

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO AMAZONAS – UEA
CENTRO DE ESTUDOS SUPERIORES DE PARINTINS – CESP
CURSO DE LICENCIATURA EM LETRAS

**AS IMAGENS DE SI NO EDITORIAL DA *CAROS AMIGOS*: *ETHOS*, MEMÓRIA
DISCURSIVA E IDEOLOGIA À CONTRAMÃO DA MÍDIA HEGEMÔNICA**

PARINTINS

2022

GUSTAVO DOS SANTOS CATIVO

**AS IMAGENS DE SI NO EDITORIAL DA *CAROS AMIGOS*: *ETHOS* MEMÓRIA
DISCURSIVA E IDEOLOGIA À CONTRAMÃO DA MÍDIA HEGEMÔNICA**

Monografia apresentada ao Curso de Licenciatura Plena em Letras da Universidade do Estado do Amazonas como requisito para obtenção do título de graduado em Letras, sob a orientação da Prof. Dra. Gleidys Meyre da Silva Maia.

PARINTINS

2022

AGRADECIMENTOS

À ajuda prestimosa de minha querida orientadora, Gleidys, pelas considerações críticas, paciência e carinho com que me acolheu;

Aos professores do Curso de Letras dos quais pude aproveitar muitos ensinamentos e reflexões;

A meus colegas pelos momentos inesquecíveis que desfrutamos durante toda a nossa jornada na academia;

A meus pais, Arléa e Onaldo, por estarem comigo nos momentos mais difíceis;

Às minhas formidáveis tias, Ruth e Néia,

Às minhas queridas primas Nice, Mara, Márcia, Kamila e Ana Beatriz, por todo o apoio;

À Armando e Fabrício, ao primeiro por ser sempre fraterno e ao segundo pela disposição em apresentar novas configurações;

Ao meu outro pai, Eraldo, pelo incentivo e também pelos exemplares da revista utilizada nessa pesquisa.

Aos meus amigos de longa data, Rafael e Gabriel, pelas conversas que reavivam a flor da amizade, por estarem sempre dispostos a ajudar e ouvir-me quando necessito;

À Juliana e Leonardo, meus amados irmãos;

À muitos outros e outras que ajudaram-me, direta ou indiretamente, meus sinceros agradecimentos!

“A luz das estrelas mortas viaja, e pelo voo de seu fulgor nós a vemos vivas./ A viola, que não esquece quem foi seu companheiro, soa sem que seja tocada por mão alguma./ Viaja a voz, que sem boca continua”
(Eduardo Galeano)

RESUMO

Este trabalho se insere nas indagações da Análise do Discurso, busca compreender como o *Ethos discursivo*, relacionado à memória discursiva e à ideologia de esquerda, aparece nos editoriais da revista *Caros Amigos*, e manifesta o tom do discurso de contra hegemonia à grande mídia. Desse modo, num primeiro momento, explica a relação do discurso, *ethos*, ideologia, memória discursiva e formação discursiva; depois, tenta a partir de algumas exemplificações mostrar a interação entre o *ethos* e a memória discursiva para que se entenda o modo como se efetua a análise nos editoriais da *Caros Amigos*. O terceiro momento consiste na análise propriamente dita do *corpus* de pesquisa, a partir das categorias mencionadas acima. A base teórica desta pesquisa consiste num diálogo entre Dominique Maingueneau e Jean Jacques Cortine referente a tais categorias. Chegamos, assim, ao tom ideológico de esquerda, isto é, ao modo como enunciava o editorialista da *Caros Amigos*, marcado por um discurso jornalístico de si que se considera crítico e independente. A partir da formação discursiva de esquerda, e tratada como sistema de restrição semântica e como a presença de um domínio de memória se pode analisar o discurso de esquerda da revista *Caros Amigos*. Desse modo, a relação do vocabulário, dos temas da intertextualidade e do *ethos* no seu editorial, tratado aqui, segundo o ensinamento de Maingueneau, como o tom do corpo do enunciador, que possui um tom de apresentador jornalístico, em que o enunciador editorialista tenta distanciar-se da *Caros Amigos* para poder apresentá-la aos seus leitores entre um tempo passado e presente do fazer jornalístico da revista; movimentando-se a partir de dizeres anteriores, do *ritual da repetição discursiva* sobre si e a mídia hegemônica.

Palavras-chave: *Ethos* discursivo. Memória discursiva. Formação discursiva. Editorial.

ABSTRACT

This work is part of the Discourse Analysis inquiries, seeks to understand how the discursive Ethos, related to discursive memory and left-wing ideology, appears in the editorials of the magazine Caros Amigos [Dear Friends], and manifests the tone of the discourse of counter-hegemony to the mainstream media. Thus, at first, it explains the relationship between discourse, ethos, ideology, discursive memory and discursive formation; then, from some examples, it tries to show the interaction between the ethos and the discursive memory in order to understand the way in which the analysis is carried out in the editorials of Caros Amigos [Dear Friends]. The third moment consists of the analysis of the research corpus itself, based on the categories mentioned above. The theoretical basis of this research consists of a dialogue between Dominique Maingueneau and Jean Jacques Cortine regarding such categories. Thus, we arrive at the ideological tone of the left that is, the way in which the editorialist of Caros Amigos [Dear Friends] enunciated, marked by a journalistic discourse of himself that considers himself critical and independent. From the discursive formation of the left, and treated as a system of semantic restriction and as the presence of a domain of memory, the left-wing discourse of the magazine Caros Amigos [Dear Friends] can be analyzed, in this way it is possible to perceive the relationship between vocabulary, themes of intertextuality and of ethos in his editorial, treated here, according to Maingueneau's teaching, as the tone of the enunciator's body, which has a journalistic presenter's tone, in which the editorialist enunciator tries to distance himself from Caros Amigos [Dear Friends] in order to present it to his audience. readers between a past and present time of the magazine's journalistic work; moving from previous sayings, from the ritual of discursive repetition about oneself and the hegemonic media.

Keywords: Discursive ethos. Discursive memory. Discursive formation. Editorial.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO 1 - SOBRE O <i>ETHOS</i> OU A IMAGEM SE DI NO DISCURSO	11
1.1. Imagem de si ou representação de si no discurso	11
1.2. <i>Ethos</i> e sujeito discursivo	17
1.3. <i>Ethos</i> discursivo e incorporação.....	20
CAPÍTULO 2- INETERDISCURSO E <i>ETHOS</i> DISCURSIVO	25
2.1 Interdiscurso e formação discursiva	25
2.2. Memória discursiva e <i>ethos</i> discursivo.....	31
2.3. A Formação Discursiva de Esquerda.....	37
CAPÍTULO 3 - <i>CAROS AMIGOS, A PRIMEIRA À ESQUERDA</i>	42
3.1. Brevíssima história da <i>Caros Amigos</i>	42
3.2. Marcas da formação discursiva de esquerda da <i>Caros Amigos</i>	45
3.3. O <i>ethos</i> e memória discursiva no editorial da <i>Caros Amigos</i>	54
CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
REFERÊNCIAS	60

INTRODUÇÃO

Iniciada na França, a partir dos anos 60, a Análise do discurso (AD) surge como um campo de pesquisa que tem por objetivo compreender a produção e a circulação de sentido na sociedade; nasce, por assim dizer, num momento em que o estruturalismo se dividia no plano teórico, levando os estudiosos a buscarem uma compreensão da linguagem para além da língua ideologicamente neutra, e fora da dicotomia saussuriana.

Com a Análise do discurso, a língua passa a ser vista como acontecimento, não apenas como estrutura, passa a trazer o sujeito para o centro de suas discussões, já que era excluído dos estudos da linguagem ao longo do percurso do estruturalismo.

No Brasil, a Análise do Discurso prolifera no final da década de 1970, acaba travando um embate com a linguística, que a acusava de não dar importância para a língua, ao dedicar-se mais ao campo político. O que realmente ocorre de fato, a AD não visa trabalhar com a mesma língua focada pela linguística, pois o importante nos estudos do discurso é conceber a língua numa ordem material, na opacidade, marcada pela historicidade.

Em resumo, a AD considera essencial estabelecer a relação entre linguagem e sua exterioridade, isto é, entre suas condições de produção: o falante, o ouvinte, o contexto da comunicação e o contexto sócio-histórico, representado por formações imaginárias, pela imagem que o falante faz de si e a imagem que faz de seu outro, a imagem que esse outro faz de si e a imagem que faz do seu interlocutor.

Nosso trabalho se insere no contexto dessas reflexões sobre a discursividade. Por esse caminho, procuramos analisar nos editoriais da revista *Caros Amigos* como o discurso de contra hegemonia se manifesta, a partir de sua ideologia política de esquerda; diante disso, coube indagarmos: como a revista constrói uma imagem de si e do seu outro a (a mídia hegemônica, a grande mídia)? Ou melhor, como constrói o seu *ethos* discursivo? Partimos da hipótese de que ao produzir um discurso contra hegemônico nos seus editoriais, *Caros Amigos* constrói um *ethos* discursivo, um tom, uma maneira de dizer que supõe uma maneira de ser, uma imagem de si que pode estar relacionado a formação discursiva e a uma memória discursiva (um já dito) que marca sua identidade política de esquerda frente aos seus leitores e aos seus concorrentes. Portanto, o principal objetivo da pesquisa foi: compreender como o *Ethos discursivo*, relacionado à memória discursiva e à ideologia de esquerda, aparece nos editoriais da revista *Caros Amigos*, e manifesta o tom do discurso de contra hegemonia à grande mídia; mais

especificamente: num primeiro momento tentamos explicar a relação do discurso, *ethos*, ideologia, memória discursiva formação discursiva; levantar dados sobre o *corpus* a partir de uma formação discursiva de esquerda; e por fim, analisar o *ethos* a partir das particularidades dessa formação discursiva, que limita aquilo que pode e não pode ser dito num campo discursivo.

Estudar os discursos nos jornais, a partir dos editoriais, é de grande importância, visto que os jornais representam um manancial de informações, ideias, imagens mediante as quais é possível a reconstituição de uma época, de diferentes ângulos. A imprensa transita entre o tempo longo da história e o tempo curto do cotidiano. Nesta transição *registra, comenta, e participa da história*. Nas páginas de um periódico estão presentes as lutas, as ideias, os compromissos e os interesses de múltiplos agentes que construíram projetos, enfrentaram e buscaram soluções para os problemas, em determinada época histórica (CAMPELATO, 2005).

Os editoriais como condensadores das múltiplas vozes da imprensa jornalística podem servir, então, como fontes inesgotáveis para pesquisa em termos discursivos. Tratamos o editorial aqui como gênero discursivo tentando analisar nele o *ethos* e os domínios de uma memória. Ao fazermos isso, recorreremos as considerações de Dominique Maingueneau sobre o *ethos* e de Jean Jacques Courtine sobre a memória discursiva.

No que diz respeito a metodologia, trata-se primeiramente de uma pesquisa bibliográfica, pois baseia-se na consulta de registros disponíveis, decorrentes de pesquisas anteriores (SEVERINO, 2007); assim, na coleta dos dados necessários à esta pesquisa, fizemos um levantamento dos editoriais, da revista *Caros Amigos* que mais correspondem a nosso objetivo de compreender o *ethos* discursivo e a intervenção da memória discursiva. Após o levantamento, partimos para os recortes baseados nos seguintes critérios: tratar das sequências discursivas que dizem respeito a imagem que a revista (editorialista) faz de si e a imagem que faz do seu outro (a mídia hegemônica ou grande mídia). Num primeiro momento, seguindo os passos de Maingueneau tentamos dar conta do vocabulário, dos temas, modos de enunciação presentes no editorial e, por último, tratar do *ethos* propriamente dito, e da interação de todos esses elementos interagindo com uma memória discursiva, isto é, como nos dizeres de Courtine, com os enunciados que se repetem e asseguram os rituais *discursivos da continuidade*.

É preciso, portanto, esclarecer que se recorrermos a outras categorias da AD, como a formação discursiva, a interdiscursividade, o fizemos apenas no sentido de dar uma certa ordem ao discurso de esquerda da *Caros Amigos*, a dispersão dos seus enunciados.

CAPÍTULO 1 – SOBRE O *ETHOS* OU A IMAGEM DE SI NO DISCURSO

Todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Para tanto, não é necessário que o locutor faça seu auto-retrato, detalhe suas qualidades nem mesmo que fale explicitamente de si. Seu estilo, suas competências linguísticas e enciclopédicas, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação de sua pessoa.

