia clássica presente até hoje em diferentes discursos: jornalístico, publicitário, científico, religioso, e político, alvo prioritário deste artigo. Já segundo Charaudeau (2011), a retórica argumentativa política pode ser comparada à teatral. Ele explica que, assim como atores dramatizam saberes em sua fala (*logos*), ou emoções (*pathos*), construindo imagens de si (*ethés*) capazes de imprimir autoridade, legitimidade ao locutor e credibilidade aos saberes por eles encenados. Seguindo essa premissa, o discurso político se utiliza desses mesmos recursos como estratégias argumentativas para angariar votos e alcançar o poder.

Assim, a encenação do discurso político oscila entre a ordem da razão e da paixão, misturando *logos*, *ethos* e *pathos* para tentar responder a questão que supostamente se coloca ao cidadão: o que nos leva a aderir a este ou àquele valor? Para o político, é uma questão de estratégia a ser adotada na construção da dramatização de sua imagem (*ethos*), para fins de credibilidade e de sedução, da dramatização do ato de tornar a palavra (*pathos*) para fins de persuasão, da escolha e da apresentação dos valores para fins de fundamento do projeto político. (CHARAUDEAU, 2011, p. 84).

Para que a encenação dessa retórica produza os efeitos de sentido esperados, ou seja, se converta em votos, ainda conforme Charaudeau (2011), esse dizer deve se moldar aos universos de crença, aos temas e aos comportamentos aprovados pelo maior número de pessoas aptas a votar. Já Aristóteles (2000), por sua vez, demonstrara que os *logos* não propositivos tendem a valorizar a construção de sentidos ligados ao *pathos*, despertando sentimentos como empatia ou ódio que servem como argumentos a favor ou contra determinado locutor. Quando o *logos* deixa de ser concebido nos termos do proposicionalismo que nos é ensinado desde Platão,

## SUMÁRIO

a paixão como resposta problematológica adquire uma positividade igual à de outras respostas, ela passa a ser o que nos interpela, a voz do outro e a voz que ela solicita, concomitantemente, como problema e solução. A paixão é o discurso do eu que se reflete em relações irrefletidas. Compreende-se que ela participe do consciente e do inconsciente, da ação e do pensamento.

Entendendo-se que o discurso político é perpassado por narrativas argumentativas, esse artigo pretende, como metodologia; usar regras da Gramática do Design Visual (GDV), de Kress e Van Leeuwen (2006) para analisar discursos multimodais disseminados por diferentes mídias sociais pela coligação "Brasil acima de tudo, Deus acima de todos" como estratégia de campanha para convencer os eleitores a elegerem como presidente: Jair Messias Bolsonaro (PSL).

A escolha desta metodologia da GDV (2006), que se fundamentou na Gramática Sistêmico Funcional de Halliday (1994), se justifica por reforçar a ideia de que os discursos são constituídos por sentidos que ultrapassam o verbal, sendo formados na interação destes primeiros com elementos não verbais. Desse modo, para a Gramática do Design Visual (2006), as representações são construídas por imagens que remetem seu observador (as) às experiências a ele (as) já oferecidas por sua história, cultura, faixa-etária, classe social, o que implica no acesso aos recursos de significação, seja na recepção, seja na produção de textos.

Ainda conforme Kress e Van Leeuwen (2006), tais representações se dividem em: i- representações narrativas (que constroem essa experiência em um determinado espaço e tempo) e ii- conceituais (evidenciam a identidade, ou classificam o participante enquanto membro de um determinado grupo). Nessa função são levadas em conta valores como: i-valor da informação (ideal/real localizado na relação superior/inferior; e (direita/esquerda que contrapõe o antigo ao novo); ii-enquadramento (se há interligação entre os elementos presente) e iii- saliência (é dada por fatores como cor, tamanho,

## SUMÁRIO

forma de exposição como close-up etc). Ainda conforme, Kress & Van Leeuwen (2006), é possível também levar em conta também a “Função Interativa” constituída pela avaliação das relações entre os participantes entre si e/ou composição.

Para exemplificar como a Gramática do Design Visual funciona na prática e de que forma a teoria da descronologização foi aplicada pelos designers responsáveis pela campanha de Bolsonaro nas mídias sociais, o próximo passo será promover a análise de algumas imagens usadas na campanha e de uma das interfaces do jogo Bolsomito 2k18. A análise proposta nesse artigo, parte do pressuposto de que os memes utilizados por militantes e apoiadores do candidato Jair Bolsonaro (PSL) no primeiro turno das eleições de 2018 são exemplos de como o *designer* foi usado para construir discursos não verbais que associam o apego a símbolos do passado, heróis e personagens de filmes às habilidades que, supostamente, esse político demonstraria à frente da Presidência da República. Defende-se aqui que, sem o debate das promessas de campanha e do programa de governo com os adversários, devido ao fato de ter ficado hospitalizado em boa parte da campanha, os memes e o jogo Bolsonaro 2k18 tenham servido como discursos simbólicos capazes de convencer boa parte do eleitorado de que ele seria eficaz na luta contra o antipetismo (e ou comunismo termo usado de forma equivocada para se referir a qualquer um que se contraponha às ideias desse candidato) e a garantir um futuro melhor para o país.

## A ANÁLISE

Figura 1: Meme divulgado durante campanha



Fonte: <https://twitter.com/statuses/1048813401189863425>.  
Acesso em 20.09.2018

O meme expresso pela figura 1 retoma o discurso fundador cultuado por brasileiros que se identificam com a extrema-direita que advoga a tese de que “os comunistas”, ou seja, termo usado para definir qualquer pessoa que se contraponha às ideias do então candidato, devam ser eliminados. Tal ideia esteve presente nas ameaças que perpassaram os discursos desse candidato e de seus apoiadores no primeiro turno. A imagem aqui analisada representa uma situação localizada em um determinado tempo e espaço: no caso o final das eleições de 2018, dialogando com a narrativa comum a um cartaz de cinema dos anos 1990, usada para expressar a ideia de que os desejos desse grupo se realizem no futuro. O candidato, chamado de “*Arnold Bolsonequer*” nesse meme representaria as qualidades do *cyborg* que,

SUMÁRIO

## SUMÁRIO

na segunda versão dessa saga cinematográfica, lançada em 1991, é o herói que vem do futuro para salvar a humanidade.

O meme é atravessado por dois vetores: o primeiro tem como base a arma que este personagem/participante segura e segue de forma imaginária até o guidom da moto, ostentando uma divisão que separa o quadro em dois hemisférios distintos e o outro que sai dos olhos em direção ao espectador, sugerindo uma interação com o público como se o personagem/participante estivesse olhando diretamente para o (s) observador (es). No vértice direito destacam-se as cores verde e amarelo - únicas a ganhar saliência nesse meme em preto e branco, remetendo à bandeira nacional, um dos ícones ufanistas- que reverberam valores tradicionais nacionalistas, constituídos pelos discursos fundadores que remetem à ditadura militar. O número 17, do candidato que está centralizado e a frase: “O Exterminador de Comunistas III. Em 2018! ressaltam a indicação de que ele seria um herói exterminador de comunistas. O número III dá a entender que ele seria o protagonista de nova versão do filme, pois o original que serviu como base para esse meme era o Exterminador do Futuro II. Já no vértice à esquerda, como novidade, estão a arma e a pessoa desse mito ou herói.

Esse meme parece confirmar a tese de descronologização em que ao se apropriar de um filme dos anos 1990. Os designer’s que criaram tal meme conseguiram remeter à onda saudosista de boomer’s e X, descrito por Ribeiro, Horta e Contrim (2017). Na perspectiva de Charaudeau (2011), esse meme atribui ao candidato Bolsonaro o *ethos* de “Senhor da Guerra”, conferindo-lhe capacidade bélica potente o bastante para destruir seus inimigos.

Tais ações construiriam *ethés* de identidade, marcados por caráter patêmico capaz de sobrepor emoções ao *logos*, ou seja, à análise racional desse tipo de narrativa. O fato de o meme ter sido curtido e compartilhado, em redes sociais como o *Facebook* indica ter havido mais que uma interação indireta entre participantes e observadores sobre

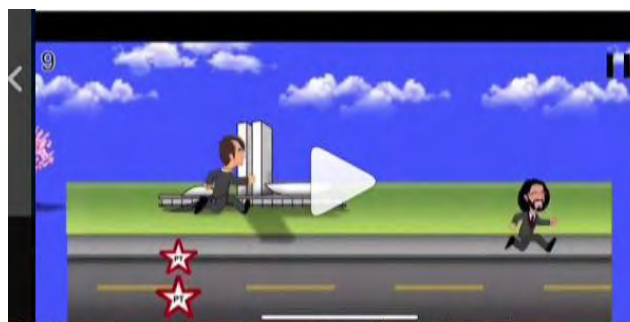


SUMÁRIO

essa imagem, mas uma fusão simbólica dos eleitores ao candidato, pois, os admiradores de Bolsonaro teriam se tornado coautores dos discursos difundidos nessa imagem. Segundo Emediato (2015), nas mídias sociais ao compartilhar o arquivo de alguém, o internauta torna-se uma espécie de coautor da postagem compartilhada emitindo mais aprovação do que se tivesse curtido ou comentado a postagem.

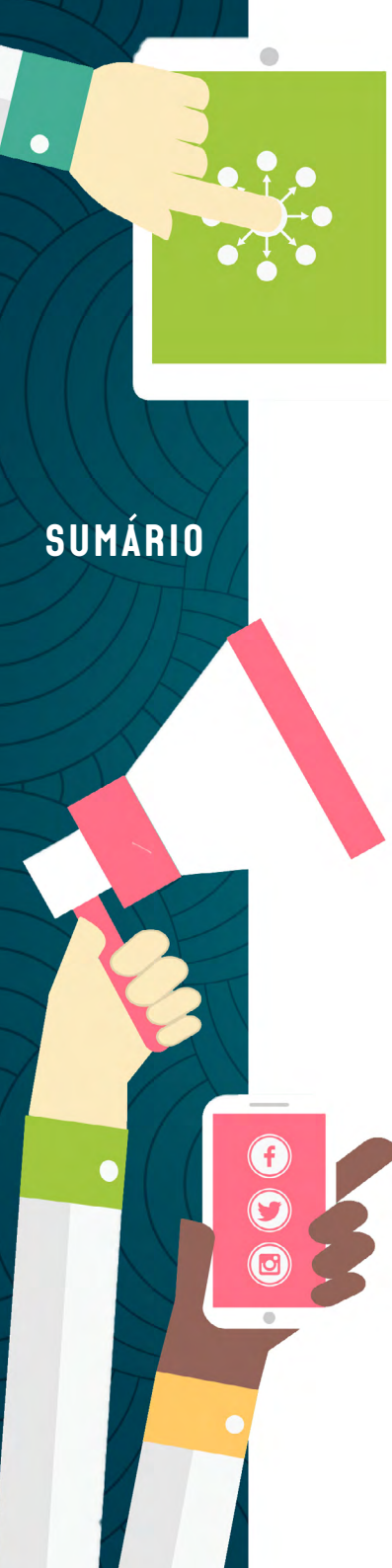
Nesse contexto, o simples fato de se supor estar auxiliando seu candidato a chegar ao poder compartilhando ou postando #; ou mesmo interagindo com ele, em suas redes sociais pode também ser compreendido como elemento desse discurso multimodal contemporâneo adequado ao dispositivo digital. O meme, desse modo, constrói laços simbólicos de afetos entre o candidato e sua militância, gerando assim, um *ciberthos*. Embora creiam conversar com o candidato, podem estar de fato dialogando com assessores que o representam pelas mídias sociais, e, nunca saberão a diferença. Esses diálogos serão marcados por uma presença/ausência. Um laço afetivo alimentado pela web, cuja ruptura é frágil, associada à queda, por exemplo, da rede ou à desconexão do wi-fi.

Figura 2: Uma das interfaces do jogo Bolsomito 2k18



Disponível em: <https://www.bolsonaro.com.br/>. Acesso 20 set.2018

## SUMÁRIO



Uma das interfaces da *demo* do *game* “*Bolsomito 2k18*” produzido pela empresa “BS Studios” foi divulgada no Instagram oficial do candidato, em postagem assinada pelo próprio Bolsonaro (PSL) que classificou esse jogo como uma “homenagem” a ele, agradecendo ao criador do jogo. A imagem acima mostra avatar do candidato/participante “*Bolsomito*”<sup>48</sup>, que joga bombas e corre atrás do deputado federal Jean Willys (PSOL) para matá-lo. Para passar de fase e acumular pontos, os jogadores têm que matar minorias e lideranças da esquerda, reforçando os discursos deste postulante à Presidência que, ameaçou matar petralhas<sup>49</sup>. Levando-se em conta a tese de que o meio é também a mensagem, (McLuhan, 1969) e que o dispositivos de comunicação usados para divulgação de conteúdos fazem parte do contexto da mensagem, não é infundado considerar a postagem da *demo* do *game* como um discurso persuasivo, capaz de elaborar sentidos mais amplos que a conquista de votos, abrangendo também a defesa de ideologias fundamentadas na tese de que algumas pessoas sejam descartáveis<sup>50</sup>. É importante destacar que a ideia do contexto faz parte de uso da linguagem, influenciando na organização da mensagem. Esta ideia é subjacente à multimodalidade como entendida por Kress e van Leeuwen (2006) e também se justifica porque se relaciona ao campo do discurso que mostra o candidato ao mais alto cargo político correndo atrás de adversários para exterminar, reforçando a relação de hostilidade com os perseguidos, o que pode influenciar e provocar mais adesão às ideias do então candidato.

Ao analisar a interface acima, pode-se notar que as proporções dos participantes *Bolsomito* e Jean Willys (PSOL) são irreais. Eles são quase do tamanho do prédio do Congresso, o que cria sentidos de que

<sup>48</sup> Como ele é chamado por seus admiradores.

<sup>49</sup> Petralhas é um neologismo cunhado pelo jornalista Reinaldo Azevedo. Ao fundir o nome dos “Irmãos Metralha”, personagens da Disney que sempre tentam roubar o cofre do Tio Patinhas ao substantivo petista, Azevedo associa o PT à corrupção. Esse termo deu nome ao livro “País dos petralhas” por ele em 2008.

<sup>50</sup> Ao “prometer metralhar petralhas”, Bolsonaro remete à retórica de outros governantes que também defenderam a morte de inimigos. Entre eles está Adolf Hitler que matou mais de seis milhões de judeus e à Stalin que também matou milhares de opositores.

SUMÁRIO

os políticos são maiores que as instituições a eles associadas, estando dessa forma, acima da lei. Ambos correm em uma pista cinza, próxima a um gramado verde, tendo ao fundo o azul do céu, próximo a uma faixa amarela e outra branca de trânsito. Tais tons remetem aos da bandeira nacional, reforçando desse modo o discurso ufanista do candidato.

Já as estrelas associadas aos tiros direcionados a Jean Willys (PSOL) remetem ao PT, partido do seu principal adversário, Fernando Haddad. Os tiros, sob esse viés eliminariam não só o deputado do PSOL, mas também outros candidatos de partidos de esquerda como Dilma e Lula do PT. Tal configuração também dá a entender que Bolsonaro (que dá nome ao *game*) é o mocinho que persegue os supostos bandidos (opositores e minoria). Ao propor esta função narrativa, mocinhos/bandidos, oferece-se uma catarse e narrativamente, confirmando a hipótese de que opositores e minorias devam ser aniquilados. Assim, têm-se, novamente, o *ethos* do “Senhor da Guerra”. E, mais uma vez, o Bolsomito 2k18 remete ao fenômeno da descronologização, uma vez que este jogo, com interface simples, pode ser jogado por internautas de diferentes gerações.

Figura 3- Propaganda postada na véspera do 1º turno da eleição no Facebook



Disponível em: <https://ptbr.facebook.com/Bolsoneas/>.  
Acesso em 20 set.2018.

## SUMÁRIO

Postada no dia 6 de outubro, um dia antes do primeiro turno das eleições, esse meme divulgado pela página do Facebook conhecida como *Bolsonéas* mostra uma das caminhadas de Bolsonaro durante a campanha. É ilustrativo, pois nesse dia, ele não participou de manifestações nas ruas, estando ainda se recuperando da cirurgia sofrida devido ao atentado ocorrido em Juiz de Fora. A imagem centralizada do candidato salienta a importância desse participante na organização dos sentidos nesse meme. Pode-se observar ainda que essa figura é dividida por um vetor diagonal iniciado pelo braço erguido do candidato que se encerra em um L imaginário, ou seja, em uma linha horizontal pouco acima da frase em destaque. A ilustração é assim seccionada em duas partes distintas. A primeira é formada pela expressão verbal “Falta 1 dia”, posicionada na área do ideal dessa imagem, ou seja, na porção superior da imagem. Esse desenho, por sua vez, sintetiza os ideais de que Bolsonaro seria eleito já no primeiro turno. Os olhares da multidão e as mãos na direção do candidato demonstram a vontade de com ele interagir. Embora Bolsonaro olhe para baixo, tentando interagir com os eleitores, seu olhar, em posição superior, denota certo “*poder*” sobre seus aliados em posição de “submissão”.

A faixa presidencial exposta no meme constrói a ideia de vitória antes mesmo das eleições, evidencia que, para esses manifestantes esse candidato já seria o presidente. Ainda nesse contexto, a frase “Para salvar o Brasil”, atribui ao então candidato o status de “herói”, servindo como argumento discursivo para convencer eleitores a nele votar e também constituindo um *ethos* de “Salvador da Pátria”. A exposição da *logo* *Bolsoneias*, no lado direito (dado) mostra não só a fonte, mas o apoio do autor da página que, ao se inserir no meme por ele divulgado constrói uma espécie de marketing.

## ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

A análise desses memes mostrou que os *ethés* mais comuns associadas ao candidato Bolsonaro são as de Senhor da Guerra (o herói guerreiro que eliminará, de forma violenta, os supostos “inimigos” da nação) e o de Salvador da Pátria (que poderia libertar os brasileiros dos riscos oferecidos por supostos inimigos da nação). Tais *ethés*, segundo Charaudeau (2011), constroem os seguintes sentidos: i - os eleitores enfrentam uma situação de risco causado por seus adversários; ii - seus adversários são os responsáveis por causar o risco; iii - para afastar o risco é preciso votar neles (coligação Deus acima de tudo, Brasil acima de todos). A reflexão de Aristóteles (2000), por sua vez, que na Retórica das Paixões demonstra que os *logos* não propositivos tendem a valorizar a construção de sentidos ligados ao *pathos* que sobreporiam à racionalidade. Partindo dessa premissa, é crível defender que, em um mundo real onde as pessoas buscam modalizar o próprio corpo em avatares de uma beleza e juventude simbólica, idealizada, buscando refúgio em afetos de um passado perdido, enquanto o presente cobra a descoberta de identidades que rompam com discursos fundadores descritos por Orlandi (2003), as mídias sociais se transformaram em um simulacro de espaço para o debate público, num portal onde abrigam discursos fractais de sanidade e de loucura. Ainda sob esse viés, os memes aqui analisados são perpassados por um tipo de estética que canaliza o afeto e o interesse de todas estas gerações descronologizadas, conforme Ribeiro, Horta e Contrim (2017), revestindo-se em argumentos favoráveis à eleição de Bolsonaro. Perpassados por discursos fundadores favoráveis ao nacionalismo e às ideologias de extrema direita tais discursos acabam, dessa forma, por fortalecer nos eleitores conservadores os ideais de que o governo deve tratar com rédea curta seus adversários, impondo-lhes à força.

SUMÁRIO

## SUMÁRIO

Como consequência, os discursos do ódio camuflados em falsos afetos teceram teias fortes o bastante para prender quem deles se serviu como abrigo. Desse modo, as análises aqui expostas, por meio da Análise da Gramática do Design Visual (2006) ratificam a premissa proposta inicial deste artigo. Nesse contexto, entende-se que a Gramática do Design Visual (2006) pode ser usada como um eficaz instrumento analítico para identificação e descrição de discursos multimodais políticos que, associados a características da população como a descronologização, acima descrita, potencializam a capacidade de manipulação, silenciando em parte, o pesamento crítico. O uso de tais discursos visuais perpassados por *pathos* transformou as imagens em argumentos eficazes para convencer os eleitores de que Bolsonaro seria o salvador da pátria, o herói que eliminaria os adversários classificados pelo candidato e seu eleitorado como “comunistas”. Nesse contexto, na falta de *logos*, uma vez que esse candidato não participou dos debates, apresentando suas propostas, o apelo às emoções articuladas pelas imagens pode ser visto como importante para convencer os eleitores afetados também pelo fenômeno de descronologização da necessidade de digitarem 17 nas urnas. Ficou claro que, no primeiro turno das eleições de 2018, as mídias sociais constituíram-se como novo ágora da discussão política, demonstrando que o uso dos discursos multimodais configuraram-se em argumentos da retórica eleitoral desvinculados de discussões propositivas e do combate à desigualdade social servindo, assim, para transformar pessoas em avatares de um poder simbólico.

## NOTAS

1. Jornalista, doutoranda em Estudos em Linguagens pelo POSLING-Cefet- MG.

## SUMÁRIO

2. ALVARENGA, Darlan, BRITO, Carlos. **G1**. Desemprego recua 12,1% em agosto, mas ainda atinge 12,7 milhões de pessoas. 28 set. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/09/28/desemprego-fica-em-12,1-em-agosto-e-atinge-12,07-milhoes-de-pessoas-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 22 out. 2018.
3. Bolsonaro foi vítima de um atentado no dia 6 de setembro de 2018. Mas, mesmo depois de autorizado pelos médicos, recusou-se a participar de debates, inclusive, no segundo turno.
4. Bolsonaro acusou o candidato da Coligação “O Brasil Feliz de Novo à Presidência”, Fernando Haddad (PT), ex-ministro da Educação (2003-2014) de ter distribuído cartilhas estimulando os alunos da escola pública a se tornarem gays. Tal coisa nunca aconteceu. O material produzido pelo MEC, na verdade, visava combater a homofobia e era destinado aos educadores, mas não chegou a ser distribuído a nenhum professor por interferência da bancada evangélica. Disponível em: <https://escolaeducacao.com.br/o-que-e-kit-gay/> Acesso em: 23 out.2018.
5. LÔBO, Cristiana. **G1**. Redes sociais mudam completamente a relação dos eleitores com seus representantes. Publicado em 31 dez. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/blog/cristiana-lobo/post/2018/12/31/redes-sociais-mudam-completamente-a-relacao-dos-eleitores-com-seus-representantes.ghtml> Acesso em: 28 abr. 2020.
6. Esse órgão era responsável pelo marketing da ditadura. 31 mar. 2014 Disponível em: <http://adnews.com.br/publicidade/a-propaganda-da-ditadura-militar.html>. Acesso em 22 out. 2018.
7. As representações narrativas podem ainda ser subclassificadas levando-se em conta: i- os processos de ação (pode ser não

SUMÁRIO

transacional quando envolve um só participante e um único vetor) e transacional (envolve dois ou mais participantes e dois ou mais vetores), ii- de reação, iii- os processos mentais e iv-verbais. Os processos narrativos podem ser ainda: i- transacionais (quanto há mais de um participante e de um vetor), ou ii-não-transacionais (quando não há mais de um participante e de um vetor).

8. Mas nesse caso, levam em conta como critério de análise a taxonomia. Também não há presença de vetores.
9. Como ele é chamado por seus admiradores.
10. Petralhas é um neologismo cunhado pelo jornalista Reinaldo Azevedo. Ao fundir o nome dos “Irmãos Metralha”, personagens da Disney que sempre tentam roubar o cofre do Tio Patinhas ao substantivo petista, Azevedo associa o PT à corrupção. Esse termo deu nome ao livro “País dos petralhas” por ele em 2008.
11. Ao “prometer metralhar petralhas”, Bolsonaro remete à retórica de outros governantes que também defenderam a morte de inimigos. Entre eles está Adolf Hitler que matou mais de seis milhões de judeus e à Stalin que também matou milhares de opositores

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Darlan e BRITO, Carlos. **G1**. Desemprego recua 12,1% em agosto, mas ainda atinge 12,7 milhões de pessoas. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/09/28/desemprego-fica-em-121-em-agosto-e-atinge-127-milhoes-de-pessoas-diz-ibge.ghtml>. 28 set, 2018. Acesso em: 22 out. 2018.

ARISTÓTELES. *A Retórica das Paixões*; prefácio: Michel Meyer; Introdução e Tradução do grego: Isis Borges B. da Fonseca – São Paulo – Martins Fontes. 2000.

CASADO, Letícia. *Folha de São Paulo*. Ministro do TSE determina exclusão de publicações com expressão Kit Gay usadas por Bolsonaro.



SUMÁRIO

Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/ministro-do-tse-determina-exclusao-de-publicacoes-com-expressao-kit-gay-usadas-por-bolsonaro.shtml>. 16 out, 2018. Acesso em: 22 out.2018.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso Político*, tradução Fabiana Konesu e Dilson Ferreira da Cruz – 2ªed. São Paulo, Contexto, 2011.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro. Contraponto. 1997.

EMEDIATO, Wander. *Discurso e Web: as múltiplas faces do Facebook*. @ Revista da ABRALIN, v.14.n.2, p.171-192, jul./dez. 2015. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/abralin/article/view/42561/25818>. Visto em: 22 out. 18.

FICO, Carlos. *Reinventando o otimismo-ditadura: propaganda e imaginário social no Brasil*. Rio de Janeiro. Fundação Getúlio Vargas, 1997.

HALLIDAY, M. A. K. *An introduction to functional grammar*. London and New York . Routledge, 4.ed, 2004

HEBERLE, V. BEZERRA, F & NASCIMENTO, R. *Multiletramentos: iniciação à análise de imagens*. In: Linguagens & Ensino. Pelotas. V.14, nº.págs.529-552. jul./dez. 2011

KRESS, Gunther and VAN LEUWEEN, Theo. *Reading Images*. The Grammar of Visual Design. London and New York. Routledge: 2 ed. 2006.

LÉVI, Pierre. *Cibercultura*, trad. Carlos Lineu da Costa. São Paulo. Editora 34, 1999.

MACIEL, Alice; LAVOR, Taís; ROZA, Gabriele; RIBEIRO, Alessandro e JR. José Lázaro. Apoiadores de Bolsonaro realizam pelo menos 50 ataques em todo o país. *EXAME*. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/apoiadores-de-bolsonaro-realizaram-pelo-menos-50-ataques-em-todo-o-pais/>. 11 out 2018. Acesso em: 22 out.2018

McLUHAN, Michael. *O meio são as mensagens*. Rio de Janeiro: Record, 1969b.

McLUHAN, Marshall. *Os meios de Comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.

MELLO, Patrícia Campos. *Folha de São Paulo*. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatapp.shtml>. 18 out, 2018. Acesso em: 18 out, 2018.

ORLANDI, Eni Puccinelli. (Org.). *Discurso fundador*. A formação do país e a construção da identidade nacional. 2. ed. Campinas, SP: Pontes, 2003.

## SUMÁRIO

\_\_\_\_\_. *As formas do Silêncio*. No movimento dos sentidos. 3. ed. Campinas, SP: Ed. Unicamp, 1995.

PEREIRA, Taynara Cruz e BRASIL, Virgínia Dela Sávaia. *Multimodalidade e suas implicações para o letramento visual*. Revista XIII EVIDOSOL e X CILTEC-Online - junho/2016

RIBEIRO, Rita Aparecida da Conceição; HORTA Anderson Antônio, Michelle de Alvarenga Pinto Cotrim. *Tempo e Design*. As gerações e suas lógicas de consumo. – Belo Horizonte: EDUEMG, 2017.

SOUZA, André. *O Globo*. Jogo em que 'Bolsomito' mata minorias pode 'configurar incitação ao crime', diz ministro do TSE. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/jogo-em-que-bolsomito-mata-minorias-pode-configurar-incitacao-ao-crime-diz-ministro-do-tse-23149003>. 11 out. 2018. Acesso em 20 out. 2018.

# 12

Flávia Campos Silva

**REFLEXÕES SOBRE O AGENCIAMENTO POLÍTICO  
DA QUESTÃO MIGRATÓRIA POR MEIO DA ANÁLISE  
SEMIÓTICA DE UMA CAPA DA REVISTA *TIME***

*REFLECTIONS ON THE POLITICAL AGENCY OF MIGRATION ISSUE  
THROUGH THE SEMIOTIC ANALYSIS OF A COVER OF TIME MAGAZINE*

## SUMÁRIO

### RESUMO:

Por meio do presente artigo, minha pretensão é refletir sobre as migrações internacionais e suas políticas, a partir da análise da capa da edição de 02 de julho de 2018 da revista *Time*. A partir de uma contextualização do cenário migratório atual (ELHAJJI, 2011; RESSTEL, 2015; ONU, 2018; ACNUR, 2019), a proposta é apontar possíveis efeitos de sentido que emergem tanto da recusa dos EUA em assinar o Pacto Global para uma Migração Segura, Ordenada e Regular (ONU, 2018), quanto da implementação da política imigratória intitulada “Tolerância Zero”. Como o suporte que faz circular o objeto de análise é um veículo midiático, discorro sobre o papel social das mídias (BIRGGS; BURKE, 2006), sua importância na criação/fortalecimento dos discursos geopolíticos (STEINBERGER, 2005) e a forma como o discurso midiático influencia a dinâmica de funcionamento de diferentes esferas da sociedade, orientando o comportamento dos sujeitos que a constitui (CHARAUDEAU, 2006; EMEDIATO, 2013). Ressaltando o papel da imagem no processo de construção do real pela mídia e seu papel na contemporaneidade, trago à baila algumas premissas de Maingueneau (2015) e Charaudeau (2006), e por meio da semiótica (JOLY, 2007), aliada à exploração de traços da dimensão argumentativa (EMEDIATO, 2013), norteio a análise do material de pesquisa. Foi possível perceber que ao dar visibilidade às questionáveis políticas imigratórias estadunidenses, a *Time* reivindica um *locus* enunciativo para o sujeito migrante e leva o público leitor a problematizar a complexidade do quadro migratório. Pode-se dizer que o semanário incentiva uma movimentação discursiva das lutas e anseios de sujeitos que têm sido vítimas de violências de várias ordens, ao mesmo tempo em que possibilita a construção de inteligibilidades outras a respeito dos fluxos e políticas migratórios não apenas nos EUA, mas ao redor do mundo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Migrações internacionais; Políticas migratórias; Multimodalidade; Mídia; Análise semiótica.