Ruth, Amossy A *imagens de si no discurso*

1.1. Imagem de si ou representação de si no discurso

Imagem de si, apresentação de si são construções presentes implícita ou explicitamente no ato de tomar a palavra, e quase triviais. Por exemplo, um professor, numa situação de aula, que tenta passar uma imagem “ortodoxa”, mas deliberadamente é visto pelos seus interlocutores (alunos) como monótono, ou o docente ao passar a imagem do “bonzinho” e acaba por ser visto como superficial. Outro caso, numa situação em que se configura os enunciados de ordem oficial, o de um presidente ao tentar passar a imagem do bonachão, sem “papas na língua”, e recorre a elementos humorísticos para deslegitimar minorias, seus adversários, visto como “sincero”, por um lado, e interpretado como um imbecil¹, por outro lado.

Não são poucos os casos em que a imagem de si ocorre. Manifesta-se no ato de fala. Não é incomum sua presença: nas entrevistas, nos comícios eleitorais, nas relações de sedução. Em resumo, todas as “declarações em que a imagem do locutor implica riscos concretos, vêm nos lembrar desse fato” (AMOSSY, 2008, p.9).

Ademais, a apresentação de si não está limitada a uma técnica apreendida, a um artifício: se efetua, frequentemente, “à revelia dos parceiros, nas trocas verbais mais corriqueiras e mais pessoais” (Ibidem, p. 9). Em outros termos, como se percebe no trecho acima, não basta que se desenvolva um artifício para apreender a técnica capaz de produzir essa imagem. Ela ocorre, de modo independente da vontade do enunciador, sem que se dê conta da imagem apresentada.

Não há situação de comunicação em que não ocorra. Está nos debates públicos, nas negociações comerciais, diálogos entre professor e aluno, nas reuniões, conversas entre amigos, na relação amorosa.

Os antigos utilizavam o termo *ethos* para se referir à imagem de si voltada ao empreendimento oratório. Aristóteles, em sua obra *Retórica*, é o primeiro autor que elabora conceitualmente a noção de *ethos*, concepção que chegou até a contemporaneidade. De acordo

¹ <https://revistaforum.com.br/politica/o-imbecil-um-novo-ethos-politico/>

com Dominique Maingueneau, Aristóteles pretendia apresentar uma *technè* cujo objetivo era examinar o que é persuasivo para tal ou qual indivíduo. A boa impressão pela forma como se constrói o discurso e a imagem dada de si para convencer o auditório, no intuito de ganhar sua confiança, são essenciais para se provar pelo *ethos*. O destinatário deve atribuir certas propriedades à instância posta como fonte do acontecimento enunciativo (MAINGUENEAU, 2011, p. 13).

Em Aristóteles, o *ethos* está vinculado à própria enunciação, e não a um saber extradiscursivo. Para convencer seus interlocutores, o locutor deveria ganhar sua confiança lhes passando uma imagem de si positiva. Na formação dessa imagem deveria se valer de três qualidades fundamentais: a *pronesis* (prudência) a *aretè*, (virtude), e a *eunoia*, (benevolência).

Apesar do *ethos* estar associado ao locutor, visto ser ele a fonte da enunciação, é do exterior que ocorre a caracterização do locutor pelo *ethos*, pois “o destinatário atribui a um locutor inscrito no mundo extradiscursivo traços que são em realidade intradiscursivos, já que são associados a uma forma de dizer” (MAINGUENEAU, 2011, 14). Ele, o *ethos*, mobiliza a afetividade do destinatário, implica uma experiência sensível do discurso, “não se trata de uma representação estática e bem delimitada, mas antes, uma forma dinâmica, construída pelo destinatário através do movimento da própria fala do locutor” (ibidem, 2011, p. 14).

O termo *ethos* é tratado por diversos campos e o seu sentido pouco especificado se presta a múltiplos investimentos: na retórica, na moral, na política, na música. Até mesmo nos textos de Aristóteles, se verifica que a noção é objeto de diversos tratamentos como na *Política* e na *Retórica*.

Explica Amossy que:

Privilegiando o emprego do enunciado em situação e a força da palavra, as diferentes correntes da Análise do Discurso e da Pragmática hoje reencontram a Retórica definida como a arte de persuadir. À maneira de Aristóteles, procuram compreender e explicar como o discurso se torna eficaz. Descrevem usos verbais e modalidades de interação dos quais se extrai uma regulamentação; dedicam-se a construir modelos” (AMOSSY, 2008, p. 10).

A construção de uma imagem de si liga-se fortemente à enunciação. Esta foi colocada no centro das análises linguísticas por Émile Benveniste mediante seus trabalhos. A enunciação, na concepção de Benveniste, consiste em colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização. Seria possível, à primeira vista, interpretar a enunciação como a *parole* saussuriana, que atualiza a língua. Mas não se trata aqui simplesmente da “fala”. Benveniste chama a atenção para a condição específica da enunciação, seu objeto propriamente dito não é o texto do enunciado, mas o “próprio ato” de produzir enunciado. É por este [ato de produção]

que o locutor mobiliza a língua por sua conta, e da sua relação com a língua surge a determinação dos “caracteres linguísticos”. Por isso, deve-se considerar a enunciação no ato em que o locutor toma a língua como instrumento, marcando os caracteres linguísticos nessa relação (BENVENISTE, 1989, p. 82).

O objeto dos seus estudos é a enunciação no quadro de sua realização. Desse modo, tenta esboçar, no interior, da língua, os caracteres formais da enunciação a partir da manifestação individual que ela atualiza: na enunciação considera o próprio ato, as situações em que se realiza, os instrumentos de sua realização².

A relação da enunciação com o mundo configura um dos outros aspectos demonstrados por Benveniste, pois nela [enunciação] a língua se emprega para expressar certa relação com o mundo, tal condição dessa mobilização e apropriação da língua está relacionada a “necessidade de referir pelo discurso, e, para o outro, a possibilidade de co-referir identicamente, no consenso pragmático da enunciação. A referência é parte integrante da enunciação” (BENVENISTE, 1989, p. 84). De outro modo, se pode dizer que no consenso pragmático da enunciação, o locutor refere-se a si próprio e a outro, deixando marcas de sua identidade³. São estas condições iniciais que regem todo o mecanismo da referência no processo de enunciação.

Mas em geral, diante de todos estes aspectos, o que caracteriza a enunciação é “a *acentuação da relação discursiva com o parceiro*, seja este real ou imaginário, individual ou coletivo” (BENVENISTE, 1989, p. 87). A esta característica da enunciação, Benveniste denominou de o *quadro figurativo* da enunciação, porque

Como forma de discurso, a enunciação coloca duas “figuras” igualmente necessárias, uma, origem, a outra, fim da enunciação. É a estrutura do *diálogo*. Duas figuras na posição de parceiros são alternativamente protagonistas da enunciação. Este quadro é dado necessariamente com a definição da enunciação” (BENVENISTE, 1989, p. 87).

² A língua como **ato individual** introduz primeiramente como parâmetro o locutor nas condições necessárias de enunciação. É só na enunciação que a língua sai da condição de possibilidade e se efetiva. Após a enunciação, a língua se efetua como discurso. Na instância discursiva o locutor produz a forma sonora que ao atingir um ouvinte qualquer suscita o retorno. Referente a **realização individual** da enunciação, ela seria, por assim dizer, a *apropriação* do aparelho formal da língua e introdução da posição por parte do locutor, que enuncia sua posição mediante índices específicos e procedimentos acessórios. Em outras palavras, declarar-se locutor numa dada situação de enunciação significa assumir a língua, enunciar uma posição e, imediatamente, implantar o *outro* diante de si, “pois toda palavra é, explícita ou implicitamente, uma alocação, ela postula um alocutório” (BENVENISTE, 1989, p. 84). Postular um alocutório seria justamente fazer referência ao outro na própria enunciação, àquele que ouve ou recebe, o interlocutor.

³ Mas que formas são essas que colocam o locutor em relação constante e necessária com sua enunciação? Benveniste se refere a um fenômeno familiar, mas cuja análise teórica estava apenas começando em seu tempo. “É primeiramente a emergência dos índices de pessoa (a relação *eu-tu*) que não se produz senão na e pela enunciação: o termo *eu* denotando o indivíduo que profere a enunciação, e o termo *tu*, o indivíduo que aí está presente como alocutório” (p. 84). Esta relação dos “Eu” e “Tu”, Locutor e o seu Outro será tomada mais adiante, em termos de análise do discurso, como forma de examinar a questão da subjetividade.

Diante do exposto, pode-se resumir as considerações de Benveniste do seguinte modo: a enunciação, como discurso, instaura duas figuras necessárias, uma origem e outra destino da enunciação. Elocução é, por definição, alocação. Reiterando as palavras de Benveniste: de forma explícita ou implícita “ela [a enunciação,] postula um alocutário” e conseqüentemente estabelece uma “relação discursiva com o parceiro” que coloca as figuras do locutor e do alocutário em relação mútua. Portanto, “é importante examinar a inscrição do locutor e a construção das subjetividade na língua” (AMOSSY, 2008, p. 11). Em nosso estudo, importa saber como o sujeito adere ao discurso; adesão esta vista a partir da construção de imagem de si, do *ethos*.

Tal construção especular da imagem dos interlocutores aparece também no trabalho⁴ de Michel Pêcheux (1997). O filósofo designa *processo discursivo* o conjunto de mecanismos formais que produzem um discurso de tipo dado em “circunstâncias” dadas. Disso resulta que os processos discursivos supõem duas ordens de pesquisas (PÊCHEUX, 1997): a) o estudo das variações específicas (semânticas, retóricas e pragmáticas) ligadas aos processos discursivos de produção particulares; b) o estudo das *condições de produção*⁵ de um discurso, isto é, da ligação “circunstancial” desse discurso.

Pêcheux afirma que:

os fenômenos linguísticos de dimensão superior à frase podem efetivamente ser concebidos como um funcionamento mas com a condição de acrescentar imediatamente que este funcionamento não é integralmente linguístico, no sentido atual desse termo e que não podemos defini-lo senão em referência ao mecanismo de colocação dos protagonistas e do objeto de discurso, mecanismo que chamamos “condições de produção” do discurso (PÊCHEUX, 1997, p. 78).

A hipótese de Pêcheux era que tais papéis estavam *representados* nos processos discursivos em que eram colocados em jogo. No processo discursivo o que funciona “é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao *outro*, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (PÊCHEUX, p. 82).

⁴ No artigo *Análise automática do discurso (AAD69)* in: GADET (1997).

⁵ A definição condições de produção foi elaborada por Pêcheux com base no quadro do esquema transformacional da comunicação de Roman Jakobson, em que o remetente (A) envia uma mensagem, como transmissão de informação, ao destinatário (B). Diferente de Jakobson, Pêcheux utiliza o termo “discurso” e o faz no intuito de não considerar a interação apresentada pelo esquema transformacional como uma mera transmissão de informação mediante mensagens entre emitida de A à B, pois se trata de um “efeito de sentidos” entre A e B. A e B, na concepção de M. Pêcheux (1997), designarão lugares determinados na estrutura de uma formação social. Por exemplo, no interior de uma esfera da produção econômica, os lugares são o do “patrão” (diretor, chefe da empresa etc.), do funcionário de repartição, do contramestre, do operário etc. São lugares dos quais a sociologia pode descrever os traços objetivos.

Na pragmática ampliada também se desenvolve a questão da imagem de si no discurso, “principalmente em razão de seu interesse pelas modalidades segundo as quais o locutor age sobre seu parceiro na troca verbal. Na realidade, passamos da interlocução à interação” (AMOSSY, 2008, p. 12). A fala aqui é concebida como “troca”, daí ser a imagem de si e do outro na rede do discurso trabalhada na perspectiva interacional que afirmava: “dizer que os participantes interagem é supor que a imagem de si construída no e pelo discurso participa da influência que exercem um sobre o outro” (Ibidem, p. 12).

A imagem de si começa a receber atenção nas interações a partir dos trabalhos do sociólogo Erving Goffman com suas pesquisas sobre a apresentação de si e os ritos de interação, que exerceram profunda influência na análise das conversações. Segundo Goffman, a influência recíproca dos parceiros em suas ações exige certa impressão de si mesmo que contribui na influência dos seus parceiros desejados.

Ao adotar a metáfora teatral, fala da *representação* ou “a totalidade da atividade de determinado indivíduo, em dada ocasião, realizada com o objetivo de influenciar de certa maneira um dos participantes”, de *papel* (cota) e de *rotina*, definidos como modelos de ação desenvolvidos durante a representação, que se pode apresentar ou utilizar nas diversas ocasiões. As rotinas seriam comportamentos preestabelecidos adotados pelo diretor de uma empresa com os empregados, o aplicado por um juiz numa seção do tribunal, por aquele seguido pela enfermeira nos contatos com os pacientes, por aquele empregado pelo pai numa refeição de família.