SUMÁRIO

ABSTRACT:

*Through this article, my intention is to reflect upon the international migration and its policies, based on the analysis of the July 2, 2018 edition of Time magazine. From a contextualization of the current migratory scenario (ELHAJJI, 2011; RESSTEL, 2015; UN, 2018; UNHCR, 2019), the proposal is to point out possible effects of meaning that emerge both from the US refusal to sign th Global Compact for Safe, Ordely and Regular Migration (UM, 2018) and the implementation of the immigration policy entitled "Zero Tolerance". As the support that circulates the object of analysis is a media device, I discuss the social role of the media (BIRGGS; BURKE, 2006), its importance in the creation/strengthening of geopolitical discourses (STEINBERGER, 2005) and the way in which media discourse influences the functioning dynamics of different spheres of society, guiding the behavior of the subjects that constitute it (CHARAUDEAU, 2006; EMEDIATO, 2013). Highlighting the role of the image in the process of construction of the real by the media and its role of the image in contemporaneity, I bring up some premisses of Maingueneau (2015) and Charaudeau (2006) and through semiotics (JOLY, 2007), combined with the exploration of traces of the argumentative dimension (EMEDIATO, 2013), I guide the analysis of the research material. It was possible to perceive that in giving visibility to questionable American immigration policies, Time claims an enunciative locus for the immigrant subject and leads the reading public to question the complexity of the migratory situation. It can be said that weekly magazine encourages a discursive movement of the struggles and anxieties of subjects who have been victims of violence in different ways, while enabling the construction of other inteligibilities regarding migratory flows and policies not only in the US, but in the worldwide.*

**KEYWORDS:** *International migrations; Migration policies; Multimodality; Media; Semiotic analysis.*

## INTRODUÇÃO

Por meio do presente artigo temos a pretensão de refletir sobre o cenário migratório e suas políticas, a partir da análise da capa da edição de 2 de julho de 2018 da revista *Time*. Partiremos de uma contextualização do cenário migratório atual (ELHAJJI, 2011; RESSTEL, 2015; ONU, 2018; ACNUR, 2019) para investigar os possíveis efeitos de sentido que emergem da recusa dos EUA em assinar o Pacto Global para uma Migração Segura, Ordenada e Regular (ONU, 2018) e da implementação da política migratória intitulada “Tolerância Zero”. Como o suporte que faz circular nosso objeto de análise é um veículo midiático, discorreremos sobre o papel social das mídias (BIRGGS; BURKE, 2006); sua importância na criação/fortalecimento dos discursos geopolíticos (STEINBERGER, 2005); a relação mídia/democracia (CHARAUDEAU, 2006) e os reflexos de seu capital simbólico (BOURDIEU, 1989) e de sua força discursiva potencializadora (ELHAJJI, 2011) na/para a sociedade em que está inscrita. Trataremos ainda sobre a importância da imagem na construção de sentidos e significados no mundo contemporâneo (MAINGUENEAU, 2015; CHARAUDEAU, 2006; JOLY, 2007) e nos dedicaremos às especificidades da semiótica (JOLY, 2007) uma vez que essa é a abordagem teórica escolhida para a análise que propomos neste capítulo. Foi possível perceber que ao dar visibilidade às polêmicas políticas migratórias estadunidenses, a *Time* reivindica um espaço de discussão e notoriedade para o sujeito migrante<sup>51</sup>, levando o público leitor a problematizar a complexidade do quadro migratório e incentivando uma movimentação discursiva das lutas e anseios desses sujeitos que tem sido vítimas de violências de várias ordens.

<sup>51</sup> Para este artigo será adotado a palavra migrante para referir-nos àqueles que atravessam as fronteiras internacionais. Queremos posicionar o sujeito que se desloca no centro da questão migratória e, para tal, privilegiaremos o seu ponto de vista no processo e não o dos Estados de origem e destino, para os quais ele pode ser tanto emigrante quanto imigrante.

## SUMÁRIO

## O CENÁRIO MIGRATÓRIO ATUAL

A questão migratória é, antes de tudo, um fator inerente ao desenvolvimento das sociedades ao longo dos séculos e, como uma experiência constitutiva do homem, precisa ser percebida e agenciada, também, pelo âmbito das subjetividades. Devido às (re) configurações sofridas no atual contexto de crise (CLOCHARD, 2007), o cenário migratório contemporâneo, complexo e multifacetado, tem sido frequentemente percebido por um visão unívoca, de caráter economicista. Isso tem essencializado o quadro e enxergado “(...) no aumento vertiginoso das diferentes formas de mobilidade e de trânsito entre uma localidade e outra, entre regiões geograficamente distantes, entre países, continentes e entre povos e culturas marcadamente diferentes” (RESSTEL, 2015, p.38) uma ameaça à manutenção do *status quo* de condutas políticas hegemônicas, que precisa ser contida.

O contexto migratório e suas políticas têm metamorfoseado o globo nos mais diversos níveis. De acordo com dados do Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR, 2019), temos testemunhado os maiores níveis de deslocamento já registrados no mundo. Para mencionar apenas as situações classificadas como emergências pela ONU, já são mais de 2,1 milhões de iraquianos que foram forçados a fugir dos intermináveis conflitos locais; mais de 4,5 milhões de congolenses que se deslocaram devido à grande instabilidade político-social da república; quase 4 milhões de sudaneses que migraram em busca de segurança; milhares de pessoas têm cruzado o Bangladesh diariamente, fugindo da violência em Mianmar; mais de 1 milhão de pessoas já fugiram dos violentos confrontos entre grupos armados na República Centro-Africana; mais de 2,5 milhões de pessoas já saíram da região do Chade devido à insurgência do Boko Haram; mais de 13 milhões de sírios precisam de proteção; quase meio milhão de iemenitas já fugiram de suas casas para escapar de conflitos

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

– número equivalente ao total de pessoas que também já fugiram de Burundi, na África devido a guerra sócio-política instaurada na região, e mais de 4 milhões de pessoas que já cruzaram as fronteiras da Venezuela em busca de sobrevivência, no que tem sido considerado o maior êxodo da história recente da América Latina.

A questão é que a gestão desses deslocamentos, quaisquer que sejam suas motivações, tem requerido dos países de destino uma nova abordagem, pois, uma vez que a realidade contemporânea tem superado quadros geopolíticos convencionais, faz-se urgente uma administração técnico-subjetiva (ELHAJJI, 2011) que não contribua para que os sujeitos deslocados continuem reificados por meio de um “discurso da falta” (DINIZ e NEVES, 2018) e impedidos de se inscrever, integrar e pertencer, de fato, ao novo país de domicílio.

Entendemos que o verdadeiro acolhimento com vistas à integração efetiva dos sujeitos que se deslocam, só é possível por meio do estabelecimento de políticas progressistas e humanitárias que promovam condições materiais e simbólicas para que os mesmos possam reconstruir suas vidas. E é aqui que se encontra posicionado o papel fundamental do agenciamento político da questão migratória.

## O AGENCIAMENTO POLÍTICO DA QUESTÃO MIGRATÓRIA

Em um mundo em que o total de migrantes já ultrapassa a casa dos 258 milhões de pessoas (ACNUR, 2019) governos e lideranças parecem ter, enfim, percebido a urgência da implantação de medidas de regulação dos fluxos migratórios com base na preservação e fortalecimento dos direitos humanos. Como uma espécie de resposta internacional a esse quadro configurado como uma grande crise



SUMÁRIO

humanitária foi cancelado em dezembro de 2018, pela ONU e seus Estados-Membros, o Pacto Global para uma Migração Segura, Ordenada e Regular. O primeiro acordo intergovernamental da história passou a orientar, juntamente com os demais dispositivos internacionais existentes, formas de agenciamento migratório a partir de uma perspectiva multilateral e colaborativa.

Em meio a essa tentativa que o secretário-geral da ONU definiu como “(...) um caminho em direção à ação humana e sensata para beneficiar países de origem, de trânsito e de destino, assim como os próprios migrantes” (ONU, 2018), o acordo foi estabelecido com a anuência de 164 países. Dentre as nações que não se dispuseram a assinar o acordo, ainda que esse não infringisse a soberania dos Estados signatários, tão pouco instituiu diretrizes de caráter vinculante, estavam os Estados Unidos da América.

Os EUA não apenas se retiraram das negociações do Pacto Global de Migração, como reforçaram políticas de agenciamento migratório polêmicas. O grande símbolo da hegemonia mundial, conhecido por suas políticas de securitização (BAUMAN, 2017) cada vez mais rígidas e impenetráveis, tem sido notícia na imprensa internacional antes mesmo da retirada do Pacto, por conta das medidas adotadas pela atual gestão para conter o intenso fluxo migratório no país.

No início de 2018, o governo republicano instaurou uma política de contenção dos fluxos intitulada “Tolerância zero”, com o objetivo de desencorajar migrantes indocumentados de cruzarem as fronteiras dos EUA, sob pena de detenção. A implantação do pacote de medidas, cujo nome reitera a maneira como os EUA têm conduzido o agenciamento da questão migratória, refere-se a um conjunto de ações que, sob a alegação de proteção à soberania nacional, passou a punir criminalmente os migrantes internacionais que se arriscavam nesse trajeto. Quando capturadas, essas pessoas eram detidas em prisões federais e separadas de seus filhos se estivessem fazendo o

## SUMÁRIO

percurso na companhia deles – posto que as unidades de detenção para onde eram encaminhados não tinham como abrigar menores.

Apesar de o fato dessas medidas terem repercutido de maneira altamente negativa, a ponto de obrigar o governo a ceder à pressão internacional, suspendendo a medida e assinando um decreto que se comprometia com a manutenção do núcleo familiar, a imagem da criança hondurenha chorando e olhando para sua mãe sendo presa em McAllen, no Texas, fronteira entre o México e os EUA (Ver figura 1), correu o mundo e mobilizou a comunidade internacional em torno da discussão sobre a urgência de se reavaliar formas de agenciamento político da questão migratória, especialmente no atual cenário de crise que tem orientado a dinâmica dos deslocamentos forçados.

**Figura 1 – A criança hondurenha, posteriormente identificada como Yanela Denise, chora ao olhar para a mãe sendo presa ao tentar cruzar a fronteira para os EUA**



Fonte: Getty Imagens/BBC News.  
Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-44581818>. Acesso em 19 de abr 2019.

## SUMÁRIO

A imagem feita pelo premiado fotógrafo John Moore no dia 12 de junho de 2018 se tornou o símbolo mais visível em torno do debate sobre a postura política adotada pelo atual governo norte-americano, frente à regulação dos fluxos internacionais. Mesmo depois do pai da criança ter desmentido que sua filha havia sido separada da mãe, a imagem continuou sendo usada para chamar a atenção do mundo para o fato de que milhares de outras crianças já haviam sido afastadas de seus pais e encaminhadas para abrigos desde que o cruzamento da fronteira dos EUA por migrantes indocumentados passou a ser considerado crime, em maio de 2018.

Em meio a esse contexto de efervescência política e humanitária foi que a mundialmente conhecida revista *Time* estampou em sua capa da edição de 02 de julho de 2018 uma montagem que colocava a menina hondurenha, aos prantos, de frente para o presidente Donald Trump. E é essa montagem que vamos analisar, considerando os princípios de funcionamento da maquinaria midiática e à luz da abordagem semiótica.

## O PAPEL SOCIAL DAS MÍDIAS

A presença da mídia é inerente ao desenvolvimento das sociedades desde que a revolução da prensa gráfica, em 1450, a posicionou como um instrumento de uma revolução não reconhecida, influenciando até mesmo a estrutura ocupacional das cidades europeias (BIRGGS; BURKE, 2006). Diríamos que, desde então, em termos discursivos, a mídia vem atuando como um dos pilares constituintes da geopolítica. O aparato midiático tem, assim, operado a discursividade por meio de situações comunicacionais e se estabelecido como um lugar de intencionalidades, ideológico, um espaço de jogos de poder de espessura cultural e caráter institucional.

## SUMÁRIO

Ao assumir esse papel efetivo na construção de imaginários da geopolítica (STEINBERGER, 2005), a mídia detém potencial para orientar comportamentos e posturas sociais. Aliás, o aparato midiático já se faz tão presente na configuração das sociedades, que pode ser considerado como indispensável à dinâmica de funcionamento da democracia. Ao promover a difusão da informação em larga escala e se posicionar como um agente político na arena de embates discursivos, ele atua “(...) como um espaço ideal para revelar a complexidade do tecido social contemporâneo, alinhar os diferentes campos de que são provenientes e possibilitar, assim, uma melhor compreensão da multiplicidade de vozes que compõe os discursos ideológicos em vigência” (ELHAJJI, 2011, p.13).

O aparato midiático, mesmo que comumente “atribuído a si a aparência de doxa, ainda está preso nas redes da paradoxa” (CHARAUDEAU, 2006, p. 277), é um espaço de difusão de ideias proeminente, representativo e legitimador. Ele torna público os acontecimentos, validando-os por meio de um poder transversal capaz de alcançar, se relacionar e transformar outros campos sociais, devido à sua posição privilegiada detentora de um poder simbólico (BOURDIEU, 1989) que, mesmo irreconhecível, é legitimado socialmente por ser estruturante e estruturado ao mesmo tempo.

Segundo ElHajji (2011), em meio a esse contexto de reorganização socioespacial pelo qual o mundo vem passando, é impossível dissociar a reestruturação do mapa do simulacro midiático. A mídia não se refere apenas à representação do real, mas constitui-se em uma mola propulsora eficaz na produção de sentidos, com força discursiva capaz de potencializar traços da realidade. Ela não apenas assegura certa coesão social, como também estrutura e fortalece ideologias por meio da simbolização dos acontecimentos. É porque o uso da imagem tem sido um forte aliado na organização das representações discursivas e ideológicas no contexto midiático é que nos deteremos a investigá-lo.

## O PAPEL DA IMAGEM NA CONTEMPORANEIDADE

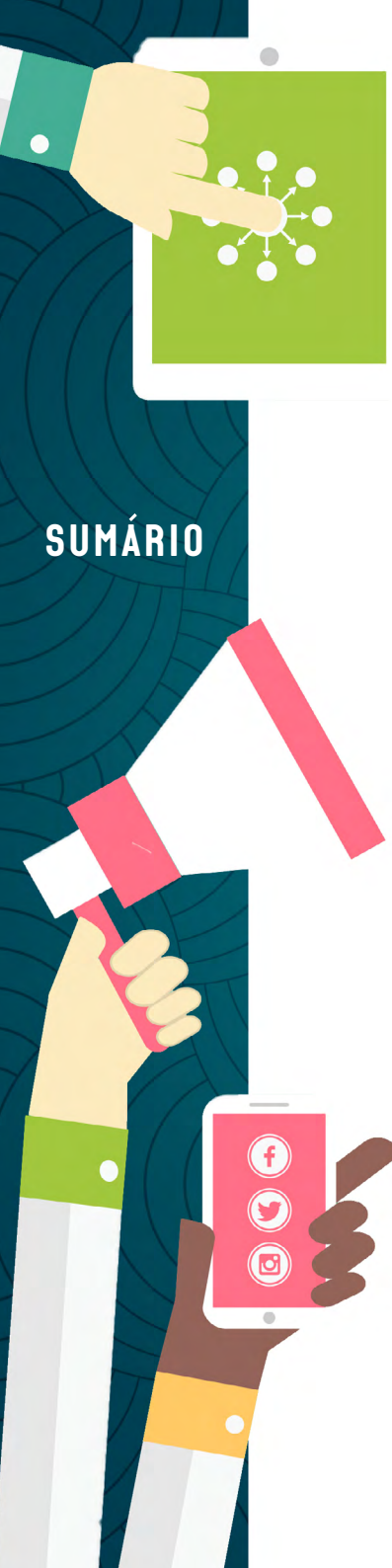
Segundo Maingueneau (2015) a presença de diferentes elementos icônicos nas mais variadas produções semióticas é cada vez maior e mais representativa na construção de sentidos e significados no mundo contemporâneo. A imagem e os “possíveis interpretativos” (CHARAUDEAU, 1983) que ela pode abarcar, abrem um horizonte de perspectivas que nos conduzem a leituras menos óbvias e superficiais em um dado contexto comunicacional.

A linguagem é múltipla e seus modos de funcionamento também. Hoje, a grande variedade de formas de comunicação tem feito com que a circulação de textos multimodais seja cada vez mais presente na vida social. Na realidade, se partirmos do pressuposto de que, ainda que as mensagens se componham por uma modalidade dominante ela nunca será única no processo de produção de sentidos, todo texto é multimodal (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001).

Do latim *imāgo*, a palavra imagem remete-nos à ideia de semelhança. Trata-se de uma representação construída por meio da estruturação de uma mensagem visual que, para que possamos lê-la, convocamos à nossa memória referências que nos permitam orquestrar significados a seu respeito. De natureza argumentativa, sua leitura não é puramente intuitiva e/ou natural e a verificação das significações que dela emergem, de maneira consciente, é tarefa que deve ser realizada a partir da escolha de uma abordagem teórica segundo o objetivo pretendido.

Para Charaudeau (2006), a imagem tem poder para criar tipos de efeitos diferentes no público a que se destina, dentre os quais se destacam os de transparência e evocação. Transparência seria o fato propriamente, inquestionável, indubitável. Evocação seria o que a mente de cada um evoca, rememora ao ver uma cena (supostamente)

### SUMÁRIO



SUMÁRIO

real; aquilo que a memória de cada um leva a pensar a partir de determinado fato ou circunstância. É esse segundo efeito que mais nos interessa para a presente análise, posto que as interpretações visuais nunca são únicas, podendo suscitar sentidos e efeitos vários, de acordo com as condições de produção e segundo o sujeito que realiza o percurso de interpretação.

Pensando então em indicar as interpretações possíveis que emergem na capa da *Time* na edição de 2 de julho de 2018, optamos por orientar nossa investigação por meio da abordagem semiótica. De acordo com Joly (2007)

(...) abordar ou estudar certos fenômenos sob o seu aspecto semiótico é considerar o seu modo de produção de sentido, por outras palavras, a maneira como eles suscitam significados, ou seja, interpretações. Efetivamente, um signo é um signo apenas quando exprime idéias e suscita no espírito daquele ou daqueles que o recebem uma atitude interpretativa. Deste ponto de vista poderemos afirmar que tudo pode ser signo, pois que a partir do momento em que somos seres socializados aprendemos a interpretar o mundo que nos rodeia, seja ele cultural ou natural. Mas o propósito do cientista semiótico não é o de decifrar o mundo nem o de recensear os diferentes significados que nós atribuímos aos objetos, às situações, aos fenômenos naturais, etc. esse poderá ser o trabalho do etnólogo ou do antropólogo, do sociólogo, do psicólogo ou mesmo do filósofo. A tarefa do cientista semiótico consistirá antes em tentar ver se existem categorias de signos diferentes e se estes diferentes tipos de signos possuem uma especificidade e leis de organização próprias ou processos de significação particulares. (p.30-31)

Assim, por meio de um percurso analítico que considera a articulação dos modos semióticos, verificaremos possíveis significados que emergem dessa capa da *Time* e como ela se utiliza de sua “força discursiva potencializadora” (ELHAJJI, 2011, p.15) para orientar um posicionamento discursivo do leitor na mesma direção em que está construída a proposta do semanário. Afinal, como “o processo

de transformação da subjetividade do indivíduo e das fontes de representações das quais ele lança mão” (PIMENTA, 2001) podem ser capazes de regular a produção de sentidos, aumentando ou diminuindo o alcance comunicacional? Verifiquemos!

## ANÁLISE

A revista *Time* estampa, na edição de 2 de julho de 2018, uma capa construída sob um fundo vermelho inovador (já que a tradição quase centenária do periódico traz somente suas bordas e o título nesta cor) e com margens delineadas em branco. Uma fotografia aumentada de Donald Trump é posicionada à direita, olhando impávido para baixo, no sentido da criança hondurenha, migrante indocumentada, cuja fotografia é representada ao centro da página, diminuída e olhando para o alto no sentido do político republicano. À esquerda da capa, os dizeres *Welcome to America* trazido em branco assim como as margens que enquadram a capa, contrastam tanto com o fundo vermelho, quanto com o nome da revista que vem em preto e diagramado em caixa alta – o que também é atípico em publicações do semanário.

Temos uma capa construída dentro das normas do gênero jornalístico, suportada por uma cor que abre para algumas interpretações: ela tanto pode simbolizar o poder e hegemonia dos EUA, quanto os perigos que suas políticas migratórias podem representar para o mundo, uma vez que os reflexos de um posicionamento político tão radical frente a uma questão de interesse e responsabilidade internacional, impacta/influencia no agenciamento da questão migratória no âmbito global.

A representação dos personagens que estampam a capa não são imagens figurativas. Temos o recorte de fotografias impressas que

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

reúnem traços da realidade e naturalizam o aspecto representativo, afastando o público leitor da ideia de que a história contada por meio daquela mensagem visual é forjada, construída e/ou projetada.

Faz parte da composição da capa uma emolduração que marca visivelmente não apenas os limites da página, mas também os limites de significação da dada mensagem visual. O corte realizado pela moldura não só fecha a representação visual, como direciona o olhar do público apenas para as referências trazidas pela revista. Caso a moldura não estivesse presente na composição da capa, provavelmente as interpretações possíveis a respeito da mensagem visual construída seriam ampliadas pelo público e outras inteligibilidades a respeito da política migratória estadunidense poderiam ser orquestradas.

É perceptível que a escolha pelo ângulo do ponto de vista do presidente dos EUA, não só orienta a leitura da mensagem visual, como reforça o todo do enunciado defendido pelo editorial. Colocar a fotografia de Trump em “contra-picado” (JOLY, 2007, p. 109) reflete a ideia de imponência, dominação, superioridade, na mesma proporção que optar pelo ângulo “picado” (p. 109) da menina hondurenha reforça a ideia de fragilidade devido à sua condição migratória.

Apesar de não termos fotografias pela objetiva de uma grande angular, o efeito que emerge devido à escolha dos ângulos é o de dramatização: de um lado, a supremacia de Trump, de outro a vulnerabilidade de alguém que precisa ser acolhido. A ausência de profundidade, devido à escolha de um fundo vermelho chapado, pode dar a impressão de que ali é um “lugar de parte nenhuma” (JOLY, 2007, p. 112) e isso constrói sentidos e (efeitos) que remetem o leitor para o “não lugar” ocupado pelas pessoas em deslocamento forçado; para esse processo de (des)territorialização (DELEUZE; GUATTARI, 2004) pelo qual elas estão passando.



SUMÁRIO

A mensagem é organizada de modo a hierarquizar a visão do leitor a partir de linhas de força que atraem o olhar primeiramente para a figura de Trump, uma vez que a mesma está ampliada e iluminada, e só depois para a migrante hondurenha, representada por uma figura diminuída e sem luz própria. A eficácia dessa estratégia é tamanha, que o sentido da leitura deixa de percorrer um caminho tradicional. Ele deixa de ir da esquerda para a direita, orientação quase determinante na cultura ocidental (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001) e orienta-se da direita para esquerda para seguir a lógica da informação considerada chave, para a que é considerada periférica. Cumpre dizer nesse momento, que ao sermos levados a um percurso de leitura que vai da fotografia do republicano para a da criança, a revista reitera não apenas uma dinâmica que, não apenas toma a primazia da figura do presidente frente ao contexto global de migração, como fortalece o deslocamento da centralidade da principal figura desse cenário, que é a do migrante internacional indocumentado.

Em contrapartida é preciso registrar que a fotografia da criança pode ter sido posicionada estrategicamente no centro da capa, para colocar-se no eixo do olhar do leitor. Falamos em estratégia porque, por meio de uma construção sequencial de leitura, o final do percurso recairá sobre a figura da criança, ou seja, ao “terminar” a leitura da capa, a impressão que se tem é a de que ainda que o sujeito migrante não seja concebido como a prioridade no agenciamento dos fluxos, os elementos visuais são organizados de modo que se possa chegar a ele, isto é, ainda que o poder dominante insita em reforçar seu protagonismo, ao final, o sujeito migrante é quem ocupa o lugar de centralidade no contexto migratório.

Vale pontuar ainda que quando o leitor é levado a fazer uma leitura cuja trajetória é orientada a um percurso de uma oblíqua descendente em direção à esquerda, a interpretação da mensagem associa-se culturalmente à noção de retrocesso, dominação,

aniquilação. Não coincidentemente, é exatamente isso o que representam as políticas migratórias dos EUA.

O fato de a imagem de Trump vir cortada, sendo representada por meio de uma sinédoque, não só leva o leitor a conceber imaginariamente o todo por contiguidade, como tem potencial para ampliar o sentido desse corte para além da figura do presidente: se fizermos uma leitura metonímica, poderíamos pensar até mesmo em quais interesses dominantes poderiam estar revestidos nessas políticas migratórias tão rígidas e desumanas como a dos EUA.

No que se refere à cenografia constitutiva da capa da *Time*, percebemos o quanto a disposição dos sujeitos retomam posturas codificadas. Ao invés de organizar os personagens face a face com o leitor, para convocar o leitor a um posicionamento discursivo específico, a argumentação da mensagem acontece por elipse, isto é, ela comunica por meio dos não-ditos, das entrelinhas da narrativa, dos subentendidos e dos pressupostos. O todo da mensagem só pode ser compreendido a partir da convocação de memórias/referências discursivas, condições de produção do discurso da revista e questões sócio-políticas e estratégicas que contornam as políticas migratórias internacionais.

Em se tratando da escolha tipográfica e de cores, a revista mantém a fonte que é sua marca registrada desde sua criação, mas inova ao estampar seu nome em preto, contrastando com a cor de fundo e rompendo, mais uma vez, com a tradição de escrever *Time* em vermelho, marca que, inclusive, compõe a identidade visual da revista. Além disso, o preto acaba fortalecendo um caráter de autoridade e força desse periódico que é considerado um dos mais importantes do mundo. Essa decisão pela cor preta é capaz de causar ainda um grande impacto visual no leitor, pois, além de remetê-lo à seriedade e credibilidade da revista, pode provocar associações relativas ao desconhecido, ao medo e ao poder a que estão relacionados às intimidadoras políticas migratórias dos EUA.

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

Importante ressaltar também, que o contraste estabelecido do preto em relação ao branco em que se escreve *Welcome to America*, cria uma conveniente esfera argumentativa por meio de um jogo de sentidos em que a cor escura subentende certo mistério e a clara, o desvelamento de alguma coisa – no caso, a tentativa da revista de apontar para as consequências do agenciamento político da questão migratória pelo atual governo norte-americano.

A mensagem linguística expressa na capa, assim como o todo da mensagem visual, é polissêmica. Os dizeres *Welcome to America*, revestidos de ironia e criticidade, característica do editorial da revista, assumem a função de âncora. Eles complementam o sentido das imagens e ampliam as possibilidades de interpretação do todo do enunciado em relação ao fato de que os EUA não parecer interessado em cooperar para um gerenciamento digno e vantajoso para todos os envolvidos no processo e percurso migratórios. Ao desejar boas-vindas a migrantes que se arriscam na travessia sem documentos e quaisquer outras perspectivas de acolhimento, o sentido do discurso construído pela revista é reforçado e a urgência de se reavaliar o agenciamento político da questão migratória no mundo é reiterada.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando uma das revistas mais lidas dos EUA (e do mundo) se coloca como porta-voz dos reflexos de uma equivocada administração da questão migratória, ela não apenas “(...) captura o que está em jogo no momento” – como disse o editor-chefe da revista à época da publicação – como visibiliza um “acontecimento sociológico” (MORO, 2015, p. 187), abrindo espaço para uma possível movimentação na agenda social por meio do debate que é instaurado na sociedade.

SUMÁRIO

Segundo ElHajji (2011) “as coordenadas do real contemporâneo só se efetivam e tomam forma dentro e em função da esfera midiática” (p.12) e se partirmos desse pressuposto, concluímos que a revista *Time* não apenas se junta ao coro de críticos do governo Trump no tangente à arbitrariedade de suas políticas, como também, e principalmente, intermedeia a negociação de interesses de grupos “minoritarizados” (ANUNCIAÇÃO, 2018).

Cumprir dizer ainda, que estampar a capa de um periódico internacional com as implicaturas da má administração da política migratória do governo estadunidense, pode levar a sociedade a problematizar a complexidade da questão e até mesmo incentivar a desconstrução de inteligibilidades já cristalizadas a respeito de sujeitos subalternizados que, segundo Machado (2015), são vistos pelos socialmente bem localizados, como merecedores daquela vida que nada mais é que uma “fatalidade” que engendra certa normalidade ou equilíbrio na vida social.

Por meio da análise realizada foi possível perceber que a revista contribui para o evidenciamento de uma situação disfuncional e inadmissível no atual cenário de mobilidade espacial – que é como podem ser caracterizadas as medidas da política “Tolerância Zero” – e isso favorece, como bem diria Lara e Limberti (2015), para o desmantelamento de um sistema que abriga o eco de sujeitos silenciados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACNUR (2019). *Emergências*. Disponível em: <https://www.acnur.org/emergencias.html>. Acesso em 24 de abr 2019.

ACNUR (2019). *Número de pessoas deslocadas chega a 68,5 milhões em 2017*. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/acnur-numero-de-pessoas-deslocadas-chega-a-685-milhoes-em-2017/>. Acesso em 08 de abr 2019

SUMÁRIO

BAUMAN, Z. *Estranhos à nossa porta*. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

BRIGGS, A.; BURKE, P. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet*. 2ª. ed. revisada e ampliada, Rio de Janeiro, Zahar, 2006.

CHARAUDEAU, P. *Langage et discours*. Paris. Hachette, 1983.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

CLOCHARD, O. Les réfugiés dans le monde entre protection et illégalité. In: *EchoGéo*, n.2, 2007, p. 1-27. Disponível em: <https://journals.openedition.org/echogeo/1696>, n. 2, 2007. Acesso em 23 de abr 2019.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. *Mil Platôs – capitalismo e esquizofrenia*, vol. 3. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2004.

DINIZ, L. R. A; NEVES, A. O. Políticas linguísticas de (in)visibilização de estudantes imigrantes e refugiados no ensino básico brasileiro. In: *Revista X*, v.13, n.1, 2018, p. 87-110.

ELHAJJI, M. Mapas subjetivos de um mundo em movimento: Migrações, mídia étnica e identidades transnacionais. *Eptic*. Vol XIII, n 2, Maio-Agosto, 2011.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. 2001. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Hodder Arnold.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading images: The grammar of visual design*. London: Routledge, 2001.

LARA, G. P; LIMBERTI, R. P. Apresentação. In: LARA, G. P; LIMBERTI, R. P. (Org.). *Discurso e (des)igualdade social*. São Paulo: Contexto, 2015. p. 7-11

MACHADO, I. L. Narrativa de vida e construção da identidade. In: LARA, G. P; LIMBERTI, R. P. (Org.). *Discurso e (des)igualdade social*. São Paulo: Contexto, 2015. p. 129-142.

MAINGUENEAU, D. Novas textualidades. In: MAINGUENEAU, D. *Discurso e Análise do Discurso*. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015, p.159-164.

MORO, M. R. Psicoterapia transcultural da migração. In: *Revista Psicologia USP, São Paulo*, v. 26, n.2, p.186-192, ago. 2015.

ONU (2018). Assembleia Geral da ONU adota oficialmente Pacto Global para a Migração. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/assembleia-geral-da-onu-adota-oficialmente-pacto-global-para-a-migracao/>. Acesso em 18 de abr 2019.

## SUMÁRIO

ONU (2018). Quando pensamos em migrantes, por que não incluir Einstein e Cristiano Ronaldo? Disponível em: <https://nacoesunidas.org/artigo-quando-pensamos-em-migrantes-por-que-nao-incluir-einstein-e-cristiano-ronaldo/>. Acesso em 18 de abr 2019.

PIMENTA, S. A. Semiótica Social e a Semiótica do Discurso de Kress. In: MAGALHÃES, C. Reflexões sobre a Análise Crítica do Discurso. Belo Horizonte: FALE/POSLIN/UFMG, 2001, p. 185-206.

RESSTEL, C.C.F.P. Fenômeno migratório. In: *Desamparo psíquico nos filhos de dekasseguis no retorno ao Brasil*. Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015, p. 35- 52.

SANTOS, Z. B.; PIMENTA, S. M. O. Da semiótica Social à Multimodalidade: a orquestração de significados. In: CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada, v.12, n.2, 2014, p.295-324.