Como a apresentação de si é indissociável da influência mútua dos parceiros, torna-se “tributária dos papéis sociais e dos dados situacionais. Uma vez que é inerente a toda troca verbal e submetida a uma regulamentação sociocultural, ela supera largamente a intencionalidade do sujeito que fala e age” (AMOSSY, 2008p. 13).

É preciso lembrar que Benveniste, Pêcheux, Goffman não fizeram uso do termo *ethos*. A integração do termo às ciências da linguagem encontra sua primeira expressão na teoria polifônica da enunciação de Oswald Ducrot. Diz Ruth Amossy que:

ao designar por enunciação a aparição de um enunciado, e não o ato de alguém que o produz, Ducrot evita relacioná-lo preliminarmente a uma fonte. É o próprio enunciado que fornece as instruções sobre ‘o(s) autor(es) evento(ais) da enunciação’ (AMOSSY, 2008, p. 14).

Ducrot trabalha sob a ótica da pragmática semântica. No capítulo V de *O dizer e o dito* intitulado *Esboço para uma teoria polifônica*, pretende contestar e substituir o postulado da “unicidade do sujeito falante”, já que, em sua época, as pesquisas sobre a linguagem consideram

como óbvio que cada enunciado possui um, e somente um autor. Uma crença análoga é a do enunciado isolado como fazendo ouvir uma única voz. Crença questionada só a partir do momento que Bakhtin elaborou o conceito de polifonia (DUCROT, 1987, p. 161).

A teoria da polifonia de Ducrot visa a construir um quadro geral pelo qual se poderia introduzir uma crítica aos trabalhos que insistem no cuidado em manter a qualquer preço a unicidade do sujeito falante; “quadro que constitui “uma extensão (bastante livre) à linguística dos trabalhos de Bakhtine sobre a literatura” (Idem, p. 163).

Ducrot distingue o locutor (ser do discurso) do sujeito falante (ser empírico). Diz ele “que do ponto de vista empírico, a enunciação é ação de um único sujeito falante, mas a imagem que o enunciado dá dela é a de uma troca, de um diálogo, ou ainda de uma hierarquia das falas” (Idem, p. 187). O locutor seria para Ducrot uma “ficção discursiva”, enquanto o sujeito falante, um elemento da natureza.

Aqui as instâncias internas do discurso são vistas como “ficções discursivas”, diferenciada do ser empírico situado fora da linguagem; ela abandona o “sujeito falante real” para se interessar pela instância discursiva do locutor, coloca em xeque a unicidade desse sujeito. Além dessa distinção, Ducrot propõe outra, no próprio interior da noção de locutor:

o “locutor enquanto tal” (por abreviação “L”) e o locutor enquanto ser do mundo (“λ”). L é o responsável pela enunciação, considerado unicamente enquanto tendo esta propriedade. λ é uma pessoa “completa”, que possui, entre outras propriedades, a de ser o origem do enunciado – o que não impede que L e λ sejam seres de discurso, constituídos no sentido do enunciado, e cujo estatuto metodológico é, pois, totalmente diferente daquele do sujeito falante (este último deve-se a uma representação “externa” da fala, estranha àquela que é veiculada pelo enunciado) (Ibidem, p. 188).

Alguém ao dizer *Ai de mim!* ou *Ah!* adorna sua fala com tristeza ou alegria. As interjeições apresentam sua enunciação como motivada pelo sentimento que expressam. Se é triste ou alegre, será expresso em enunciado. Ducrot observa que nos enunciados declarativos como “Estou muito triste” ou “Estou muito alegre” pode-se “fazer notar que ele não tem a aparência, tomando-o na sua atividade de fala, nem triste nem alegre” (Ibidem). Isto ocorre porque o sentimento, nos declarativos, aparece como exterior à enunciação como um objeto da enunciação; já as interjeições situam os sentimentos na própria enunciação – elas [as interjeições] são os efeitos imediatos do sentimento expresso.

O ser a quem se atribui o sentimento, na enunciação, é o locutor (L) visto em seu engajamento enunciativo. Ao λ se atribuem os enunciados declarativos, ao ser do mundo que tem de enunciar sua tristeza ou alegria. De um modo geral o ser designado pelo pronome *eu* é sempre λ, mesmo que sua identidade só fosse acessível através de seu aparecimento como L (Ibidem).

Sobre isto, Amossy esclarece:

“Analisar o locutor *L* no discurso consiste não em ver o que ele diz de si mesmo, mas em conhecer a aparência que lhe conferem as modalidades de sua fala. É nesse ponto preciso que Ducrot recorre à noção de *ethos*: enunciação que ele se vê investido de certos caracteres que, em contrapartida, tornam essa enunciação aceitável ou recusável” (AMOSSY, 2008, p. 15).

Na verdade, a menção ao *ethos* por Ducrot serve como ilustração da distinção entre os locutores acima *L* e λ . E nos dá a seguinte explicação:

Na minha terminologia, direi que o *ethos* está ligado a *L*, o locutor enquanto tal: é enquanto fonte da enunciação que ele se vê dotado [*affublé*] de certos caracteres que, por contraponto, torna esta enunciação aceitável ou desagradável. O que o orador poderia dizer de si, enquanto objeto da enunciação, diz, em contrapartida, respeito a λ , ser do mundo, e não é este que está em questão na parte da retórica de que falo (a distância entre estes dois aspectos do locutor é particularmente sensível quando *L* ganha a benevolência de seu público pelo próprio modo como humilha λ : da autocrítica (DUCROT, 1987, p. 189).

É possível indagar: que aparência a fala do locutor *L* confere a sua própria fala? O que a torna aceitável ou recusável? Recorrer a noção de *ethos* para designar a imagem de si do discurso aproximasse da concepção aristotélica. Apesar disso, no estudo aqui a ser desenvolvido, à análise será voltada para a noção de *ethos* abordada numa perspectiva discursiva, isto é, ao *ethos discursivo* particularmente pela forma como Dominique Maingueneau a trata em seus trabalhos.

1.2. Ethos e sujeito discursivo

Dominique Maingueneau inscreve sua concepção de *ethos* no quadro da Análise do Discurso, se depara frequentemente com as mesmas problemáticas que os especialistas da argumentação e da enunciação, mas o faz com interesses distintos. Seu trabalho com a noção de *ethos* ultrapassa o quadro da argumentação e do ato enunciativo. Acaba por estudar sua incidência em textos escritos e em textos que não apresentam nenhuma “sequencialidade de tipo argumentativo”.

Em *Gênese dos discursos*, Maingueneau apresenta uma “semântica global” em que pretende apreender as diversas dimensões do discurso e reservar entre elas um lugar determinante para a enunciação e para o enunciador. Trata-se, na verdade, do *status* que o enunciador deve conferir a si e ao seu destinatário para legitimar seu dizer: “ele outorga no discurso uma posição institucional” (AMOSSY, 2008, p. 16).

Além do âmbito da retórica, da argumentação mencionada acima, a “noção de *ethos* permite, de fato, refletir sobre o processo mais geral da adesão de sujeitos a certa posição

enunciativa” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 69). A evidência da adesão mencionada pode ocorrer em discursos como o da publicidade, da filosofia, da política etc., que “não têm por objetivo uma adesão imediata, mas devem conquistar um público que tem o direito de ignorá-los ou recusá-los” (idem, p. 70).

A instância subjetiva tem uma face dupla: por uma lado, constitui o sujeito em sujeito de seu discurso, por outro, o assujeita. O enunciador é submetido às regras dessa instância subjetiva, ela atribui a ele [enunciador] a autoridade vinculada institucionalmente a este lugar, o legitima (MAINGUENEAU, 1997, p. 33). A concepção de Maingueneau da subjetividade se opõe a concepção retórica, que coloca dois indivíduos face a face e lhes propõe repertórios de “atitudes”, de “estratégias” porque numa perspectiva discursiva “não é possível definir nenhuma exterioridade entre os sujeitos e seus discursos” (Ibidem).

Maingueneau faz uma distinção entre sujeito linguístico⁶ (aquele pelo qual se interessa a linguística e que constitui um pressuposto para a análise discursiva, não o seu *objeto* de estudo), sujeito genérico (que se refere a um certo número de lugares enunciativos que fazem com que uma sequência discursiva seja uma alocução, um sermão etc.), isso significa que os enunciados para se apresentam “não apenas como fragmentos de língua natural desta ou daquela formação discursiva, *mas também como amostras de um certo gênero de discurso*” (MAINGUENEAU, 1997, p. 34). Aqui se trata de uma referência a noção de “contrato”, segundo a qual dado “gênero” presume um contrato específico pelo ritual que define⁷.

Um gênero de discurso, como qualquer ato de fala elementar (prometer, convidar...), implica condições de diferentes ordens:

- comunicacional: trata-se de transmissão oral ou escrita? em que meio (jornal cotidiano, livro, folheto...)? através de quais circuitos de difusão? etc. O fato de que um texto seja destinado a ser cantado, lido em voz alta, acompanhado por instrumentos musicais de determinado tipo, que circule de determinada maneira e em certos espaços..., tudo isto incide radicalmente sobre seu modo de existência semiótica. A cada gênero associam-se momentos e lugares de enunciação específicos e um ritual apropriado. O gênero, como toda instituição, constrói o tempo-espço de sua legitimação. Estas não são ‘circunstâncias’ exteriores, mas os pressupostos que o tonam possível;

- estatutário: que estatuto o enunciador genérico deve assumir e qual estatuto deve conferir a seu co-enunciador para tornar-se sujeito de seu discurso? O gênero funciona como o terceiro elemento que

⁶ “Na realidade, não devem ser confundidos o sujeito *linguístico*, o sujeito *genérico* e o sujeito *da formação discursiva*. Além disso. Todo sujeito aqui é o correlato de um destinatário, de um ‘co-enunciador para retomar o termo de A. Culioli, e, mais ainda, de um conjunto de coordenadas no tempo e no espaço” (MAINGUENEAU, 1997, p. 34).

⁷ Dado a infinidade de gêneros, há possibilidades de definir uma unidade: “cabe ao analista definir, em função de seus objetivos, os recortes genéricos que lhe parecem pertinentes” (MAINGUENEAU, 1997, 35).

garante a cada um a legitimidade do lugar que ocupa no processo enunciativo, o reconhecimento do conjunto das condições de exercício implicitamente relacionados a um gênero.

Maingueneau (1997, p. 36), ao mencionar os dois aspectos acima está se referindo às “modalidades enunciativas” que M. Foucault ilustra através do discurso médico:

“Primeira questão: quem fala? Quem, no conjunto de todos os sujeitos falantes tem boas razões para ter esta espécie de linguagem? Quem é seu titular? Quem recebe dela sua singularidade, seus encantos, e de quem em troca, recebe, se não sua garantia que têm – e apenas eles – o direito regulamentar ou tradicional, juridicamente definido ou espontaneamente aceito, de proferir semelhante discurso” (FOUCAULT, 2019, p. 61)?

O exercício de qualquer discurso pressupõe um lugar de enunciação afetado por determinadas capacidades, de tal forma que qualquer indivíduo, a partir do momento que o ocupa, supostamente as detém (MAINGUENEAU, 1997).

Em nossa pesquisa nos ocuparemos de formações discursivas investidas num único gênero, trata-se de pensar também o sujeito da formação discursiva como o distingue Maingueneau (1997) juntamente dos dois tipos acima.

Para Courtine, o que Foucault anuncia pode se expressar na problemática da forma-sujeito trabalhada por Michel Pêcheux e C. Haroche. A “função vazia”, indiferente aos sujeitos enunciadores, descrita pela *Arqueologia* “é o lugar do sujeito universal próprio a uma determinada FD [formação discursiva], a instância de onde se pode enunciar ‘todos sabem ou veem que’ para todo sujeito enunciadore” (COURTINE, 2014, p. 87) se situa num lugar determinado, inscrito nessa FD, por ocasião de uma formulação.

Esse lugar, então, só é vazio na aparência, pois nele há o sujeito de saber próprio a uma dada FD. E na identificação em que os sujeitos encontram na FD os elementos de saber (enunciado) pré-construídos de que eles se “apropriam como objetos de seu discurso”.

Maingueneau, portanto, ao falar de *ethos*, o relaciona a esse sujeito influenciado pela formação discursiva. Propõe que qualquer discurso escrito possui uma vocalidade específica, que permite relacioná-lo a uma fonte enunciativa, por meio de um tom que indica quem o disse: o termo ‘tom’ apresenta a vantagem de valer tanto para o escrito quanto para o oral: assim pode-se falar do ‘tom’ de um livro. O enunciadore provoca um efeito no público-destinatário. Entretanto esses efeitos não são impostos pelo sujeito.

Na realidade, do ponto de vista da AD, esses efeitos são produzidos pela formação discursiva. Dito de outra forma, eles se impõem àquele que, no seu interior, ocupa um lugar de enunciação, fazendo parte integrante da formação discursiva, ao mesmo título que as outras dimensões da discursividade. O que é *dito* e o *tom* com que é dito são igualmente importantes e inseparáveis” (MINGUENEAU, 1997, p. 45).

Os efeitos provocados pelo enunciador não dependem da sua vontade, mas da formação discursiva a que está relacionado, isto significa que o próprio tom e o dito são consequências da FD.

Se em um muro todo branco estiver pichado com cores vermelhas: “Trabalhadores do mundo todo, uni-vos”. Um leitor, marcado por uma formação política de esquerda, (Formação discursiva de esquerda) rapidamente reconhecerá aí os dizeres de Marx e Engels e ativará o domínio da memória. Mas caso seja alguém alheio à essa formação, simplesmente pensará algo totalmente diferente disto, talvez repudie a “pichação”, interprete como “vandalismo”, ou aceite a mensagem. Se for alguém da extrema direita brasileira contemporânea os sentidos provavelmente tomarão outros rumos, é capaz do sujeito do discurso ganhar o *ethos* do “vagabundo”, do “vândalo”, ou, em tempos sombrios, de subversivo. Isso ocorre porque os gestos de interpretação são determinados pelas formações discursivas diferentes uma da outra. Os sentidos são definidos “pelo lugar que ocupa o sujeito, determinando sua filiação a uma ou outra formação discursiva” (SOARES, 2013, 269).

1.3.Ethos discursivo e incorporação

São duas as razões que levaram Maingueneau a recorrer à noção de *ethos*: “seu laço crucial com a **reflexividade enunciativa** e a **relação** entre **corpo** e **discurso** que ela implica” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 70). Perante isso, tal analista do discurso explica ser insuficiente ver a instância subjetiva manifesta nos discursos apenas como estatuto ou papel. A “instância subjetiva se manifesta por meio de um corpo de enunciante historicamente especificado” (MAINGUENEAU, 2020, p. 14).

O corpo do enunciador (e não do enunciador extradiscursivo) é considerado como o *fiador* que, por seu *tom*, atesta o que é dito. Desse modo,

O termo ‘tom’ tem a vantagem de valer tanto para o escrito quanto para o oral. O poder de persuasão de um discurso resulta então, boa parte, do fato de ele levar o destinatário a se identificar com o movimento de um corpo, mesmo esquemático, investido de valores historicamente especificados: as ‘ideias’ suscitam a adesão do leitor porque a *maneira de dizer* implica uma *maneira de ser* (MAINGUENEAU, 2020, p. 14).

Se se considerar a sequência discursiva (1) tirada do editorial da *Caros Amigos* será perceptível, que maneira a de dizer do sujeito (fiador) editorialista de esquerda (contra a supervalorização da terra e dos imóveis, a exclusão social e a especulação), leva o seu destinatário (ou leitor) que está, é claro, em acordo com a formação ideológica da revista, a se identificar com o movimento do corpo do enunciador. Em suma, a maneira de dizer do sujeito

editorialista de esquerda da *Caros Amigos* leva a uma maneira de ser: contra a exclusão e os feitos danosos da exploração.

Assim, Maingueneau diz que “o próprio tom se apoia sobre uma dupla figura do enunciador, a de um *caráter* e de uma *corporalidade*, estreitamente associadas” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 92). O “caráter” corresponde a um feixe de traços psicológicos, enquanto a “corporalidade” está associada “a uma maneira de se vestir, a um modo de se mover no espaço social, a um comportamento” (Idem, 2020, p. 14).

O *ethos* apreendido por Maingueneau (2008a, 2008b, 2008c, 2020) se diferencia de um dispositivo retórico pelo qual o autor “escolheria” o procedimento em acordo com aquilo que “quer dizer”. A introdução da noção de *incorporação* evoca o processo pelo qual o destinatário – ouvinte ou leitor – se apropria desse *ethos*. Efetivamente, essa incorporação pode se dar em três planos:

- enunciação da obra confere uma “corporalidade” ao fiador, ela lhe *dá corpo*;
- o destinatário *incorpora*, assimila assim um conjunto de esquemas correspondentes a uma maneira específica de se relacionar com o mundo habitando seu próprio corpo;
- essas duas primeiras incorporações permitem a constituição de um *corpo*, da comunidade imaginária daqueles que aderem ao mesmo discurso.

Consideremos o exemplo dado por Maingueneau (2008b) de uma propaganda de câmera fotográfica publicada em uma revista:

IXUS II Descubra o prazer do puro metal. Ixus II é um minibloco de aço de acabamento acetinado e polido em que cada elemento foi pensado para uma ergonomia exemplar em uma compacidade máxima. A qualidade da imagem é assegurada por um novo microzoom 2x com lente esférica dupla, um autofoco de precisão de 108 pontos, um obturador de 1/900º que dispara em tempo real todas as funções PQI para cópias de qualidade. Kit de lançamento com estojo Façonnable em couro cinza e caixa com divisório para 12 cassetes APS: 2000 F.

Full metal jacket

Canon: Mostre que você é capaz

Não está explícito o fiador desse texto, mas o texto o “mostra” por sua maneira de dizer: faz com que o leitor entre em um “mundo mítico viril de matriz tecnológica e de espírito de aventura (‘mostre do que você é capaz’)” (Idem, 2008b, p. 66). Trata-se de um mundo ético exemplificado pelo exército americano, o que indica isto é a reatualização do nome “Canon”, a menção ao título do filme “Full metal jacket” e a bandana com as cores do uniforme de campanha, colocada sobre o texto e sobre a qual se destaca o *slogan*. Maingueneau diz não haver necessidade de mostrar o corpo do fiador; pois a “ativação do mundo ético o faz pelos estereótipos que a cultura de massa veicula sobre o exército americano” (ibidem).

A relação do discurso publicitário com o *ethos* é, por natureza, de privilégio, já que o discurso publicitário procura persuadir associando o produto que promove a um corpo em movimento, a uma maneira de habitar o mundo.

O *ethos* não deve ser considerado da mesma forma em qualquer texto. “a incorporação não é um processo uniforme, ela se modula em função dos gêneros e dos tipos de discurso” (ibidem). Em um texto escrito, o *ethos* não implica necessariamente relação direta com um fiador encarnado, socialmente determinável. Percebemos isto no fragmento (1) apresentado e no exemplo propagandístico dado por Maingueneau.

Se pode dizer que o *ethos* se desdobra no registro do “mostrado” e do “dito”. Recordem da formulação de Ducrot, na sua teoria “polifônica” da enunciação: conceitua o *ethos* mediante a distinção entre “locutor-L” e “locutor-λ”, que recobre a distinção dos pragmaticistas entre mostrar e dizer: o *ethos* se mostra, ele não é dito. Diferenciação que se inscreve no prolongamento proposto por Aristóteles.

Maingueneau menciona a construção de um “*ethos* pré-discursivo”, isto é um “*ethos* prévio”, ou seja a construção de um *ethos* do enunciador antes mesmo que ele fale. Assim, faz uma distinção entre o *ethos* discursivo e o *ethos* pré-discursivo. O primeiro que mais corresponde a definição de Aristóteles e para a qual se volta a atenção de Maingueneau. Explica o linguista:

Se o *ethos* está crucialmente ligado ao ato de enunciação, não se pode ignorar, entretanto, que o público constrói representações do *ethos* do enunciador antes mesmo que ele fale. [...]. Certamente há tipos de discurso e circunstâncias para as quais não se presume que o co-enunciador disponha de representações prévias do *ethos* do enunciador: por exemplo, quando abre um romance. Mas as coisas são diferentes no domínio político, por exemplo, quando os enunciadores, que ocupam constantemente a cena midiática, são associadas a um *ethos* que cada enunciação pode confirmar ou infirmar. De fato, mesmo que o co-enunciador não saiba nada previamente sobre o caráter do enunciador, o simples fato de que um texto pertence a um gênero de discurso ou a um certo posicionamento ideológico induz expectativas em matéria de *ethos* (MAIGUENEAU, 2008b, p. 71).

Por exemplo, *Caros Amigos*, nem sempre anunciou em suas capas o subtítulo *A primeira à esquerda*. Recorrer a estes dizeres significou assumir uma postura que colocou em risco sua imagem e orientaria a interpretação de seus leitores (tanto os que simpatizam com o discurso da revista quanto os que se opõem. Ambas as formas de leitores, criam uma representação *avaliada* da revista, “pois falar é uma atividade erguida sobre os valores supostamente partilhados” (MAINGUENEAU, 2020, p.9).

O locutor ao tomar a palavra, enquanto locutor, põe “em risco sua imagem e tenta orientar, mais ou menos conscientemente e em um sentido que lhe seja favorável, a interpretação e a avaliação dos signos que envia ao destinatário” (Ibidem). Analisemos a

representação realizada por um leitor de “oposição” à revista. Trata-se de um artigo de opinião escrito por Reinaldo Azevedo no *site* da *Veja*, publicado em 27 de março de 2013, mesmo mês em que alguns funcionários da *Caros Amigos* entraram em greve. Reinaldo colabora numa revista que é, por assim dizer, o Outro (Grande Mídia, Mídia hegemônica) da *Caros Amigos*, o que significa que Reinaldo segue uma formação discursiva afinada com a da *Veja*. Abaixo o título do artigo de Azevedo (2013):

Figura 1

E a revista “Caros Amigos”, “a primeira à esquerda”, vai parar no Ministério do Trabalho por desrespeito a direitos trabalhistas e demissão de grevistas! Que coisa feia!

Assumir uma posição de esquerda, à *grosso modo*, significa assumir uma identidade. *Caros Amigos* fez isso. Quando o sujeito do discurso acima, diz que “que coisa feia!”, o faz no sentido de chamar o seu leitor à contradição a que *Caros Amigos* se coloca ao não cumprir com o *ethos* que tenta passar, consciente ou inconscientemente: como pode uma mídia que luta “contra a exploração dos trabalhadores” desrespeitar os direitos trabalhistas”? Como pode, [se ela é] “a primeira à esquerda”? O texto do colunista da *Veja* joga com o não dito “com diferentes formas de não-dizer (implícito) daquilo que se dá em contexto subentendido” (ORLANDI, 82) referente à formação política de esquerda, com informações que estão implícitas. Azevedo ao dizer “Que coisa feia!”, o faz para expressar sua “ojeriza”, como se dissesse “Que vergonha!”. A “coisa feia”, negativa, seria aqui o fato de “A primeira à esquerda” não estar em acordo com o seu posicionamento ideológico próprio à *esquerda*, com a sua maneira de *dizer* e de *ser* (engajada, crítica da opressão, à favor da classe trabalhadora etc.). O dito “A primeira à esquerda” ativa gestos de interpretações ligados a certas especificações históricas a respeito da formação ideológica de esquerda. Reiterando: o risco de assumir uma posição discursiva, de ser o lugar de posições políticas ideológicas requer que uma “maneira de dizer” esteja aliada a uma “maneira de ser”, sempre sujeita a condição de aceitabilidade ou discordância por parte do destinatário (leitor ou ouvinte).

Desse modo, se afirma que concepção de *ethos* discursivo serve como forma de compreender a adesão dos sujeitos a determinado discurso. Diante de um processo de enunciação em que o outro cria uma determinada imagem do enunciador bem antes dele produzir determinado enunciado. É o caso do domínio político e midiático. Em nossa pesquisa sobre a revista *Caros Amigos*, isso fica evidente nos enunciados que tinham a revista como objeto. E mais, como deixava evidente a sua ideologia política, a *Caros Amigos* assume uma

posição de esquerda que criou uma imagem singular de si e do seu outro a grande mídia ou mídia hegemônica.

CAPÍTULO 2 – INTERDISCURSO E *ETHOS DISCURSIVO*

O Outro circunscreve justamente o dizível insuportável sobre cujo interdito se constituiu o discurso; por conseguinte, não há necessidade de dizer, a cada enunciação, que ele não admite esse Outro, que exclui pelo simples fato de seu próprio dizer

Dominique Maingueneau, *Gênese dos discursos*.

2.1. Interdiscurso e formação discursiva

Ao nível da língua não se permite que tudo se diga. Ao nível do discurso, só uma parte do dizer é acessível. A identidade é constituída pelo dizível, que acaba constituindo também um sistema. Em outras palavras, é de acordo com essa identidade adotada que dizemos. Nem tudo é permitido ser dito, existem restrições que devem ser analisadas. O sistema é o próprio dizível, que delimita uma identidade. “Estamos, assim diante de objetos que aparecem ao mesmo tempo como integralmente linguístico e integralmente históricos” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 16).