STEINBERGER, M. B. *Discursos geopolíticos da mídia – Jornalismo e imaginário internacional na América Latina*. São Paulo: FAPESP, Educ, Cortez, 2005.

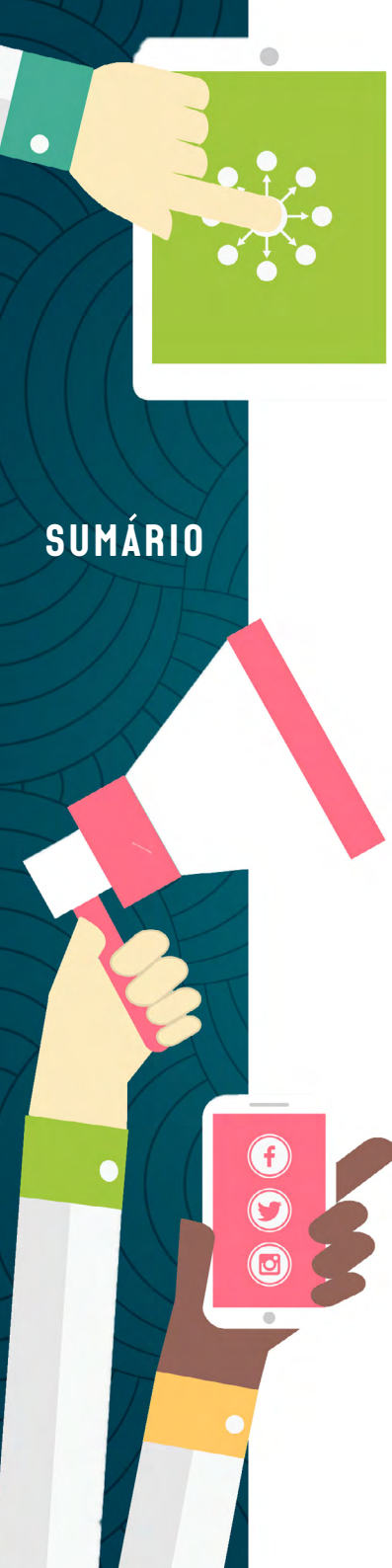
ANEXO

Capa da revista Time, edição de 2 de julho de 2018



Fonte: Getty Imagens

SUMÁRIO



# 13

Márcia Regina Romano

## REVISÃO DE TEXTOS E DESIGN GRÁFICO: UMA ANÁLISE DOS RITOS GENÉTICOS EDITORIAIS

*TEXT REVIEW AND GRAPHIC DESIGN:  
AN ANALYSIS OF EDITORIAL GENETIC RITES*



## SUMÁRIO

### RESUMO:

Este artigo realiza um estudo de três peças gráficas publicitárias da instituição SESC em Minas Gerais. Partindo da noção de ritos genéticos editoriais (SALGADO, 2016) e utilizando como base teórico-metodológica os pressupostos da Gramática do Design Visual (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001) e da análise do discurso de matriz francesa (MAINGUENEAU, [1984] 2008a, [1998] 2008b, [2006] 2008c), são discutidos diversos componentes dessas peças, estabelecendo-se uma relação intrínseca entre o conteúdo e o projeto gráfico. As informações são consideradas em seus aspectos multimodais, em que cada peça tem o intuito de construir determinado ethos discursivo da instituição que enuncia. O fio condutor das análises são os movimentos de sentido que se verificam durante o processo de coenunciação editorial, ou seja, a etapa do processo de edição em que revisor e autor estabelecem diálogos em busca do melhor direcionamento de cada texto.

**PALAVRAS-CHAVE:** Edição; Ritos genéticos editoriais; Revisão de textos; Multimodalidade; Ethos discursivo.

### ABSTRACT:

*This article conducts a study of three public graphic pieces from the SESC institution in Minas Gerais. Starting from the notion of editorial genetic rites (SALGADO, 2016) and using a theoretical-methodological assumptions of the Grammar of Visual Design (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001) and the French Discourse Analysis (MAINGUENEAU, [1984] 2008a, [1998] 2008b, [2006] 2008c), several components of the pieces are discussed, establishing an intrinsic relationship between the content and the graphic design. The information is considered in its multimodal aspects, in which each piece is intended to build a certain discursive ethos of the institution it enunciates. The guiding thread of the analysis are the meaning movements that occur during the editorial co-announcement process, that is, a stage of the editing process in which reviewer and author establish dialogues in search of the best direction for each text.*

**KEYWORDS:** *Edition; Editorial genetic rites; Proofreading; Multimodality; Discursive ethos.*

## INTRODUÇÃO

“Havaianas, todo mundo usa”, “Bombril, mil e uma utilidades”, “Sorriso saudável, sorriso Colgate”... São muitos os slogans que marcam época, trazem-nos memórias afetivas e, por vezes, acabam se incorporando ao discurso circulante em determinada sociedade e em determinada época. A publicidade empresarial utiliza-se dos mais variados e criativos recursos discursivos para atingir seu público e estabelecer um “relacionamento” com este no intuito de persuadir e vender. Assim, seja por meios impressos, audiovisuais, digitais ou sonoros, as empresas disseminam suas mensagens, e as pessoas estabelecem as mais variadas relações com estas. Os slogans são parte de um todo coerente, que é o discurso organizacional, que compreende as várias formas de relacionamento da empresa com seus clientes.

Pode-se dizer, dessa forma, que os discursos produzidos pelas organizações estão inscritos na circulação da energia social (CHARTIER, 2002), já que são influenciados pela sociedade e ao mesmo tempo a influenciam, num movimento de troca constante, o que contribui para que se configure a forma como nos vemos e nos relacionamos com o mundo. Ao produzir tais discursos, os publicitários e demais profissionais, como diretores de criação, editores, designers e revisores (seja na própria empresa ou em agências de comunicação), estão constantemente alerta ao que circula na opinião pública em cada ocasião, a fim de que a comunicação de sua empresa seja eficiente e eficaz. Tais sujeitos, em dado contexto histórico, social e cultural, produzem os discursos das instituições que representam ao imergir em um complexo processo de exercício de poder, o qual se exerce na alteridade e se materializa no discurso. Trata-se de um trabalho polifônico, realizado de forma colaborativa entre várias subjetividades.

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

Para tal investigação<sup>52</sup>, foi escolhida a instituição Serviço Social do Comércio (Sesc) – unidade regional Minas Gerais. Sou revisora de textos no Sesc desde julho de 2012, o que suscitou o interesse pelo tema. Interessa-me o trabalho que é feito em torno do discurso, ou melhor, a “prática discursiva” (MAINGUENEAU, [1984] 2008a) em torno de tais textos organizacionais durante a etapa de produção editorial, mais precisamente durante a revisão dos textos. Na instituição analisada, o tratamento editorial dos materiais de divulgação e comunicação é feito por uma equipe composta de: redator publicitário, jornalistas, designers, profissionais de atendimento e revisora de textos. A revisão de textos se realiza, em geral, na última fase antes do envio dos materiais para gráfica, mas muitas vezes desencadeia a abertura dos textos – e, portanto, do próprio discurso – para um complexo processo de diálogos com os demais envolvidos em determinada produção.

## A EDIÇÃO E SEUS RITOS

Para entender a história de um livro, uma publicação periódica ou qualquer outro tipo de texto, é preciso compreender o que acontece com esses textos durante o processo editorial. De acordo com Chartier, “a questão essencial que deve ser colocada por qualquer história do livro, da edição e da leitura é a do processo pelo qual os diferentes atores envolvidos com a publicação dão sentido aos textos que transmitem, imprimem, leem” (CHARTIER, 2002 *apud* SALGADO, 2016, p. 161). De acordo com Salgado, as produções textuais fazem parte da vida em sociedade, pois são necessárias em dada comunidade discursiva. Dessa forma, o trabalho de edição é parte dessa construção social, já que “participa da divisão intelectual do trabalho e, assim, da circulação

<sup>52</sup> Este estudo é um desdobramento da pesquisa de mestrado da autora, que teve início em 2018, no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (Cefet/MG).

da energia que caracteriza uma dada sociedade em suas práticas de produção e consumo cultural” (p. 162). Assim, a autora traz a noção de ritos genéticos editoriais:

Para entender melhor esse ofício, que, no limite, opera na “vitalidade dos textos”, proponho que seja entendido como parte do que chamarei *ritos genéticos editoriais*: no processo editorial, os originais do autor passam por diversas etapas de constituição do texto que vai a público; em certa medida, esse texto ainda está sendo escrito, e essa etapa autoral inclui a leitura de um outro autorizado a fazer intervenções (difíceis de discriminar previamente) em diversos âmbitos do texto (difícil prever até que ponto) (SALGADO, 2016, p. 162, grifos da autora).

Esse outro autorizado a que se refere a autora é o revisor de textos, aquele que oferece ao autor a sua leitura, aponta caminhos de interpretação e direções para possíveis releituras e reescritas, sempre considerando os âmbitos extralinguísticos que constituem a produção de sentido, numa atividade de textualização que abre uma vez mais o texto antes da publicação, propondo-se a uma interlocução marcada. Marcada fisicamente, em cada sugestão de alteração que o revisor propõe ao autor e recebe dele uma réplica, que dá origem a uma tréplica, até que o texto se configure como final. O revisor é, para Salgado, definido como um coenunciador editorial, termo “correlativo de enunciador, para acentuar que a enunciação é, de fato, uma coenunciação, na qual dois participantes desempenham um papel ativo” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 155 *apud* SALGADO, 2016, p. 131).

A noção de ritos genéticos editoriais foi desenvolvida por Salgado a partir do conceito de ritos genéticos de Maingueneau ([1984] 2008a, p. 132) que são, segundo o autor, “o conjunto de atos realizados por um sujeito em vias de produzir um enunciado”. Para Maingueneau, esses ritos pessoais não podem ser considerados pura inspiração, já que constituem um dos caminhos pelos quais o discurso define suas restrições. Tais ritos pessoais se conjugam aos ritos “‘impostos’ por um pertencimento institucional e discursivo”.

## SUMÁRIO

SUMÁRIO

De acordo com ele, “a maneira pela qual o texto é produzido e pela qual é consumido estão ligadas” (MAINGUENEAU, [1984] 2008a, p. 134). Isso porque as formas pelas quais os textos são divulgados estão intimamente relacionadas com seu conteúdo. Assim, “não há, inicialmente, uma instituição, depois uma massa documental, enunciadores, ritos genéticos, uma enunciação, uma difusão e, por fim, um consumo, mas uma mesma rede que rege semanticamente essas diversas instâncias” (p. 135-136), ou seja, os sistemas de restrições semânticas não estão circunscritos à língua. Advém disso a noção de prática discursiva:

Mais valeria definir nosso objeto não como o discurso, mas como a prática discursiva, seguindo nisso, em parte, a visão de Michel Foucault, que introduz precisamente esse termo para referir-se ao “sistema de relações” que, para um discurso dado, regula as localizações institucionais das diversas posições que o sujeito de enunciação pode ocupar. Assim, evitaremos dissociar os componentes de uma inscrição social e semântica polimorfa, destinada a estruturar a complexidade de uma relação com o mundo para uma coletividade, real ou virtual (MAINGUENEAU, [1984] 2008a, p. 136).

## A ANÁLISE DO DISCURSO E A GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL

A fim de analisar as práticas discursivas na instituição Sesc, acreditamos que seja fundamental considerar os textos institucionais como multimodais, já que, conforme Kress e Van Leeuwen (2001),

Se quisermos entender a maneira pela qual instituições vitais produtoras de texto, como a mídia, educação e literatura infantil fazem sentido no mundo e participam do desenvolvimento de novas formas de estratificação social, uma teoria da linguagem já não é suficiente e deve ser complementada por teorias que possam tornar explícitos os princípios do novo letramento visual e descrever, por exemplo, o papel do layout no processo de

semiose social que ocorre nas páginas dos textos produzidos por essas instituições (p. 179).<sup>53</sup>

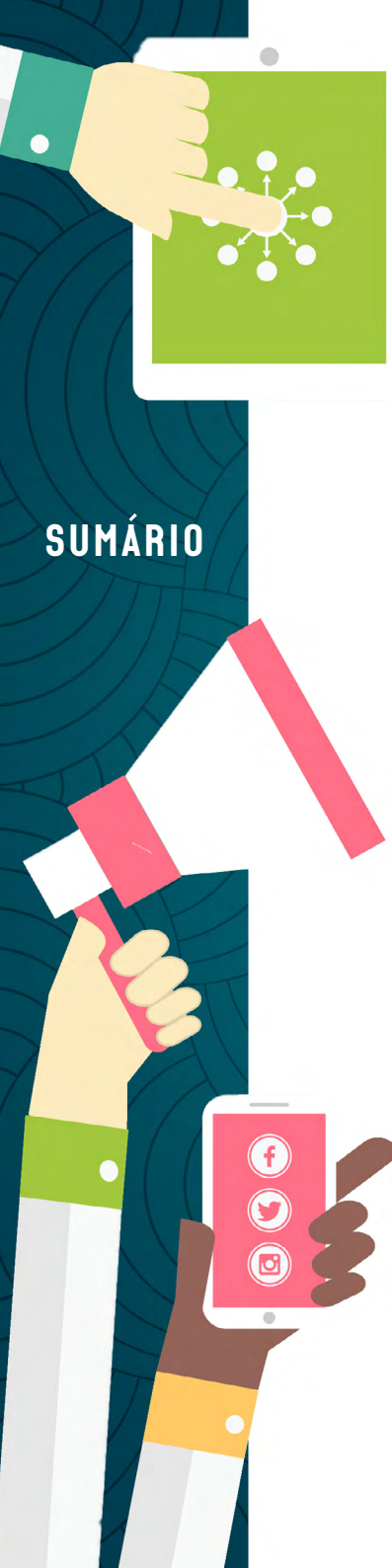
Textos que se destinam a persuadir, como é o caso dos textos institucionais e publicitários, não podem prescindir de todos os modos semióticos disponíveis, sendo que, neste estudo, vamos privilegiar a linguagem verbal e a composição das peças gráficas: texto verbal e projeto gráfico. Quando se trata de persuasão, é preciso que haja identificação entre a mensagem e seu público, considerando-se que

Ritmo e equilíbrio também formam os aspectos mais corporais dos textos, a interface entre nossos eus físicos e semióticos. Sem ritmo e equilíbrio, a coordenação física em tempo e espaço são impossíveis. Eles formam uma matriz indispensável para a produção e recepção de mensagens e são vitais na interação humana. Além disso, é em grande parte do senso de ritmo e do senso de equilíbrio de composição que o nosso prazer estético nos textos e nossas relações afetivas com os textos são derivados (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 203).

São exatamente as “relações afetivas com os textos” que os produtores de tais discursos buscam estabelecer junto a seus públicos. As organizações precisam que seus públicos se sintam “acolhidos” e satisfeitos com as mensagens de suas publicações. Nesse contexto, é como se os textos (cartazes, flyers, e-mails marketing) fizessem o papel do representante ou vendedor daquela instituição. Então, para cumprir seus objetivos, a organização precisa que seu leitor tenha uma sensação próxima daquela que tem o cliente que entra em uma loja e é atendido pelo vendedor com um sorriso no rosto, toda a paciência do mundo e cafezinho com biscoitos finos. As peças de comunicação buscam fazer isso por meio da enunciação, já que se configuram como uma unidade semiótica. Então, para que a persuasão se efetive, o “sujeito” que se coloca na peça – o fiador do que é dito em determinado discurso – estabeleça uma identificação com seu público, quer dizer: fiador e público precisam partilhar do mesmo ethos:

<sup>53</sup> Todas as citações a Kress; Van Leeuwen (2001) foram traduzidas pela autora.

## SUMÁRIO



## SUMÁRIO

Em última instância, a questão do ethos está ligada à da construção da identidade. Cada tomada da palavra implica, ao mesmo tempo, levar em conta representações que os parceiros fazem um do outro e a estratégia de fala de um locutor que orienta o discurso de forma a sugerir através dele certa identidade (MAINGUENEAU, [2006] 2008c, p. 59-60).