Diante desse aspecto duplo, o analista precisa fazer uma escolha: ou valoriza os dois aspectos em sua análise, ou deverá dar mais atenção a um e menor atenção ao outro. Maingueneau escolhe a primeira alternativa, não sacrifica nenhum dos dois. Fazer isso, significa distanciar-se de “certa vulgata estruturalista”, do fascínio destes pelos “cortes”, “rupturas”, a coincidir com o relativo desinteresse pelos problemas ligados à gênese. O calcanhar de Aquiles de muitos trabalhos é a impossibilidade de pensar a relação de um discurso com o seu “exterior”. Em *Gênese dos discursos* o principal objetivo é: ligar “por diferentes vieses essas duas problemáticas da gênese e a interdiscursividade” e tentar “apreender de uma só vez o discurso através da interdiscursividade” (Idem, p. 17).

Maingueneau considera que a “identidade de um discurso não é mera questão de vocabulário ou de sentenças”. A identidade “depende de uma coerência global que integra múltiplas dimensões textuais” (MAINGUENEAU, 2008a).

Captar o discurso em sua globalidade, negligenciar a textura superficial, a discursividade e o embricamento dos arranjos visíveis: são atividades necessárias para elaborar modelos “profundos”. Maingueneau cita a escolha de Foucault como exemplo, pois este ao

preferir a análise ao nível profundo, recusou aquilo que considerou “estágio terminal”, ou seja, “os textos (ou as falas) tais como se apresentam com seu vocabulário, sua sintaxe ou sua organização retórica”.

Mais que sacrificar um dos dois níveis em proveito do outro ou de imaginar pontes entre eles, seria melhor superar essa dicotomia, recusar as imagens arquiteturais⁸ que lhes subjazem, para admitir que um discurso não tem nenhuma “profundeza”, que sua especificidade não se localiza em alguma “base” que seria seu fundamento, mas que desdobra sobre todas as suas dimensões (MAINGUENEAU, 2008a, p. 18).

É necessário romper com essa dicotomia da “superfície” e “profundeza, e admitir que um discurso não tem nenhuma “profundeza”. Visto que a especificidade de um discurso não se localiza em alguma “base” que seria seu fundamento; a especificidade de um discurso se desdobra sobre todas as suas dimensões.

Maingueneau pretende “opor um sistema de restrições de boa formação semântica (formação discursiva) ao conjunto de enunciados produzidos de acordo com esse sistema (a *superfície discursiva*)” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 20). O último conceito, superfície discursiva, corresponde ao que Foucault entende por discurso: “um conjunto de enunciados na medida em que decorram da mesma formação discursiva”.

O termo discurso, nesse sentido, será compreendido como referência à própria relação que une os dois conceitos anteriores. Com isso, não se pretende remeter a um conjunto de textos efetivos, mas a um conjunto virtual, “os dos enunciados que podem ser produzidos de acordo com as restrições da formação discursiva” (Ibidem). A proposta de Maingueneau se resume em sete hipóteses, mas das quais mencionaremos apenas cinco por estarem em acordo com os objetivos propostos da nossa pesquisa.

A *primeira hipótese*, “o interdiscurso tem precedência sobre o discurso”, significa o descolamento da análise não para o discurso, mas para um espaço de trocas entre vários discursos escolhidos, o espaço do *dialogismo*. A unidade do discurso não é mais o próprio discurso, mas esse espaço de trocas.

Daí, duas interpretações: uma fraca e uma forte. A primeira supõe o estudo da identidade de um discurso na sua relação com outros. A segunda coloca o interdiscurso como o espaço de *regularidade pertinente*, do qual são componentes. Segundo Maingueneau (2008^a, p. 21) os:

Em termos de gênese, isso significa que esses últimos não se constituem independentemente uns dos outros, para serem, em seguida, postos em relação, mas

⁸ Maingueneau questiona a concepção Foucaultiana do discurso como monumento. A noção de “estrutura mantém relações com a noção arquitetural. A análise do discurso não deve ser concebida como a pura descrição de um embricamento de pistas, desconsiderando que essas pistas são as de um discurso, e não as de um templo ou de um retábulo.

que eles se formam de maneira regulada no interior do interdiscurso. Seria a relação interdiscursiva que estruturaria a identidade. Todo discurso, como toda a cultura, é finito, na medida em que repousa sobre partilhas iniciais, mas essas partilhas não tomariam forma sobre um espaço semântico indiferenciado.

Quer dizer que os discursos se formam no interior do interdiscurso que, por sua vez, este estrutura também a identidade. O que leva Maingueneau a afirmar que os espaços semânticos nos discursos não são indiferentes entre si. Pelo contrário, estão num processo dialógico.

Com a *segunda hipótese* de Maingueneau, entramos, mais especificamente, na relação do mesmo e do outro:

“...o caráter constitutivo da relação interdiscursiva faz a interação semântica entre os discursos parecer um processo de tradução, de *interincompreensão* regulada. Cada um [*discurso*] introduz o Outro em seu fechamento, traduzindo seus enunciados nas categorias do Mesmo e, assim, sua relação com esse Outro se dá sempre sob a forma do ‘simulacro’ que dele constrói” (Ibidem).

Como se dá esse caráter constitutivo da relação interdiscursiva? Maingueneau acredita numa *interincompreensão* regulada entre os discursos. Cada discurso se relaciona com o seu Outro sob a forma do “simulacro” que ele constrói desse diferente. Ele introduz esse Outro no seu fechamento segundo seus enunciados nas categorias do Mesmo. Daí o simulacro. É possível antecipar, portanto, que: é nesse ponto, na relação de um dado discurso com o seu outro, que o *ethos* discursivo ocorre, na incorporação do sujeito a uma identidade, a uma formação discursiva, a um modo de dizer e enunciar.

Mas é também na relação do discurso com o seu outro que surge o fenômeno da incompatibilidade: a *polêmica*. Mas essa incompatibilidade não está no encontro acidental entre os dois discursos diferentes um do outro e independentes por excelência. Encontra-se na própria constituição dos discursos através de uma incompatibilidade radical. Maingueneau quer com isso explicar que o conflito não surge do exterior para o interior de um discurso “autossuficiente por direito”.

Nesse nível o sentido não remete a um espaço fechado dependente de uma posição enunciativa absoluta [*não há posição enunciativa por excelência*], mas deve ser apreendido como circulação dissimétrica de uma posição enunciativa a outra; a identidade de um discurso coincide com a rede de *interincompreensão* na qual é capturado (Idem, p. 21).

Se nenhum discurso é “autossuficiente por direito”, isso significa que temos diante de nós um espaço com uma relação de troca entre discursos. Mesmo que eles reivindicuem para si certa restrição de sentidos, estes não são apreendidos no espaço concernente ao seu fechamento, mas na sua “circulação dissimétrica” a partir de uma posição enunciativa a outra. Posição que também não é absoluta. É no movimento entre posições enunciativas que buscamos o sentido.

Podemos afirmar, com isso, que o discurso surge autossuficiente, mas em relação com outros e que uma posição enunciativa não é absoluta, está sempre numa posição de relatividade.

A identidade não surge de um discurso fechado em si, mas de rede de interincompreensão ao qual se insere. Maingueneau conclui ainda: “não existem, de um lado, o sentido, e, de outro, alguns ‘mal-entendidos’ contingentes na comunicação de sentido, mas, um só movimento, o sentido como mal-entendidos” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 22). Os sentidos são os movimentos dos “mal-entendidos”. Podemos dizer também que o próprio mal-entendido faz sentido no discurso.

A *terceira hipótese* de Maingueneau trata de um *sistema de restrições semânticas globais*, como forma de dar conta do interdiscurso. Assim seria possível restringir simultaneamente o conjunto dos planos discursivos: vocabulário, temas, intertextualidade ou as instâncias da enunciação.

Desse modo, o analista não recorre a dicotomia ‘superfície’ e ‘profundidade’. Pois não há um lugar privilegiado em que se condensa a especificidade de um discurso (as palavras, as frases, os arranjos argumentativos...). Ou mesmo um espaço de profundidade que reservaria apenas na profundidade o “domínio das restrições semânticas”.

Quarta hipótese: o sistema de restrições semânticas deve ser concebido como um modelo de *competência interdiscursiva*.

“Postulamos nos enunciadores de um discurso dado o domínio tácito de regras que permitem produzir e interpretar enunciados que resultam de sua própria formação discursiva e, correlativamente, permitem identificar com incompatíveis com ela os enunciados das formações discursivas antagonistas. A escolha de tal perspectiva está de acordo com uma prática heurística claramente não empirista” (Ibidem).

Por fim, *quinta hipótese*: o discurso, além de um conjunto de textos, deve ser pensado como uma *prática discursiva*. Trata-se de pensar o sistema de restrições semânticas para além dos enunciados e da enunciação, de comensurá-los com a ‘rede institucional’ de um ‘grupo’, aquele que a enunciação discursiva ao mesmo tempo supõe e torna possível.

Maingueneau toma o termo *prática discursiva* emprestado da *Arqueologia do saber*. A prática discursiva seria o domínio desse sistema de restrições semânticas para além do enunciado e da enunciação, assim os textos são considerados em conformidade com a “rede institucional” e de um “grupo” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 22).

O Outro de um discurso: “é aquele que faz sistematicamente falta a um discurso e lhe permite encerrar-se em um todo. É aquela parte de sentido que foi necessário o discurso sacrificar para constituir a própria identidade” (Idem, 2008a, p. 37).

Pensar essa imbricação do Mesmo e do Outro no discurso é poder retirar o caráter de “essência” da coerência semântica das formações discursivas. Assim, podemos reiterar que o princípio de unidade de uma formação discursiva é retirado do **conflito regulado**⁹. Com isso, Maingueneau espera ir além da distinção entre heterogeneidade “mostrada” e heterogeneidade “constitutiva”. Trata-se em resumo de: **“revelar a relação com o Outro independentemente de qualquer forma de alteridade marcada”** (Ibidem). De não limitar a **orientação dialógica** “apenas aos enunciados portadores de citações, de alusões etc..., já que o Outro no espaço discursivo não é em nada redutível a uma figura de interlocutor” (Ibidem).

Ao pensar em termos de pessoa linguística, Maingueneau não considera o Outro dos discursos um *tu* virtual. Diz ele:

Se queremos mesmo pensar em termos de pessoa linguística, talvez seja mais justo ver no Outro um *eu* do qual o enunciador discursivo deveria separar-se. Ele seria, de alguma forma, o *interdito* de um discurso. A formação discursiva, ao delimitar a zona do dizível legítimo, atribuiria por isso mesmo ao Outro a zona do interdito, isto é, do dizível-- faltoso. Se, no universo do gramaticalmente dizível, um discurso define uma ilha de enunciados possíveis considerados capazes de saturar a enunciação a partir de uma posição dada, no conjunto de enunciados assim recusados, ele define igualmente um território como sendo o de seu Outro, daquilo que, mais que qualquer outras coisa, não pode ser dito. O Outro circunscreve justamente o dizível insuportável sobre cujo interdito se constituiu o discurso; por conseguinte, não há necessidade de dizer, a cada enunciação, que ele não admite esse Outro, que exclui pelo simples fato de seu próprio dizer¹⁰ (Ibidem, 2008a, p. 37).

O *Outro* de um discurso é o *interdito*, o proibido, que delimita a interdição, o Outro de um discurso é delimitado pela formação discursiva: esta legitima o dizível legítimo, atribui ao outro a interdição, o dizível-faltoso. O discurso define os enunciados possíveis a partir de uma posição dada, e define igualmente um território como o de seu Outro, daquilo que não pode ser dito. Por isso a afirmação de Maingueneau de que sob o interdito ocorre a constituição do discurso.

Como vemos, “as articulações fundamentais de uma formação discursiva encontram-se apenas nesse dialogismo” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 38). A partir dessas articulações se desenvolve a “totalidade dos enunciados”. Assim:

“todo enunciado do discurso rejeita um enunciado, atestado ou virtual, de seu Outro do espaço discursivo. Quer dizer que esses enunciados têm um ‘direito’ e um ‘avesso’ indissociáveis: deve-se decifrá-los pelo lado ‘direito’ (relacionando-os a sua própria formação discursiva), mas também por seu ‘avesso’, na medida em que estão voltados para a rejeição do discurso de seu Outro” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 38).

Decifrar os enunciados é relacioná-los a sua formação discursiva e ao seu outro. É vê-lo pela ótica do “direito” e do “avesso”.

⁹ Negritos nosso.

¹⁰ Grifo nosso

O sistema de restrições semânticas proposto por Maingueneau não visa a produção de frases gramaticais, mas “definir operadores de individuação, um filtro que fixa os critérios em virtude dos quais certos textos se distinguem do conjunto dos textos possíveis como pertencendo a uma formação discursiva determinada” (2008a, p. 48). Aqui se considera a língua como um elemento prévio que se impõe ao discurso, um “código *a priori*”. Assim as “filtragens” incidem sobre dois domínios, para Maingueneau:

- o universo intertextual (espaço onde circulam actantes, relações, axiologias, narrativas).
- os múltiplos dispositivos retóricos (gêneros literários, modos de argumentação).