Como a reflexão teórica de Maingueneau em *Gênese dos discursos* tem como corpus os discursos religiosos (humanismo devoto e jansenismo), o autor estabelece uma relação entre a instituição igreja e a enunciação. Acreditamos que tais relações possam ser estendidas para a relação entre a instituição empresa (no nosso caso, a instituição Sesc) e a enunciação:

[...] parece muito claro que essas enunciações são tomadas pela mesma dinâmica semântica pela qual a instituição é tomada. Não se poderia, pois, fazer funcionar aqui um esquema de tipo “infraestrutural”, sendo a instituição a causa, e o discurso, seu reflexo ilusório. *A organização dos homens aparece como um discurso em ato, enquanto o discurso se desenvolve sobre as próprias categorias que estruturam essa organização.* ([1984] 2008a, p. 128, grifos nossos).

Quando esse “discurso em ato” encontra-se na materialidade de uma peça gráfica, é preciso considerar o suporte e os meios de difusão. Como aponta Chartier (2002) a respeito do processo de produção de livros:

Os textos não existem fora dos suportes materiais (sejam eles quais forem) de que são os veículos. Contra a abstração dos textos, é preciso lembrar que as formas que permitem sua leitura, sua audição ou sua visão participam profundamente da construção de seus significados (CHARTIER, 2002, p. 61-62).

Dessa forma, desempenha importante papel a atuação do design gráfico na constituição dos sentidos de textos institucionais, assim como ocorre com os livros. Vaz e Belo (2015) consideram que se trata de um ofício que se configura como uma produção cultural, cumprindo importante função sociocultural, de “formação intelectual e

SUMÁRIO

desenvolvimento das operações cognitivas dos leitores” (VAZ; BELO, 2015, p. 2). Os designers seriam, então, os profissionais capazes de oferecer aos indivíduos as ferramentas para uma leitura do mundo. “A função do designer é aumentar a legibilidade do mundo. O mundo é um labirinto a ser desvendado, um texto a ser decifrado. [...]” (MOLES, 1989 *apud* VAZ; BELO, 2015, p. 12).

Para compreender como se aumenta a “legibilidade do mundo”, tornando-o um “labirinto a ser desvendado”, a definição do layout, ou seja, a composição, é feita em termos pragmáticos:

Na teoria da arte, a composição é frequentemente discutida em termos estéticos e formais (‘balanço’, ‘harmonia’, etc.). Na prática de layout de jornais e revistas, é mais frequentemente discutido em termos pragmáticos (isso chama a atenção dos leitores?). Em nossa visão esses dois aspectos estão inextricavelmente entrelaçados com a função semiótica da composição. [...] Composição não é apenas uma questão de estética formal e de sentimento, ou de atrair os leitores (embora também seja isso); ele também ordena elementos significativos em textos coerentes e faz isso de maneira que eles sigam os requisitos de estruturas específicas de modo que eles próprios produzam significado (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 202-203).

## A MULTIMODALIDADE DOS TEXTOS: FOCO NO LEITOR

Do ponto de vista do designer, ao definir a tipografia em termos de linguagem, a multimodalidade inerente aos textos é vista como aliada dos leitores:

Os designers abrem caminhos pra dentro – e pra fora – do fluxo de palavras quebrando o texto em partes e oferecendo atalhos e rotas alternativas através da massa de informação. De um simples recuo (que sinaliza a entrada para uma nova ideia) a



um link destacado (que anuncia um salto para outro local), a tipografia auxilia os leitores a navegarem pela correnteza do conteúdo. [...] Embora muitos livros vinculem o propósito da tipografia à melhoria da legibilidade da palavra escrita, uma das funções mais refinadas do design é de fato ajudar os leitores a *não precisar ler* (LUPTON, 2006, p. 63).

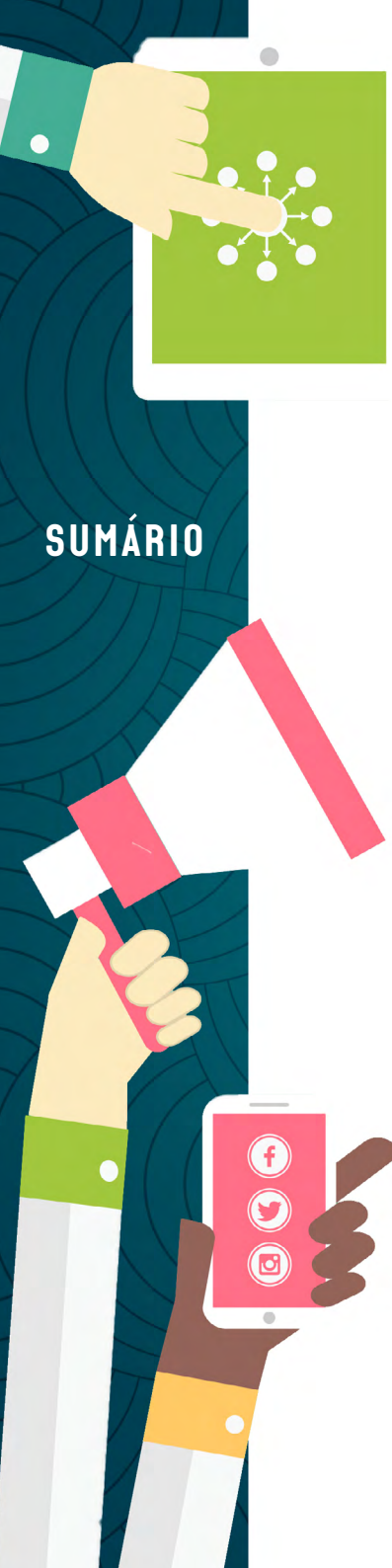
No ensaio “Da obra ao texto”, de 1968, o crítico francês Roland Barthes direciona o texto ao leitor quando decreta a morte do autor, para “devolver à escritura o seu futuro” ([1968] 2004, p. 64). Com base nessa ideia, os designers gráficos, nos anos 1980 e no início dos 1990, começaram a criar suas produções usando camadas de texto e diagramas interconectados: “Em lugar do modelo clássico, que vê a tipografia como o cálice de cristal do conteúdo, essa visão alternativa pressupõe que o próprio conteúdo muda a cada ato de representação. A tipografia torna-se um modo de interpretação” (LUPTON, 2006, p. 73). Por tipografia a autora compreende não apenas os aspectos relacionados à fonte, mas a tudo que se refere a projeto gráfico, objeto de estudo desta pesquisa.

Para analisar de forma mais detida o projeto gráfico, vamos trabalhar com os conceitos da Gramática do Design Visual (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001), sobretudo no que se refere aos aspectos composicionais. De acordo com os autores, a composição relaciona os significados representacionais e interacionais da imagem entre si através de três sistemas inter-relacionados, dos quais Verly (2016) nos fornece uma descrição resumida:

**Valor de informação:** Cada elemento do layout tem um valor diferente e esse valor depende do local em que ele está inserido na página (acima, à direita, à esquerda, abaixo). Cada uma dessas localizações leva valores específicos aos elementos.

**Saliência:** cada elemento atrai o olhar do leitor de diferente maneira e intensidade, através de contrastes de primeiro ou segundo plano, tamanho, tom ou cor, etc.

## SUMÁRIO



Moldura: são os dispositivos de enquadramento, como framelines ou espaços em branco (VERLY, 2016, p. 62).

Conforme Kress e Van Leeuwen (2001), o significado nas composições visuais guarda uma estreita similaridade com a significação na linguagem verbal ocidental, ou seja: da esquerda para a direita (considerando as composições horizontais), sendo que o que se encontra à esquerda é algo Dado, informação já conhecida, e o que se encontra à direita é o Novo, informação nova. Isso porque, no mundo ocidental, a ordem de leitura de textos verbais é da esquerda para a direita e de cima para baixo, o que poderá ser diferente em outras culturas. No caso das composições orientadas ao longo do eixo vertical, o Dado é o que se encontra na parte superior da página, e o Novo é o que se encontra na parte inferior. Assim, “isso atesta a existência de orientações de codificação mais profundas, mais abstratas, que encontram sua expressão de forma diferente em diversos modos semióticos” (p. 181). Ou seja:

Para algo ser Dado significa que é apresentado como algo que o espectador já conhece, como um ponto de partida familiar e acordado para a mensagem. Para algo ser Novo significa que é apresentado como algo que ainda não é conhecido, ou talvez ainda não aceito pelo espectador, portanto, como algo para o qual o espectador deve prestar atenção especial (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 180-181).

O Novo, assim, estaria associado ao “ponto-chave da mensagem”, “problemático”, “contestável”, “a informação ‘em questão’”, enquanto o Dado é apresentado como de senso comum, autoevidente” (p. 180-181). É preciso considerar que não se trata de um conceito fechado, mas de uma orientação de leitura por parte de seu autor, pois “a informação é apresentada como se tivesse esse status ou valor para o leitor, e que os leitores devem lê-lo dentro dessa estrutura, mesmo que essa avaliação possa ser rejeitada por um leitor particular” (p. 180). Trata-se, na verdade, de uma estrutura ideológica,

## SUMÁRIO

pois carrega uma profunda intencionalidade, que varia de acordo com o público-alvo, o contexto de comunicação e a forma de difusão.

## UMA BASE SÓLIDA PARA O EDIFÍCIO DA PROMESSA

No caso específico de composições estruturadas de forma vertical, como é o caso de anúncios (cartazes, e-mail marketings, folhetos, etc.) ou sites de empresas, a seção superior apresenta a promessa do produto,

o status de glamour que pode conferir a seus usuários, ou a satisfação sensorial que pode trazer (apelo emotivo, “o que pode ser”). A seção inferior visualiza o produto em si, fornecendo mais ou menos informações sobre ele, e dizendo aos leitores ou usuários onde ele pode ser obtido, ou como eles podem solicitar mais informações sobre ele ou encomendá-lo (informativa e prática, “o que é”) (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 186).

Trata-se da relação, segundo os autores, da divisão entre Ideal e Real. Assim, é como se, primeiramente (considerando a ordem de leitura de cima para baixo), apresentássemos ao nosso leitor/cliente toda a nossa estratégia de convencimento, de sedução (Ideal). Em seguida, já considerando o negócio fechado, apresentamos o que fazer para adquirir aquele sonho, “como uma base sólida para o edifício da promessa” (o Real) (p. 186). Segundo Kress e Van Leeuwen (2001), pode haver uma linha divisória nítida (fios, linhas ou caixas) entre essas duas seções, mas pode também haver elementos de conexão, como uma imagem que seja capaz de fazer essa ponte, ou isso pode ser feito através de elementos de design, como cores ou grafismos diversos que compõem a identidade visual da peça.

## SUMÁRIO

Os autores apontam as pistas visuais como a forma pela qual os leitores/espectadores identificam a relevância das informações e, assim, a relação de hierarquia entre as informações apresentadas:

Quando a composição é o modo de integração, a relevância é julgada com base nas pistas visuais. Os espectadores de composições espaciais são intuitivamente capazes de julgar o “peso” dos vários elementos de uma composição, e quanto maior o peso de um elemento, maior a sua saliência. Essa saliência, novamente, não é objetivamente mensurável, mas resulta da complexa interação [...] E, assim como o ritmo cria uma hierarquia de importância entre os elementos de textos temporalmente integrados, o peso visual cria uma hierarquia de importância entre os elementos de textos espacialmente integrados, fazendo com que alguns atraiam mais atenção a si mesmos do que outros (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 202).

Ainda assim, trata-se de apostas, suposições em relação a que poderá atrair mais a atenção dos leitores e qual será o caminho de leitura percorrido, ou se a peça gráfica será apenas “escaneada” ou lida em todos os seus detalhes. Afinal, não se trata de um texto corrido (como em livros, revistas, artigos, etc.) ou, ainda, de tirinhas convencionais, que apresentam, em geral, caminhos de leitura direcionados para dar sequência ao entendimento da estória. “Textos lineares e não lineares constituem, assim, dois modos de leitura e dois regimes de controle sobre o significado” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 208).

## RITOS GENÉTICOS EDITORIAIS: COMO ANALISAR?

A ideia principal da noção de ritos genéticos editoriais (SALGADO, 2016) é que o revisor de textos atua como um coenunciador editorial, auxiliando o autor a se colocar na posição de leitor de seu próprio texto. No caso deste estudo, o autor é o designer, que é o criador dos

## SUMÁRIO

## SUMÁRIO

projetos gráficos das peças de divulgação, mas em alguns casos há também a participação do atendimento<sup>54</sup> nas decisões. Para demonstrar como se desenvolvem esses ritos genéticos editoriais na instituição Sesc, vamos realizar os seguintes passos:

- Comparar as peças originais (enviadas para revisão) com as versões finais, analisando as alterações realizadas no texto e no projeto gráfico conjuntamente.
- Analisar os diálogos entre a revisora e o designer (ou atendimento), compreendendo como se dá a construção de sentidos nas peças.
- Contextualizar cada publicação analisada, a fim de contribuir para o entendimento da peça em questão.

Partindo da noção de ritos genéticos editoriais (SALGADO, 2016) como fio condutor, apresentamos como exemplo a análise de três peças gráficas de divulgação do Sesc. Utilizando como base o referencial teórico da Gramática do Design Visual (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001) e da análise do discurso de matriz francesa (MAINGUENEAU, [1984] 2008a, [1998] 2008b, [2006] 2008c), propomos as seguintes categorias de análise:

- Modalização do discurso: construção do ethos da instituição Sesc;
- Ideal-real: base sólida para o edifício da promessa;
- Valor de informação, saliência e moldura (pistas visuais):
  - Equilíbrio de composição;
  - Legibilidade e clareza da informação;

<sup>54</sup> Profissional responsável pela gestão das demandas, que atua como “ponte” entre designer, redator, revisor e demandante.

- Peso visual (ordenar os elementos significativos, criando uma hierarquia de importância);
- Elementos de conexão.

Figura 1: Cartaz de divulgação da programação do Sesc Palladium – abril/2017



Fonte: Arquivo Sesc em Minas Gerais.

O cartaz divulga a programação do Sesc Palladium trazendo um exemplo de atrações de cada área cultural: música, cinema, teatro, etc. A primeira atração, da Música, trazia inicialmente o nome do projeto (Domingos Clássicos) seguido do nome da Orquestra, todos com o mesmo estilo e com um travessão que parecia sobrar no final da linha. A primeira alteração da revisão foi no peso visual e na inversão da ordem, com a divisão em dois estilos: título para o nome da Orquestra e subtítulo para o nome do projeto. *Orquestra Ouro Preto* é o que mais chama a atenção do público, já que o nome do projeto é uma informação de domínio interno, institucional. Não é à toa que a Orquestra é a primeira atração do cartaz.

SUMÁRIO

## SUMÁRIO

Ao apresentar a proposta para a atendimento responsável pela demanda, ela teve a ideia de levar o nome do projeto para o box localizado abaixo, o qual cumpre a função de indicar a área cultural de cada atração divulgada e apresentar, de forma clara e legível, de fácil localização, a data e o horário do evento. O recurso visual dessa caixa de texto pôde ser melhor aproveitado, dando pistas de leitura para que o leitor possa escolher o evento de que deseja participar, já que dá as informações básicas sobre ele. Essa manobra teve a função de fazer caber o nome dos convidados da Orquestra na data em questão: Paulo Jobim, o filho do maestro criador de *Garota de Ipanema*, e o arranjador Mario Adnet. É que o apontamento feito no momento da revisão fez com que a profissional revisse o destaque a ser dado para o evento.

Assim, ao ordenar os elementos significativos, estabelecendo uma hierarquia entre eles (através da diferenciação de peso da fonte e através da mudança na ordem), a relação Ideal-Real, conforme Kress e Van Leeuwen (2001), também pôde ser melhor configurada, pois apresentamos a Orquestra Ouro Preto como Dado e ao mesmo tempo como “estratégia de convencimento”, que se materializa com a apresentação dos convidados, tornando visível o produto em si. É uma forma também de gerar equilíbrio na composição, ao explorar todos os elementos de conexão (título, subtítulo e box). Outra forma de analisar esses elementos é considerar título e subtítulo como Ideal (estratégia de convencimento, sedução) e o box como Real (a base sólida para o edifício da promessa).

A mesma questão da hierarquia acontece no evento de Artes Visuais, *Exposição Trópico*. A divisão em título e subtítulo, a exclusão do travessão no final da linha e o itálico no nome da exposição trazem mais clareza e legibilidade à informação e a ideia de que houve um cuidado com aquelas duas linhas de informação. Aqui também foi sugerido retirar o nome do local, Galeria de Arte GTO, já que não fazia sentido essa informação em apenas um dos eventos, já que nas demais programações não há referência a local. É outra forma de

realizar o equilíbrio na composição, tanto em termos de informação quanto em termos de visualidade.

No caso do evento de *Literatura*, no box originalmente constava *Literatura* para a área e, ao lado, *Literaturas: Questões do Nosso Tempo* para o projeto, num evento chamado *A Autoficção na Cena Literária Contemporânea do Brasil*, ou seja, a informação *Literatura* estava bastante redundante, por isso a atendimento, depois de propor a alteração no box do evento de Música, sugeriu também retirar a primeira menção e dar destaque ao nome do projeto, que ficou sozinho na caixa. São manobras que fazem a diferença e ajudam o leitor a se orientar melhor e tornam a peça mais limpa e coerente em sua composição. Também contribuem para a construção do ethos do Sesc: instituição que produz materiais bem cuidados e se preocupa com a recepção de seu público.

Figura 2: Peça exibida no telão do teatro do Sesc Palladium antes do início de espetáculo



Fonte: Arquivo Sesc em Minas Gerais.

Nesta peça, que tem como principal característica a grande dimensão (ocupa o telão do Grande Teatro do Sesc Palladium) e a necessidade de ser visualizada a distância (até o final da última plateia), as informações devem ser legíveis ao extremo. O peso visual já estava devidamente equacionado (título para o nome do espetáculo e subtítulo para o nome da artista), constituindo, de acordo com Kress e Van Leeuwen (2001), o Dado/Ideal da peça (inclusive se considerarmos também o eixo horizontal), mas a informação do

## SUMÁRIO



campo do Novo/Real, nem tanto, pois a grafia do mês por extenso não permitia que coubesse o horário.

Então, a sugestão feita pela revisora à designer foi que abreviássemos o mês (em caixa-alta), a fim de facilitar a leitura. Ela teve a ideia também de adicionar um ponto final (com espaço antes e depois) como elemento de separação das informações de data e horário, como se faz com barras verticais ou horizontais, ou mesmo vírgulas, quando não se utiliza preposições (ex.: **2 de setembro, às 21h**). O ponto funcionaria como a pista visual para a relação de sentido entre as duas informações. Este havia sido testado por ela em outra peça, gerando resultado satisfatório. Quanto ao nome do mês em caixa-alta, a designer argumentou que ela testou e considerou o resultado “grosseiro”, ou seja, sem equilíbrio na composição, já que toda a peça está escrita em maiúsculas. Assim, a opção pela caixa-baixa teve o intuito de tornar a peça mais leve, equilibrada e, portanto, mais agradável aos espectadores do Sesc Palladium.

## SUMÁRIO

Figura 3: Folheto de divulgação para os hóspedes do Sesc Ouro Preto



Fonte: Arquivo Sesc em Minas Gerais.

## SUMÁRIO

A peça original trazia as informações de data e horário de forma confusa, perdida no texto; apenas o local estava fácil de se localizar. As manobras realizadas visaram dar destaque ao convite feito ao hóspede (segundo parágrafo), deixando claro quem está convidando – o Sesc e o Circuito ViJazz & Blues –, dando a essa informação o status de Dado/Ideal, garantido, “edifício da promessa”, conforme Kress e Van Leeuwen (2001). A manobra realizada durante a etapa de revisão visou dar destaque à iniciativa do Sesc, contribuindo para a construção do ethos de uma instituição que incentiva a cultura, ao se associar ao Circuito ViJazz & Blues, e a leva para seus hóspedes, tratados como “queridos” e merecedores de um “convite especial”. Além disso, as demais alterações possibilitaram a reorganização do parágrafo que explica o evento, com a substituição do verbo no gerúndio *convidando* pelo presente *convida*, dêitico temporal importante para o contexto do evento, tornando a ordem da frase direta, sendo que o *aclamado baixista Marcelo Mariano* se torna o sujeito da frase, já que é ele quem convida os demais artistas, tornando-se Dado na frase em questão, e deixando para o domínio do Novo os convidados.

Considerando todo o texto da peça, na versão final temos os três primeiros parágrafos configurando-se como Novo/Ideal, a promessa do produto, apelo sensorial, “o que pode ser”. Já as informações de data, horário, local e forma de acesso (entrada gratuita) configuram-se como Real, informação prática, “o que é”. A frase final, “Contamos com a sua presença”, faz o papel de fechamento da mensagem, ao se direcionar ao leitor/cliente, em que o enunciador fica marcado na terceira pessoa do plural, nós (*contamos*), com o verbo no presente. Essa frase, assim como a primeira (de boas-vindas), contribui para a construção do ethos do Sesc como uma instituição hospitaleira, que se preocupa em gerar identificação com o hóspede, deixando-o à vontade, em casa, bem recebido.

Os espaçamentos da peça final dão um respiro visual ao folheto, conferindo equilíbrio à composição, que, agora, apesar do volume de informações (pelo fato de ser a única peça para essa divulgação),

## SUMÁRIO

traz as informações de forma mais clara e legível ao público, numa prática discursiva coerente com sua intenção, que é comunicar. O uso de negrito para a menção a data, horário e local (o Novo/Real) e a caixa-alta para *entrada gratuita* são pistas visuais de que se trata de informações relevantes ao possível espectador.

Nesta peça, foi possível acompanhar a aplicação de alguns preceitos da Gramática do Design Visual ao texto verbal, já que este adquire, em alguns casos, como ocorre em peças de divulgação, o status de imagem, pois, conforme Lupton (2006, p. 63), “a tipografia auxilia os leitores a navegarem pela correnteza do conteúdo [...]”, ajudando-os “a não precisar ler.”

## CONSIDERAÇÕES PARA NOVOS ESTUDOS

Buscamos contribuir, com este breve estudo, para possíveis caminhos para os estudos do campo da edição, sobretudo da etapa de revisão de textos, e do campo do design gráfico, por meio das potencialidades de pesquisa proporcionadas pela Gramática do Design Visual, pela análise do discurso de matriz francesa e pela noção de ritos genéticos editoriais, tributária dessa mesma análise do discurso.

Acreditamos que a revisão de textos, tanto como prática profissional, quanto como campo de pesquisa, oferece terreno fértil para tais entrecruzamentos de áreas, ou seja, a transdisciplinaridade da pesquisa. Isso porque, ontologicamente, a revisão de textos, como nos orienta a noção de ritos genéticos editoriais, é o campo que abre o texto mais uma vez para a textualização e retextualizações várias, tantas quantas forem necessárias, pois é aqui que ganha circulação, ainda uma vez, a energia social que constitui as publicações (os livros, nas palavras de Chartier (2002), mas quaisquer escritos que se movimentem em uma dada comunidade), antes que o texto venha a público.

SUMÁRIO

A revisão de texto coloca em movimento os escritos, os discursos, os sujeitos. Essa prática dá vida – porque também é viva – aos dizeres dos seres humanos. Humanos esses que se expressam por meio de palavras, imagens, composições visuais e grafismos, entre tantas outras formas de atribuir sentido.

Quando se trata de produções que não podem negar sua natureza de unidade semiótica, como é o caso dos textos institucionais, em que uma entidade jurídica precisa estabelecer estreita identificação com pessoas que são seus consumidores, é preciso que os profissionais envolvidos nessa produção – revisores, designers, redatores, entre muitos outros – entendam de forma ampla todas as possibilidades de gerar sentido. E que dialoguem entre si e construam juntos, pois os saberes se intercambiam e se completam. Para a pesquisa científica, são muitos os caminhos e promissores os frutos.

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland (1968). A morte do autor. In: *O rumor da língua*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004. p. 57-64.
- CHARTIER, Roger. *Os desafios da escrita*. São Paulo: Editora Unesp, 2002.
- KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading images: the grammar of visual design*. London, New York: Routledge, 2001.
- LUPTON, Ellen. *Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- MAINGUENEAU, Dominique (1984). *Gênese dos discursos*. Trad. de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a.
- MAINGUENEAU, Dominique (1998). *Análise de textos de comunicação*. Trad. de Cecília Pérez de Souza-e-Silva. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2008b.
- MAINGUENEAU, Dominique (2006). *Cenas da enunciação*. Org. de Sírio Possenti e Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola Editorial, 2008c.

SALGADO, Luciana Salazar. *Ritos genéticos editoriais: autoria e textualização*. Bragança Paulista: Margem da Palavra, 2016.

VAZ, Paulo Bernardo Ferreira; BELO, Diego Rodrigues. *Re/vis-à-vis/ta: uma leitura sociocultural do design gráfico editorial*. XXXVIII CONGRESSO Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais... Rio de Janeiro, RJ, de 4 a 7/9/2015.

VERLY, Ludmylla Marina Souza. *Capas de jornal: uma análise do Estadão em versões impressa e digital à luz da Semiótica Social*. 2016. 144 f. (Dissertação – Mestrado em Estudos de Linguagens). Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

## SUMÁRIO

## SOBRE OS AUTORES E AS AUTORAS

### ADRIANA MARIA CUNHA

Doutoranda em Letras pelo Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (Cefet-MG). (drisjdr@hotmail.com)

### ANA ELISA RIBEIRO

Professora Titular do Departamento de Linguagem e Tecnologia do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, onde atua no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens, no Bacharelado em Letras e no ensino médio. É doutora em Linguística Aplicada pela UFMG. Entre outros, é autora do livro *Textos Multimodais – leitura e produção* (Parábola Editorial, 2016). (anadigital@gmail.com)

### CLÁUDIO MÁRCIO DO CARMO

Graduado em Letras pela Universidade Federal de São João del-Rei (1999), Mestre em Linguística (2001) e Doutor em Linguística Aplicada (2005), pela Universidade Federal de Minas Gerais, com Estágios de Pós-Doutoramento em Antropologia pela Universidade de São Paulo (2012) e em Linguística Aplicada pela Universidade da Geórgia (2018). É Professor Associado da Universidade Federal de São João del-Rei, onde atua nas graduações e no Programa de Mestrado em Letras. É pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Seu trabalho abrange Teoria e Análise Linguística e Linguística Aplicada, sendo seus principais interesses a Linguística Sistemico-Funcional (e suas expansões), Linguística de Corpus, Semiótica Social, Multimodalidade, Análise (Crítica) do Discurso e estudos lexicais. Tem se dedicado ao estudo de discursos de/sobre minorias e grupos vulneráveis, questão étnico-racial e questão religiosa e, atualmente, seu foco de pesquisas centra-se, sobretudo, na produção, distribuição e consumo do discurso de ódio (CNPq) e, por outro lado, no ensino de Português como língua estrangeira, numa perspectiva dos (multi)letramentos e para uma pedagogia da diversidade. (claudius@ufsj.edu.br)

### FLÁVIA CAMPOS SILVA

Doutoranda pelo Programa de Estudos de Linguagens (POSILING) e professora voluntária de Português como Língua de Acolhimento (PLAc), ambos pelo Centro de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG). É membro

## SUMÁRIO



SUMÁRIO

pesquisadora do Grupo de Estudos Migratórios: Acolhimento, Linguagens e Políticas (GEMALP), do Grupo de Estudo Distribuição Espacial da População (GEDEP)/PUC Minas (Linhas: Migração interna e internacional) e do Grupo de Estudos sobre Narrativas de Si, o Narrar-se CEFET-MG. Sua pesquisa está inserida no âmbito da Análise do Discurso de linha francesa, com ênfase na feminização das migrações. (flaviariff@yahoo.com.br)

### **JOARLE MAGALHÃES SOARES**

Jornalista e servidor público federal. Doutorando do Programa de Pós-graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (Cefet-MG) e mestre em Linguística pela Universidade de Franca. Pesquisador na área de Análise do Discurso. Possui graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora. É especialista em Criação e Produção em Rádio e TV. Trabalha no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais (IFMG), atuando em projetos da Diretoria de Comunicação. Ocupou por quatro anos a função de chefe de gabinete do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas. Foi coordenador de Comunicação Social desta instituição. Já atuou como repórter do jornal Tribuna de Minas, em Juiz de Fora (MG), e no jornal JF Hoje, onde exerceu funções de repórter e editor. Também possui experiência em comunicação organizacional, produção de eventos, assessoria de imprensa e cerimonial. (joarle.magalhaes@gmail.com)

### **LIZAINNY APARECIDA ALVES QUEIROZ**

Graduada em Pedagogia, Psicologia e Letras, Mestra e Doutoranda em Estudos de linguagens do POSLING do CEFETMG. (lizainnyqueiroz@yahoo.com.br)

### **MAGALI SIMÕES DE OLIVEIRA**

Jornalista, mestre em Letras e doutoranda em Estudos de Linguagens. (magalisimone1@gmail.com)

### **MÁRCIA REGINA ROMANO**

Mestre em Estudos de Linguagens pelo Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. Tem especialização em Projetos Editoriais Multimidiáticos pelo Centro Universitário UNA e em Revisão de Textos pelo Instituto de Educação Continuada da PUC Minas. É jornalista pela UFMG. Atua como revisora e redatora do SESC Minas Gerais. (marciaromano2006@gmail.com)

## SUMÁRIO

### MARCOS ROBERTO DO NASCIMENTO

Doutorando em Estudos de Linguagens no Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET-MG) e mestre em Demografia pelo Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional da Universidade Federal de Minas Gerais (Cedeplar/UFMG). É professor de Sociologia na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas) e Desenvolve estudos sobre mercado editorial, literatura infantil e juvenil, mídia e tecnologias. (mrn.kito@gmail.com)

### MARTA ROCHA COSTA

Mestre em Estudos de Linguagens pelo CEFET-MG, especialista em Revisão de Textos pelo Instituto de Educação Continuada – IEC da PUC Minas e graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Belo Horizonte – UNI-BH. Integra grupos de pesquisa em Tecnologias da Edição. (martarocha@intexto.com.br)

### MATEUS ESTEVES DE OLIVEIRA

Mestre e doutorando em Estudos de Linguagens pelo CEFET-MG, licenciado em Letras Português/Inglês pelo UNAR (Centro Universitário de Araras “Dr. Edmundo Ulson”), membro da equipe de coordenação do projeto CACD (CEFET aberto à comunidade docente) e um dos apresentadores do canal do YouTube “INFORTEC Núcleo de Pesquisa Linguagem e Tecnologia”. Graduado em Gestão Comercial (Universidade de Itaúna), especialista em Gestão e Finanças e Pessoas (UEMG/FUNEDI) e em Docência do Ensino Superior e Tutoria de Educação a Distância (ISEAT). (mateus2012\_ita@hotmail.com)

### POLLYANNA DE MATTOS MOURA VECCHIO

Servidora pública federal; atua no cargo de Secretária Executiva Bilíngue do Departamento de Linguagem e Tecnologia do CEFET-MG. É revisora e tradutora (Português/Inglês). Possui licenciatura dupla em Letras (Português/Italiano) pela UFMG, especialização em Revisão de Textos pela PUC-Minas e mestrado pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do CEFET-MG, onde atualmente cursa doutorado. Trabalha como revisora e tradutora freelancer de textos acadêmicos, jornalísticos, institucionais e publicitários. É também escritora e faz trabalhos de edição. (pollyannamattosvecchio@gmail.com)