A hipótese de Maingueneau “é precisamente que os tratamentos aplicados a esses dois conjuntos por um discurso dado são governados por um sistema de restrições único, que deve ser concebido como uma *competência discursiva*” (Ibidem).

Recorrer a categoria de competência é vantajoso pois não supõe uma exterioridade absoluta entre a *posição* enunciativa e os Sujeitos que vêm ocupá-la. O princípio da competência discursiva permitiria “esclarecer um pouco a articulação do discurso e capacidade dos Sujeitos de interpretar e de produzir enunciados que dele decorram” (idem, p. 52).

Maingueneau considera os conteúdos do discurso como categorias semânticas consideradas através do sistema que as articula. Esse conteúdo é determinado historicamente. O que significa que os sujeitos não escolhem livremente o seu discurso. Portanto, sempre é necessário não confundir: “a estrutura do conteúdo dessa competência e suas condições formais de possibilidade” (idem, p. 53).

Como se preocupa com a dimensão interdiscursiva do discurso, deve-se pensar, no quadro do espaço discursivo, uma *competência interdiscursiva*; que supõe:

- a aptidão para reconhecer a incompatibilidade semântica de enunciados da ou das formação(ões) do espaço discursivo que constitui(em) seu Outro;
- a aptidão de interpretar, de traduzir esses enunciados nas categorias de seu próprio sistema de restrições.

Trata-se de uma distinção superficial, mas os dois aspectos convergem em profundidade. O enunciador não pode ser um falsificador dos enunciados do seu outro.

Em suma, o conceito de competência discursiva, Maingueneau está preocupado com as regularidades interdiscursivas historicamente definidas, com a coesão discursiva. Entretanto, “a homogeneidade discursiva não é a projeção de uma coesão social prévia, como se a comunidade de seus enunciadores fosse exterior ao discurso e preexistisse a ele” (idem, p. 56).

Em matéria de formação discursiva, a figura do enunciador não constitui uma **unidade pertinente**. “autores com biografias diferentes podem partilhar a mesma competência, um mesmo autor pode ser associado a várias competências” (Idem, p. 57).

O heterogêneo é o lugar privilegiado da competência discursiva, já que ela constitui um sistema interdiscursivo, que supõe a presença constante do Outro no centro de cada discurso. Portanto, não exclui o heterogêneo, dá a ele um estatuto de pleno direito:

“entre enunciadores que pertencem à mesma formação discursiva, entre textos de um mesmo enunciador, e mesmo entre diversas partes de um mesmo texto. O fato de dispor desses sistema de restrições permite justamente ler heterogeneidade lá onde só se percebia um imenso campo em que se embaralhavam em todos os sentidos o mesmo e o outro” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 58).

No conjunto de texto, derivados de uma mesma formação discursiva, encontram-se **variações coerentes** que não se limitam a uma justaposição de diversas competências e compromissos que se definem entre elas.

2.2. Memória discursiva e *ethos* discursivo

Segundo Courtine (2014), “a partir da análise do interdiscurso as modalidades do assujeitamento podem ser analisadas” (p. 74). O interdiscurso aqui é visto como o lugar de constituição dos objetos para um sujeito falante, que produz uma sequência discursiva dominada por uma formação discursiva. O sujeito enunciador, em outros termos, se apropria desses objetos “para deles fazer objetos de seu discurso” (ibidem). A coerência que esse sujeito dá à articulação entre esses objetos, coerência à sua declaração ocorre pelo *intradiscurso*. É, então:

na relação entre interdiscurso de uma FD e o intradiscurso de uma sequência discursiva produzida por um sujeito enunciador a partir de um lugar inscrito em uma relação de lugares no interior dessa FD que se deve situar os processos pelos quais o sujeito falante é interpelado-assujeitado como sujeito de seu discurso (Ibidem, 2014, p. 74).

O interdiscurso seria “aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente, aquilo que chamamos de memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível” (ORLANDI, 2013, 31).

Ao falar sobre a *intertextualidade*, Maingueneau (2008a, p. 77) se refere aos “tipos de relações intertextuais que a competência discursiva define como legítimas” a diferencia do *intertexto* (o conjunto de fragmentos que o discurso cita). Cada campo discursivo possui uma maneira própria de citar os discursos anteriores do mesmo campo. Como se percebe há

restrições também na forma como remetem aos discursos anteriores; ao lado dessa restrição “existe também um passado específico que cada discurso particular constrói para si, atribuindo-se certas filiações e recusando outras” (idem, p. 78).

De acordo com Maingueneau, os sistemas de restrições intervêm nos dois níveis de intertextualidade. A menção a discursos anteriores significa a leitura de autores com “enunciados semanticamente próximos daqueles autorizados pela formação discursiva” (Ibidem). Daí, que Maingueneau chama esse duplo trabalho de memória discursiva interior ao campo de *intertextualidade interna*. No que diz respeito à relação com outros campos, segundo sejam citados ou não, chama de *intertextualidade externa*.

No capítulo anterior discorremos sobre como se dá o *ethos*, isto é, como se dá a incorporação de um *ethos* pelo fiador (corpo enunciante) e pelo leitor (a assimilação de um conjunto de esquemas correspondentes a uma maneira de ser) “permitem a constituição de um *corpo*, da comunidade imaginária daqueles que aderem ao mesmo discurso” (MAINGUENEAU, 2020, p. 14).

No exemplo da propaganda, emprestado à Maingueneau, torna-se perceptível que o *ethos* militar do fiador do texto faz o leitor se deparar com um mundo ético específico, que acaba por incorporar. Trata-se da incorporação de esquemas relacionados ao conjunto corresponde a uma maneira de *ser* e de *dizer*. Maingueneau afirma que:

Esse processo vai além de uma simples identificação com um enunciador fiador, ela implica um *mundo ético*, do qual o fiador é parte integrante e ao qual ele dá acesso. Esse “mundo ético”, ativado por meio da leitura, é uma constelação de representações agregadoras de certo número de situações estereotípicas associadas a comportamentos. A publicidade contemporânea – voltada para persuadir associando esse ou aquele produto a um corpo em movimento, a uma maneira de habitar o mundo - mantém, por natureza, uma ligação privilegiada com alguns estereótipos: o mundo ético do jovem empreendedor do Silicon Valley, dos emergentes, das estrelas de cinema, dos cientistas em seus laboratórios, das mães de famílias de classe média etc. (MAINGUENEAU, 2020, p. 15).

Na concepção de *ethos* aqui tratada importa saber a que mundo ético o fiador integra e a qual ele dá acesso. Esse mundo ético está associado a certas representações que agregam estereótipos associados a determinados comportamentos. Essa maneira de habitar o mundo não se dá à toa, está ligada também a história, a uma dada memória discursiva.

Para ilustrar a constituição do *ethos* e sua associação com a memória discursiva, segue abaixo algumas exemplificações. A primeira diz respeito à análise do *ethos* em propagandas de cervejas.

Como se sabe, o anúncio publicitário é um gênero discursivo que estabelece uma forma particular de interação com os destinatários, com estilos próprios, objetivos específicos, “pode

ser usado, tanto para finalidade comercial, divulgando uma determinada marca, quanto para promover uma ideia ou acontecimento” (ARAÚJO, 2017, p. 59).

O anúncio publicitário comercial “tem como função argumentar e persuadir o público, em propagandas que aparecem em veículos de comunicação como rádio, televisão, *outdoors*, jornais, revistas e outros” (Ibidem). Em outras palavras, ao vender ideias, ideologias, os anúncios utilizam recursos específicos: argumentativos, persuasivos, verbais, não verbais e até a intertextualidade e figura de linguagem, como a metáfora: as propagandas, na tentativa de chamar a atenção do seu leitor, o fazem mediante o uso das imagens, textos e sons.

Os anúncios comerciais, assim, exibem um mundo ideal, em que tudo seja maravilhoso e belo; movimentam uma maneira de *dizer* e de *ser* com o fim de alcançar o seu objetivo primordial: a venda de um produto. Essa máscara-maravilha serve para “aludir o leitor-consumidor de que o produto ou a ideia ali exposta é sempre a melhor opção e, muitas vezes, são fundamentais para a aceitação desses indivíduos na sociedade” (idem, 60). A seguir, algumas propagandas da cerveja Skol que usam a imagem da mulher nas propagandas voltadas para o público masculino podem nos dar a ideia de como funciona esse gênero discursivo¹¹.

Figura 2- Anúncio publicitário Skol (2006)



Fonte: ARAÚJO (2017).

¹¹ Como nos dizeres de Mikhail Bakhtin, “cada época e cada grupo social tem seu repertório de formas de discurso na comunicação socioideológica” (2009, p. 44). São formas discursivas elaboradas por cada campo de utilização da língua a sua maneira própria, são “tipos relativamente estáveis de enunciados”, denominados “gêneros do discurso”. Esses gêneros, são tipos de enunciados presentes em várias áreas da atividade humana. Dominique Maingueneau, aborda os gêneros de discurso em termos de *cena da enunciação*, para evitar os termos como “situação de enunciação”, de ordem estritamente linguística, ou de “situação de comunicação”, utilizado em abordagem puramente sociológica. Ao fazer isso, Maingueneau aborda de um modo mais amplo as questões que envolvem o estilo, o conteúdo temático e a construção composicional abordados por Bakhtin. Toda cena de enunciação relativa a qualquer gênero de discurso não é um bloco compacto. Ela faz interagir três cenas: a *englobante*, a *genérica*, e a *cenografia*.

Acima três cenas estão interagindo: uma cena englobante¹² correspondente ao discurso publicitário de uma empresa, sob a marca Skol; temos a cena genérica, correspondente ao gênero discursivo anúncio publicitário comercial de cerveja (uma propaganda). A interação entre estas duas “cenas” define o **quadro cênico**¹³ do texto, que, por sua vez, “define o espaço no interior do qual o enunciado adquire sentido – o espaço do tipo e do gênero de discurso” (MAINGUENEAU, 2004, p. 87). Apesar disso, “*não é diretamente com o quadro cênico que se confronta o leitor, mas com uma **cenografia***” (Ibidem).

Devido ao caráter do gênero anúncio publicitário, o locutor se depara com um quadro preestabelecido, trata-se da propagação de uma voz comercial anunciando seu produto, da Marca Skol. A *-grafia*, no sentido acima, refere-se, pois, ao modo de inscrição legitimador: “o discurso implica um enunciador e um co-enunciador, um lugar e um momento da enunciação que valida a própria instância que permite sua existência” (MAINGUENEAU, 2008c, p. 51).

A cenografia não é uma simples cena, o quadro estável em que se desenrola a enunciação. Trata-se de um quadro e um processo, a *-grafia* vem a ser o processo “legitimante que traça um círculo, além da existência dos interlocutores o discurso como visto no capítulo anterior implica também a existência de um *ethos* e um “código linguageiro” através do quais se configura um mundo.

Pode-se notar no anúncio que a cenografia se faz na interação da imagem de uma mulher de minissaia preta tomando água em um bebedouro e o enunciado em vermelho que se completa nos dois quadros:

(2) “*Se o cara que inventou o bebedouro bebesse Skol, ele não seria assim. Seria assim*”.

As cores ambientes variam em tons amarelos, remetem a cor dourada, cobreada ao marrom do líquido da cerveja; notamos, conforme observamos os dois quadros, a mudança tanto no formato do bebedouro quanto na posição da mulher, que torna-se mais sensual. Um leitor desatento ou leigo em relação as propagandas da Skol, não perceberá logo de imediato a associação entre o bebedouro – no formato circular no segundo quadro – e o slogan que a Skol costuma repetir em suas propagandas: “a cerveja que desce redondo” ou a variação “com Skol

¹³ Negrito de Maingueneau.

tudo fica redondo” no segundo quadro próximo a imagem de uma garrafa de vidro ao lado de um copo.

O formato dos bebedouros não foram escolhidos por acaso, se referem a outras marcas de cervejas. O bebedouro quadrado faz referência às marcas concorrentes, já o do quadro direito remete à própria logomarca da Skol, como dito acima, “com Skol tudo fica redondo”, isto é, “as dificuldades serão encaradas de forma mais prazerosa” (ARAÚJO, 2017, p. 68). Mas os efeitos de sentido provocados vão além da simples cena de venda da cerveja com fins comerciais, a ambiguidade presente no texto, as evocações a uma encenação erótica ativam na leitura feitos outros dizeres, pertencem, por assim dizer, a uma formação discursiva machista (pratriarcal, falocêntrica etc.).

Se acionamos a categoria de formação discursiva é justamente porque está associada a um domínio de saber, que “funciona como o princípio de aceitabilidade discursiva para um conjunto de formulações (determina ‘o que pode e deve ser dito’), assim como um princípio de exclusão (determina ‘o que não pode/não deve ser dito)’” (COURTINE, 2014). A FD também torna-se determinante para a compreensão de trajetos em direção a heterogeneidade, movimentando os “processos discursivos”, os efeitos de sentidos no discurso e na língua (GREGOLIN, 2005).

O enunciado presente no anúncio da Skol, pertencente a formação discursiva machista que autoriza que se mostre a mulher como objeto do prazer, que se ative os “já-ditos” de outras épocas sobre dado objeto, nesse caso a mulher como se fosse um produto, uma “coisa”. O mundo ético ativado no discurso publicitário da Skol é de um mundo de prazeres, do *bon vivant*, pela ótica do heterossexual do bom bebedor, *Don Juan*.

Trata-se de um dizer vinculado a um tipo de desigualdade existente em nossa sociedade evidente na atribuição dos papéis dos homens e das mulheres. As mulheres experimentam discriminação linguística de duas maneiras:

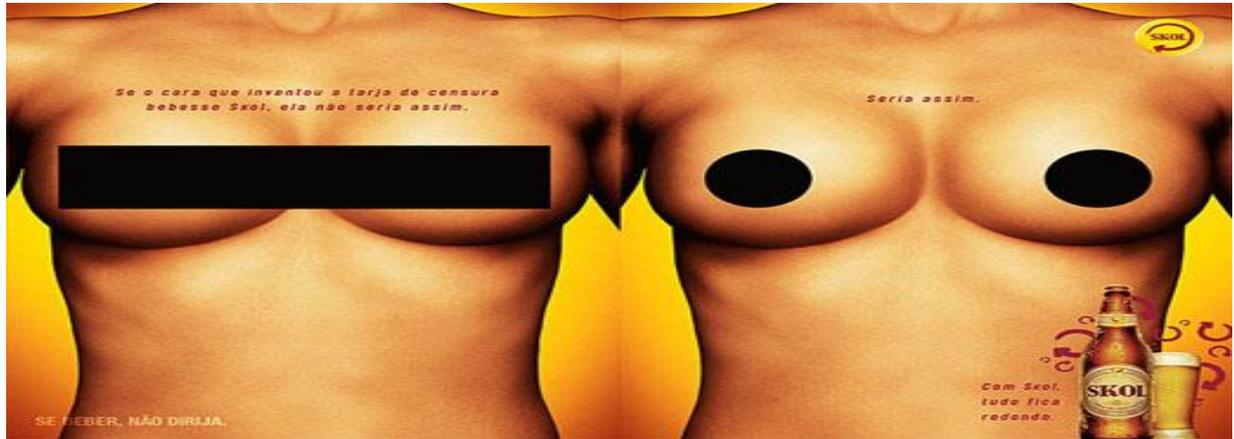
no modo como elas são ensinadas a usar a linguagem e no modo como o uso geral da linguagem as trata. Ambas tendem [...] a relegar as mulheres a certas funções subservientes: aquelas de objeto sexual, ou serviçal, e, portanto, certos itens lexicais têm um significado quando aplicados aos homens e outro às mulheres, constituindo uma diferença que não pode ser prevista, exceto com referência aos diferentes papéis que os sexos desempenham na sociedade” (LAKOFF, 2010, p. 14).

No caso das propagandas estamos diante do segundo tipo de discriminação, “o modo como o uso geral da linguagem” trata as mulheres: como objeto sexual, ou serviçal.

Retomando o enunciado, “Se o cara que inventou o bebedouro bebesse Skol, ele não seria assim. Seria assim.”, pertence a uma campanha publicitária de 2006 da Skol, “**Se o cara que inventou ... bebesse Skol, ele/ela não seria assim, seria assim**”, marcante pelas interpretações e opiniões geradas devido a sua estratégia de venda caracterizada pela

legitimação do discurso que representa a mulher como objeto a partir de uma ideologia machista, sexista; o enunciado desse anúncio será a fórmula que aparecerá em outras propagandas semelhantes da mesma campanha.

Figura 1-Anúncio Publicitário Skol (2006)



Fonte: ARAÚJO (2017).

Acima, temos mais uma variação da fórmula publicitária da Skol:

(3) “*Se o cara que inventou a tarja de censura bebesse Skol, ela não seria assim. Seria assim.*”

Mais uma vez o corpo feminino entra em foco, agora desnudo, evidenciando a sensualidade, a conotação erótica. Muda no enunciado apenas a dêixis de pessoa, “ela” referindo-se à tarja. O enunciador coloca em contraste a tarja de censura à sua nova forma de tarja, por ele próprio estabelecida. É possível perceber mais uma vez também a associação mediante o formato da tarja no primeiro quadro às outras cervejas; já que com a Skol “tudo fica redondo”, **mais prazeroso**, nada é mais certo do que tornar arredondado também as tarjas. O slogan de Skol, no canto à direita, sugere ao consumidor a sua “facilidade em obter prazer e os bons momentos que a Skol pode proporcionar” (ARAÚJO, 2017, p. 70).

O anúncio publicitário de Skol ao mostrar uma cenografia contra a tarja quadrada, que deixa subentendido mais uma vez o desejo de domínio masculino sobre o corpo do sexo oposto da vontade de romper com um dado comportamento considerado “quadrado”, que tenta provocar, a ativar os desejos, fantasias sexuais, traz mais uma vez o *tom* ousado, o *ethos* viril.

Nos dois exemplos, existe uma maneira de dizer provocando o efeito de sentido de irrealidade e fantasia, um comportamento ambíguo: o ato de beber a cerveja Skol (sujeito comercial) e um comportamento, uma maneira de dizer e de ser diante das mulheres (sujeito ideológico machista, patriarcalista). O leitor está diante do *ethos* comercial, machista e sexista

construído pela revista. Legitima uma forma de dizer relacionada a certos valores presentes na sociedade.

2.3. A Formação Discursiva de Esquerda

Poderíamos ampliar análise, acima, ao recorrermos à noção de formação discursiva, tomada por nós na tentativa de um diálogo entre Maingueneau e Courtine, ou seja, na forma de pensá-la não só como um sistema de restrições semânticas, mas também como movimento impulsionado por uma memória discursiva, o território da história, da heterogeneidade. Mas nos limitamos à breve análise a título de exemplificação.

Em nossa pesquisa uma questão que se colou, e fundamental, foi a da constituição do *corpus discursivo*, aqui definido como: “um conjunto de sequências discursivas, estruturado segundo um plano definido em relação a um certo estado das CP do discurso” (COURTINE, 2014, p. 54). A constituição de um *corpus*, como se sabe, consiste numa operação em que se realiza, por meio de um dispositivo material de um certo plano, hipóteses emitidas na definição dos objetivos de uma pesquisa.

Apresenta-se primeiramente o problema da coleta de materiais discursivos que serão organizados em vista de um tratamento em termo da AD. Seria, por assim dizer, o momento de extração das sequências discursivas¹⁴, isto é, sequências orais ou escritas de dimensão superior à frase de uma forma. É extraíndo tais sequências que iniciamos a operação. Courtine (2014) constata que a operação de extração:

“... consiste primeiramente em delimitar um *campo discursivo de referência* (quer se trate de um tipo de discurso, por exemplo, do discurso que tange a uma fonte particular no interior do campo do discurso político, por exemplo, o discurso político produzido por tal locutor ou tal formação política, do discurso que tange a uma fonte e a um momento histórico determinado, por exemplo, o discurso político produzido por tal formação política, em tal conjuntura, etc.), impondo aos materiais uma série sucessiva de restrições que os homogeneiem. A definição das CP¹⁵ do discurso garante a legitimidade dessas homogeneizações sucessivas que conduzem a uma restrição do campo discurso de referência” (p. 54).

Nesse caso, evitamos a definição CP, para abordá-la, seguindo o exemplo de Courtine (2014), pelo conceito de formação discursiva, “a fim de delimitar uma forma de *corpus*” (p.

¹⁴ “sequências orais ou escritas de dimensão superior à frase”: indica ainda que a própria natureza e a forma dos materiais recolhidos são eminentemente variáveis e que a noção de “sequência discursiva é uma noção *vaga*”, já que depende, na verdade, dos objetivos conferidos a um tratamento particular. Diz que a forma das sequências discursivas reunidas em *corpus* não será a mesma numa análise do processo da enunciação ou de numa “análise automática do discurso”, realizada a base de sequências produzidas em situação experimental. Portanto, também são variáveis os procedimentos de segmentação (COURTINE, 2014)

¹⁵ Condições de Produção do discurso. Sobre sua definição ver nota 5.

68). Daí que como um campo discursivo, escolhemos o discurso de esquerda, em acordo com os objetivos dessa pesquisa.

Isso significa que o *corpora* do nosso estudo se restringe também ao discurso político, pois estamos tratando do discurso de esquerda num órgão de imprensa, neste caso, a revista *Caros Amigos*, da sua ideologia política¹⁶.

Falar em discurso de esquerda é trabalhar com aquilo que parece evidente, mas trata-se de um efeito do sentido marcado pela ideologia. Buscar uma “unidade” a partir da formação discursiva de esquerda requer o tratamento das formulações de certos enunciados vinculados a tal formação, se trata de perceber aí um sistema de aceitabilidade discursiva ou princípio de exclusão, ou nos termos de Maingueneau, pode-se ver aí uma prática interdiscursiva.

O saber de uma formação discursiva é levado a incorporar elementos pré-construídos que são produzidos no exterior de si mesmo, a produzir sua redefinição ou volta; a suscitar lembranças de seus próprios elementos, a organizar sua repetição, a provocar seu apagamento, esquecimento ou mesmo sua denegação. Então, nesse sentido empregado por Courtine (2014): o interdiscurso vem a ser a instância da formação, repetição e transformação dos elementos de saber de dessa formação discursiva. Em suma, regula o deslocamento de suas fronteiras.

Seguindo a abordagem dada por Courtine (2014), tomamos aqui o enunciado como os elementos do saber próprio a uma FD. Ele seria assim um esquema geral que governa a **repetibilidade** do seio de uma *rede de formulação*.

Assim, a constituição do enunciado como elemento de saber está sob a dominação do interdiscurso. Neste deve-se situar o sujeito universal (ou sujeito de saber próprio a uma formação discursiva), para tanto devemos reportar ao “lugar de onde se pode enunciar: ‘todos sabem/veem/dizem/compreendem que...’ para todo sujeito enunciator que venha enunciar uma formulação a partir de um lugar inscrito na FD” (COURTINE, 2014, p. 101).

Em outras palavras, o sujeito enunciator editorialista de *Caros Amigos* busca enunciar a partir de tais elementos de saber próprio a FD, vinculada a um sujeito universal de esquerda. É a partir das asserções remetidas ao SU¹⁷ que se forma o saber próprio a essa formação discursiva.

¹⁶No caso de Courtine (2014), seu objeto se restringe principalmente ao discurso do Partido Comunista Francês (PCF) na imprensa. Como fica evidente, trata-se de um “campo discursivo singularmente restrito dos discursos produzidos pelos órgãos de imprensa” (p. 55). Para Courtine, o campo discursivo restrito não parece ser extraído de um “universal do discurso” pelas virtudes da abstração empírica homogeneizante da definição das CP do discurso, “mas, ao contrário, parece *existir* em toda noção de ‘universal de discurso’ que intervém somente mais tarde” (Idem, p. 55).

¹⁷ Sujeito universal.

O SU refere-se, portanto, as posições que caracterizam a esquerda, no campo político, ao mundo ético ativado por tal posicionamento ideológico, a certos objetos do domínio de saber. Vimos anteriormente, que uma maneira de dizer alia-se a uma dada maneira de ser, dado papel na sociedade: trata-se de um comportamento duplo, no plano da língua e no da ação. Diante disso, a indagação: quais as posições que podem caracterizar, hoje, o pensamento de esquerda diante da plasticidade da política? Plasticidade no sentido de que “o pensamento político deve ter uma dimensão profundamente ‘estratégica’, pois ele se move de acordo com os problemas posto pela vida social” (SAFATLER, p. 15). É importante frisar este aspecto do político, pois “várias correntes de esquerda ignoram tal mobilidade, entrando assim em uma espécie de ‘petrificação do discurso’ que acabou por afastá-los da capacidade de pautar a opinião pública” (Idem, p. 15). Diante disso, se trata de tentar apreender as redes de restrições semânticas possíveis dessa formação discursiva que levam a uma maneira de dizer das esquerdas.

A “*política é, em seu fundamento, a decisão a respeito do que será visto como inegociável*” (SAFATLER, 2012, p. 15). Não é somente a arte da negociação e do consenso, a esquerda mostra o que é inegociável para ela: “processos e resultados fundamentais para uma **verdadeira coesão social** que **não seja submersa por clivagens e desigualdades**¹⁸” (Ibidem, p. 15).

Há no pensamento de esquerda o “ato de frisar” a necessidade da mudança “dos **padrões de partilha do poder, de distribuição de riquezas**” em oposição ao “**modelo socioeconômico hegemônico**” (SAFATLER, 2012).

No que diz respeito a distinção esquerda e direita, Bresser Pereira (2007) nos dá uma explicitação importante:

Meu conceito de esquerda e direita tem como critérios a **justiça social** e a **ordem pública** [*grifos nosso*], de um lado, e o **reconhecimento ou não da necessidade de intervenção do Estado na economia**, de outro. Enquanto alguém de direita prioriza sempre em nome da justiça social; enquanto o conservador é hoje um neo ou ultraliberal, o progressista defende um grau razoável de intervenção do Estado para corrigir as falhas alocativas e distributivas e distributivas do mercado (p. 83).

A defesa da intervenção do Estado para corrigir as na distribuição do mercado, podem ser vinculadas ao igualitarismo. Diz Safatler (2012, p. 21):

Talvez a posição atual mais decisiva do pensamento de esquerda seja a *defesa radical do igualitarismo*. Juntamente com a defesa da soberania popular, a defesa radical do igualitarismo fornece a pulsão fundamental do pensamento de esquerda.

Tal defesa do igualitarismo traz orientações muito claras a respeito de questões centrais no campo social e econômico. Por “igualitarismo” devemos entender duas [...] a luta contra a desigualdade social e econômica [...] a primeira luta política. Ela submete todas as demais” (idem, p. 21).

¹⁸ Grifos nosso.

Em relação ao primeiro ponto, está relacionado à contradição entre capital e Estado. O capital pode oferecer, por um lado, oportunidades múltiplas de investimento, oferecendo taxas de lucros em geral mais elevadas que em épocas anteriores. Mas, por outro, ocorre também a flexibilização do trabalho, o desenvolvimento tecnológico e o declínio das políticas estatais de proteção, que provocam uma situação potencialmente explosiva¹⁹. Em tal caso o lexema **igualitarismo, desigualdade** emergem dentro dessa formação discursiva de esquerda tonando-se palavras-chave, ou melhor fornecem a pulsão principal desse pensamento.

Em suma, o vocabulário dessa a formação discursiva está submetida à luta contra a desigualdade social: o que está em jogo é a relação dos **modelos liberais** com a sociedade. Se diante de tais modelos não houver “forte intervenção de políticas estatais de redistribuição”, ocorre a “situação de profunda fratura social” porque os modelos liberais desenvolvem a “concentração de riquezas”.

Abaixo veja, por exemplo, como Emir Sader (1995) coloca as definições para cada uma dessas posições:

Tabela 1

ESQUERDA	DIREITA
Intervencionismo econômico	Liberalismo econômico
Estado grande	Estado pequeno
Igualdade de renda	Igualdade de oportunidades
Estado laico	Estado religioso
Coletivismo	Individualismo
Inovação	Conservadorismo
A lei dita a cultura	A cultura dita a lei

Diferenças básicas entre esquerda e direita
Fonte: Sader (1995, p. 61)

¹⁹ [...] enquanto o Produto Interno Bruto (PIB) norte-americano por habitante cresceu 36% entre 1973 e 1995, o salário-hora de **não executivos** (que são a maioria dos empregados) caiu 14%. No ano 2000, o salário real de **não executivos** nos Estados Unidos retornou ao que era há cinquenta anos. Dados como estes demonstram que, **diante dos modelos liberais**, ou seja, **sem forte intervenção de políticas estatais de redistribuição**, nossas **sociedades tendem a entrar em situação de profunda fratura social por desenvolverem uma tendência radical de concentração de riquezas** (SAFATLER, 2012, p. 22).

Esse quadro ilustra um pouco das ideias defendidas pelas duas posições. Pode se ver que a esquerda luta pela igualdade, o coletivo. De acordo com a tese defendida por Norberto Bobbio, segundo a bandeira distintiva da esquerda ser o igualitarismo, pode ser deduzido que um dos temas principais, senão o principal, da esquerda histórica, tanto aos comunistas quanto aos socialistas, é a remoção daquilo que é o obstáculo da igualdade entre os homens: a propriedade individual (BOBBIO, 1995). Assim, nessa imagem de confronto baseado numa classificação de Sader entre os dois lados é possível perceber tal característica apontada por Bobbio.

Ensaando uma semântica global como propõe Maingueneau (2006), podemos, como diz Motta (2008), ver diante dessas duas formações discursivas que os semas “/igualdade/ e /justiça/ seriam os fundamentais da esquerda e /ordem/ seriam os fundamentais da direita” (p. 304). Quanto aos semas ‘secundários’ seriam os relativos ao papel da natureza (maior à direita) e da sociedade (maior para a esquerda), ao do Estado (menor para a direita, exceto quanto se trata de repressão, em decorrência do sema/ordem/) e maior para a esquerda (como corretor de desigualdades e do mercado (em relação ao se inverte a posição anterior) etc.

CAPÍTULO 3 - *CAROS AMIGOS*, A PRIMEIRA À ESQUERDA

“Melhor morrer de vodka que de tédio”

Vladimir Maiakóvski

3.1 Brevíssima história da *Caros Amigos*

O projeto da revista *Caros Amigos* como uma forma de se opor à grande mídia²⁰ ou mídia hegemônica, principia em 1997. Surge como forma de contraponto ao mercado de publicações jornalísticas da época. Buscavam um conteúdo mais questionador, mais crítico e progressista. Queriam a volta do texto de qualidade e o cultivo dos aspectos artísticos da forma gráfica da revista, numa época em que a mídia grande promovia o modelo da revista alemã *Focus* e do jornal americano *USA Today*, com seus textos curtos e suas ilustrações cheias de cores e vazias de ideias.

Baseando-se nesse objetivo, a revista *Caros Amigos* foi lançada em abril de 1997, durante o primeiro mandato do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso. Compreender o seu surgimento, possibilita compreender o porquê determinada situação política, econômica e social abriu espaço para um veículo impresso como *Caros Amigos*.

Foram, os anos 1990, marcado por mudanças significativas que remontam à década anterior, ligadas a abertura política iniciada por Geisel, às transformações que marcam a maior participação do Brasil no plano internacional, “o que denotaria a adoção de práticas visivelmente neoliberais pelos governos posteriores ao fim da ditadura – com exceção de Sarney” (FIORUCCI, 2009, p. 12). Os governos de Collor e FHC foram os que mais expressaram a concretização dessas práticas, o segundo, principalmente, por “inserir o país no processo que se convencionou chamar de globalização” (ibidem, 2009, p. 12).

Houve por esse tempo grande progresso no campo da alta tecnologia e da ciência. Da explosão da bomba atômica à Internet, do computador à clonagem de uma “meio macabra ovelha com o doce nome de Dolly (Bonequinha)” (RIBEIRO, 1997). Com a “aldeia global

²⁰ A grande imprensa seria a instituição responsável, nas sociedades complexas, por publicizar, universalizar e sintetizar as linhagens ideológicas. Dependendo da sua periodicidade (se diária, semanal ou mensal), a imprensa devido ao seu aparato de gêneros discursivos (reportagens, editoriais, artigos, charges etc.), dentre outros recursos, tem uma “influência sutil”, que sedimenta (não mecanicamente) uma ideia, opinião ou representação. Além do mais, cada um dos jornais expressam as *trincheiras ideológicas* (ocupação das instituições de cultura, entendida como *visão de mundo*) no contexto de uma *guerra de posições* (busca por poder mediante a conquista cumulativa de espaços ideológicos na esfera cultural. De acordo com Francisco Fonseca, a “grande imprensa”, concebida como ator político-ideológico, deve ser compreendida, sobretudo, como instrumento de manipulação de interesse e de intervenção na vida social (FONSECA, 2005).

eletrônica”, as pessoas se deparavam com a Babel de mil línguas. Anunciavam com os primórdios do *hightech* e o uso dos PCs pelos jovens novas mudanças sociais.

O editorial “**A que viemos**”, o número primeiro, mostra como a revista se apresenta:

Caros Amigos é uma reunião de inteligências e talentos que andam espalhados por diversos meios de comunicação, alguns; e outros que estão **marginalizados por todos os meios**²¹.

Têm, esses talentos e inteligências, diferentes modos de pensar e interpretar a realidade, mas se identificam, todos, no ponto crucial: a ética, preocupação primeira desta revista mensal que estréia nas bancas do país inteiro com a intenção de discutir o Brasil e o mundo de hoje de um ponto de vista original, pelo menos no que se refere ao atual mercado de publicações.

Outros muitos talentos e inteligências, brasileiros e estrangeiros, irão desfilar nas páginas futuras de Caros Amigos – a lista é enorme e cada um, como nós, tem absoluta certeza da existência de um largo contingente de leitores, mulheres e homens, jovens e maduros, ávidos por uma publicação que lide com ideias, que seja crítica, que leve à reflexão. E traga tudo isso sem ser aborrecida, **mas com bom humor; sem academicismo, mas com linguagem cotidiana; sem partidatismo, sem vanguardismo, sem voluntarismo, na verdade, sem nenhum ismo**. (CA²², n° 1, Abril, 1997).

O editorial acima refere-se aos seus integrantes como inteligentes e talentosos, que apesar de pensarem e interpretarem a realidade por óticas diferentes se unem num ponto: a ética, preocupação primeira da revista mensal. Esta intenção pretendida no projeto de CA é a de se diferenciar a partir da originalidade em relação ao atual mercado de publicações. Lembra o axioma dito por Honoré Balzac no século XIX, nos primórdios da imprensa burguesa: “um jornal, para ter uma longa existência, deve ser uma reunião de talento, ele deve *fazer escola*. Infelizes os jornais que se apoiam em apenas um talento” (BALZAC, 2004, p. 35). Ou se poderia a isto considerar com o chiste de Balzac: trata-se da ordem *Gendeleltre*²³.

O humor de fato está presente nesta primeira edição de CA, manifesta-se como uma reação ao marasmo em que se encontrava o mercado de publicações da época. No artigo de opinião *Parem o Brasil que eu quero descer*, José Márcio Penido principia:

Eu simplesmente não aguento mais. A monotonia tomou conta dos jornais, revistas e telejornais. E das conversas também. Todo dia é a mesma lengalenga, temas eternamente repisados, notícias velhas, ramerrão, lugar-comum. Pois não dizem de novo que o teatro está morrendo? Já o cinema brasileiro, dado como falecido, ressuscita – outra reprise. Ninguém ajuda os artistas. Faltam verbas para a cultura [...] (PENEDO, 1997, 6).

José Márcio se refere aos preconceitos e estereótipos veiculados nos outros meios de comunicação, que acaba se tornando monótono, o que fica mais explícito no trecho:

²¹ Os grifos a seguir nos editoriais são de nossa autoria. O governo ilegítimo, a que se refere o editorial de CA trata-se do governo provisório de Michel Temer, em 2016, que assume após o impeachment de Dilma Rousseff.

²² Abreviação de *Caros Amigos* utilizada por nós a partir de agora.

²³ Chiste balzaquiano: gendarme = gente das armas, os policiais franceses de seu tempo; gendeleltre = gente de letras.

Deus é brasileiro. Português é burro. Francês não toma banho. Caos na saúde pública. Ninguém faz musicais como Hollywood. Nova York é a capital do mundo. Carnaval carioca, a maior festa popular do mundo. CPIS em geral. Justiça brasileira tarda e falha. Traições e namoros (com direito a chupão no dedão do pé) das princesinhas de Mônaco e de Windor. Charles, entre a coroa feiosa que gosta de levar pra cama e a outra, de ouro-e-pedra-preciosas, que a mãe não tira da cabeça nem por decreto. Pelé, o atleta do século, Xuxa e (argh) Angélica, Angélica (argh) e Xuxa, [...] (PENEDO, 1997, p. 6).

Há aí uma espécie de pastiche das manchetes e chavões repetidos na grande mídia. A CA procurou uma maneira de fazer um jornalismo **diferente** da “mesmice” feita pelo seu outro a grande imprensa, sua concorrente. A revista cresceu, incorporou vários articulistas e jornalistas e se tornou referência de publicação contra-hegemônica, alternativa e de reflexão crítica do pensamento neoliberal. Desde a morte Sérgio de Souza, em março de 2008, Wagner Nabuco assumiu a direção-geral da Caros Amigos. A revista procurou praticar um jornalismo independente, crítico e comprometido com a transformação da sociedade brasileira.

Em 2017, *Caros Amigos* chega ao fim com a edição de nº248, publicado em novembro o editorial “**Fim de