### RENATO CAIXETA DA SILVA

Professor titular do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG), onde tem atuado, desde 1997, como professor de inglês na



Educação Profissional Técnica de Nível Médio, como professor em cursos de graduação e no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens. Doutor em Letras – Estudos da Linguagem pela PUC-Rio, Mestre em Estudos Linguísticos – Linguística Aplicada pela UFMG, graduado em Letras (português / inglês) pela UFMG. Seus interesses de pesquisa englobam ensino de línguas, materiais didáticos, multimodalidade, Linguística Sistêmico-Funcional, discursos sobre o ensinar e o aprender.(rencaixe@yahoo.com.br)

## SUMÁRIO

## ÍNDICE REMISSIVO

### SUMÁRIO

#### A

abordagem 10, 16, 18, 19, 24, 28, 86, 95, 102, 107, 125, 131, 153, 175, 177, 185, 186, 189, 198, 244, 247, 255, 333, 335, 338, 340, 341  
 agenciamento 12, 23, 335, 336, 337, 342, 344, 346  
 alimentos 10, 19, 161, 166, 168, 175  
 análise 10, 11, 12, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 37, 39, 42, 43, 44, 45, 49, 51, 52, 59, 68, 74, 75, 76, 85, 87, 92, 94, 97, 103, 108, 120, 121, 122, 125, 126, 134, 135, 136, 144, 149, 152, 153, 159, 163, 175, 183, 189, 191, 193, 195, 196, 200, 207, 209, 212, 222, 223, 228, 229, 236, 238, 241, 244, 252, 253, 254, 258, 259, 260, 274, 275, 276, 279, 282, 304, 306, 308, 309, 317, 318, 319, 324, 327, 328, 331, 333, 341, 347, 351, 352, 356, 364, 370, 372  
 análise do discurso 11, 59, 94, 209, 274, 352, 356, 364, 370  
 análise  
 semiótica 12  
 argumentos 11, 22, 23, 28, 47, 161, 162, 263, 305, 306, 308, 315, 324, 325  
 articulistas 272

#### B

Bolsonaro 11, 21, 22, 106, 110, 112, 113, 115, 116, 117, 119, 253, 261, 263, 266, 267, 268, 269, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 292, 293, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 307, 309, 311, 314, 316, 317, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328

#### C

capa 12, 18, 23, 90, 125, 128, 134, 135, 136, 139, 140, 141, 142, 153, 154, 247, 262, 263, 264, 266, 267, 268, 271, 274, 331, 333, 338, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347  
 colorismo 10, 19, 20, 177, 178, 179, 180, 181, 183, 185, 187, 188, 189, 190, 192, 195, 196, 199, 200, 203  
 comunicação 9, 14, 16, 17, 19, 22, 24, 27, 28, 29, 30, 31, 33, 35, 40, 47, 48, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 70, 76, 77, 78, 79, 80, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 89, 90, 91, 93, 94, 98, 99, 117, 118, 122, 123, 125, 127, 154, 159, 160, 171, 174, 175, 179, 182, 186, 207, 209, 210, 244, 246, 248, 249, 250, 252, 253, 255, 263, 265, 274, 283, 284, 291, 300, 301, 304, 312, 321, 340, 353, 354, 357, 362, 371, 374  
 comunicação científica 9, 17, 54, 55, 56, 58, 61, 62, 63, 65, 70, 78, 79, 80  
 conhecimentos 9, 13, 15, 29, 31, 40, 41, 48, 56, 90, 102, 160, 198, 211, 237, 265  
 conservadores 252, 272, 324  
 conveniência 10, 19, 20, 177, 178, 180, 183, 184, 187, 192, 193, 195, 197  
 Coronavírus 10, 105, 112, 114, 116, 117, 118, 120  
 cotas 10, 19, 20, 177, 178, 180, 181, 182, 183, 184, 187, 192, 193, 194, 195, 197, 200, 201, 202, 204, 205  
 cotas raciais 10, 19, 177, 178, 182, 193, 202, 204, 205  
 crítica 9, 17, 20, 49, 75, 82, 85, 98, 99, 150, 161, 179, 180, 185, 186, 187, 200, 202, 253, 272, 274, 275, 276, 301, 302

SUMÁRIO

**D**

democracia 11, 21, 22, 119, 274, 277, 281, 283, 288, 300, 302, 314, 333, 339  
 design 12, 17, 18, 22, 24, 29, 40, 41, 51, 58, 59, 61, 62, 63, 64, 82, 88, 89, 90, 92, 95, 97, 98, 99, 101, 103, 106, 107, 109, 110, 111, 122, 123, 156, 203, 221, 242, 258, 274, 275, 276, 308, 348, 351, 352, 358, 360, 362, 370, 371, 372  
 design gráfico 12, 24, 109, 123, 351, 358, 370, 372  
 desigualdades 186, 203, 252, 272  
 discurso multimodal 9, 11, 17, 40, 54, 57, 76, 94, 207, 209, 320  
 discurso político 11, 21, 243, 244, 246, 248, 249, 306, 314, 315, 316  
 discursos 9, 13, 15, 18, 21, 22, 23, 24, 39, 40, 41, 60, 61, 62, 82, 85, 86, 89, 95, 107, 108, 110, 114, 119, 122, 130, 131, 160, 161, 174, 184, 204, 210, 247, 248, 250, 253, 254, 258, 273, 281, 304, 306, 307, 308, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 324, 325, 331, 333, 339, 353, 357, 358, 371, 373, 376

**E**

eleições 11, 21, 23, 243, 244, 246, 247, 249, 254, 258, 259, 260, 261, 264, 265, 271, 272, 276, 281, 285, 308, 309, 314, 317, 318, 323, 325  
 eleitores 11, 22, 280, 284, 286, 287, 292, 305, 307, 308, 314, 316, 320, 323, 324, 325, 326  
 elites 203, 205, 247, 251, 252, 253, 258, 272, 273  
 estudos 9, 16, 24, 26, 27, 28, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 41, 45, 48, 50, 69, 70, 74, 78, 85, 89, 93, 109, 130, 131, 134, 148, 153, 156, 159, 160, 162, 168, 198, 199, 200, 242, 370, 373, 375  
 ética 236, 246, 247, 248, 260, 265, 274

**G**

geração 32, 43, 272, 309, 310, 311

**H**

hegemonia 184, 273, 336, 342  
 humor 9, 17, 81, 85, 92, 93, 95, 98, 103, 104, 292

**I**

imagens 11, 14, 15, 20, 22, 25, 28, 29, 30, 31, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 40, 42, 43, 44, 45, 48, 49, 50, 52, 59, 61, 63, 74, 75, 76, 77, 85, 86, 87, 95, 96, 97, 108, 109, 116, 134, 135, 139, 141, 162, 167, 168, 169, 171, 174, 189, 206, 207, 209, 210, 211, 212, 213, 217, 219, 221, 222, 228, 237, 241, 242, 248, 254, 255, 256, 259, 271, 285, 287, 288, 297, 299, 300, 307, 315, 316, 317, 325, 328, 342, 346, 371  
 imagens publicitárias 11, 20, 206  
 imprensa 22, 24, 246, 251, 252, 259, 268, 269, 272, 273, 275, 276, 279, 280, 281, 282, 284, 287, 288, 289, 290, 300, 302, 313, 336, 374

**J**

jornalismo 272, 273, 300  
 jornalistas 272, 284, 300, 309, 354  
 justiça 10, 19, 177, 180, 192, 199, 201  
 justiça social 10, 19, 177, 180, 192, 199, 201

**L**

linguagem 9, 14, 15, 16, 20, 21, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 57, 59, 62, 77, 78, 83, 84, 86, 91, 95, 99, 100, 104, 108, 114, 121, 131, 132, 139, 140, 153, 159, 178, 179, 180, 181, 184, 185, 186, 188, 189, 196, 199, 200, 202, 207, 209, 210, 221, 238, 239, 240, 242, 254, 255, 260, 269, 272, 279, 282, 291, 292,

SUMÁRIO

293, 294, 299, 312, 313, 315, 321, 340,  
356, 357, 359, 361

**M**

manifestações 10, 18, 21, 41, 106, 110,  
111, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 120,  
121, 130, 132, 199, 200, 280, 286, 323  
manipulação 22, 58, 59, 189, 190, 251, 253,  
274, 325  
matéria 10, 18, 80, 124, 125, 127, 128, 131,  
135, 137, 139, 144, 152, 153, 154, 284, 302  
memes 9, 17, 22, 81, 82, 85, 92, 93, 94, 95,  
96, 98, 102, 103, 104, 109, 113, 291, 292,  
306, 307, 309, 311, 317, 324  
mídia 20, 22, 59, 63, 67, 205, 209, 244,  
247, 248, 251, 252, 258, 259, 260, 271,  
272, 273, 274, 280, 284, 287, 300, 301,  
306, 331, 333, 338, 339, 348, 349, 356, 375  
modos 9, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 24, 28, 31,  
32, 33, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44,  
49, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 66, 67, 77,  
78, 82, 83, 86, 88, 89, 90, 103, 107, 108,  
158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165,  
169, 171, 174, 175, 213, 254, 255, 340,  
341, 357, 361, 363  
moral 246, 274  
multiletramento 10, 19, 20, 177, 180, 185,  
186, 187, 189, 200  
multimodal 9, 10, 11, 15, 16, 17, 18, 19, 20,  
21, 29, 35, 37, 38, 40, 46, 48, 51, 52, 54,  
57, 60, 61, 76, 77, 82, 84, 86, 88, 92, 94,  
95, 104, 106, 107, 118, 121, 124, 125, 143,  
152, 160, 161, 177, 179, 180, 181, 183,  
184, 188, 189, 201, 206, 207, 208, 209,  
210, 212, 214, 223, 229, 236, 237, 238,  
239, 241, 245, 247, 255, 305, 306, 320,  
340, 352  
multimodalidade 9, 10, 14, 15, 16, 18, 19,  
24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 34, 36, 37, 38,  
39, 41, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52,

57, 58, 59, 61, 78, 83, 84, 86, 87, 88, 91,  
92, 105, 106, 107, 108, 158, 159, 160, 161,  
162, 211, 222, 255, 274, 275, 276, 321,  
359, 376

**N**

negritude 10, 19, 177, 178, 183, 184, 187,  
192, 193, 195, 197

**P**

pandemia 10, 18, 105, 112, 115, 118  
partidos 22, 249, 272, 279, 287, 290, 298,  
300, 307, 322  
peças gráficas 10, 18, 24, 105, 352,  
357, 364  
poder 14, 19, 23, 36, 44, 95, 130, 140, 148,  
151, 162, 174, 179, 181, 184, 198, 216,  
217, 218, 221, 238, 239, 240, 244, 246,  
248, 249, 250, 251, 253, 255, 257, 271,  
272, 275, 281, 282, 286, 290, 293, 300,  
315, 320, 323, 325, 328, 338, 339, 340,  
342, 344, 345, 353  
polarização 10, 18, 21, 105, 111, 112, 113,  
280, 281, 301  
política 20, 21, 23, 33, 112, 113, 122, 156,  
178, 180, 181, 184, 188, 195, 197, 200,  
201, 244, 246, 247, 248, 249, 250, 251,  
252, 258, 260, 266, 272, 274, 276, 280,  
281, 283, 285, 289, 298, 304, 307, 313,  
314, 315, 325, 331, 333, 335, 336, 338,  
343, 347  
político 11, 12, 21, 22, 23, 111, 119, 243,  
244, 246, 247, 248, 249, 251, 253, 259,  
260, 262, 268, 269, 271, 272, 273, 274,  
276, 280, 281, 282, 285, 287, 288, 289,  
290, 292, 293, 304, 306, 314, 315, 316,  
317, 321, 334, 335, 337, 339, 342, 346  
políticos 22, 111, 118, 191, 244, 246, 249,  
250, 255, 272, 279, 280, 281, 283, 284,  
286, 287, 289, 290, 300, 301, 309, 322, 325  
progressista 272

SUMÁRIO

**Q**

questão migratória 12, 23, 333, 334, 335, 336, 337, 342, 346

**R**

redes sociais 10, 14, 18, 22, 30, 82, 85, 91, 92, 94, 98, 105, 106, 110, 113, 121, 167, 170, 171, 280, 282, 283, 287, 301, 307, 319, 320

revisão 10, 16, 19, 24, 67, 75, 157, 158, 159, 163, 354, 364, 365, 366, 369, 370, 371

revista 10, 11, 12, 18, 21, 23, 60, 90, 91, 95, 124, 125, 127, 128, 135, 136, 137, 140, 141, 142, 144, 152, 153, 154, 243, 244, 247, 249, 251, 252, 253, 254, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 267, 269, 270, 272, 273, 274, 280, 295, 331, 333, 338, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 350

rótulos 10, 19, 42, 158, 159, 161, 163, 165, 166, 167, 171, 173, 175

**S**

semiótica 12, 15, 16, 23, 24, 29, 32, 49, 68, 160, 161, 163, 165, 168, 173, 186, 240, 254, 274, 275, 276, 331, 333, 338, 341, 349, 357, 359, 371

sociedade 15, 16, 21, 24, 37, 42, 46, 47, 85, 86, 88, 91, 99, 100, 101, 102, 111, 127, 128, 129, 136, 137, 152, 154, 178, 186, 189, 190, 191, 196, 197, 200, 201, 211, 244, 247, 249, 250, 251, 252, 272, 273, 274, 277, 284, 291, 331, 333, 346, 347, 353, 354, 355

**T**

textos 12, 15, 18, 24, 28, 33, 37, 38, 39, 40, 43, 44, 47, 49, 50, 59, 68, 82, 83, 84, 85, 87, 89, 93, 103, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 121, 122, 134, 139, 142, 158, 159, 160, 161, 162, 168, 174, 175, 179, 184, 186, 188, 200, 204, 205, 207, 209, 211, 222, 241, 244, 250, 282, 297, 299, 316, 340, 351, 352, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 361, 363, 370, 371, 375

trans 10, 18, 124, 127, 129, 140, 143, 145, 149, 150, 152, 154

**V**

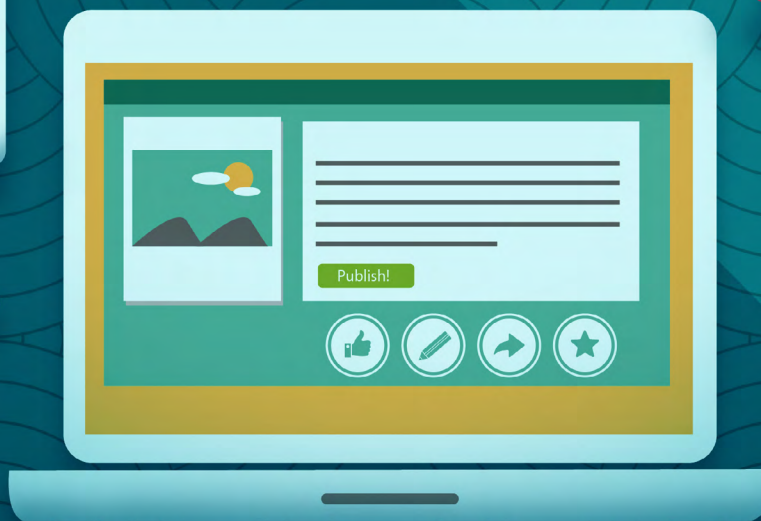
viés 11, 16, 20, 183, 206, 252, 273, 322, 324

**W**

web 11, 22, 65, 82, 85, 305, 310, 311, 314, 320

WWW.PIMENTACULTURAL.COM

# MULTIMODALIDADE e DISCURSOS



**POSLING**  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO  
EM ESTUDOS DE LINGUAGENS

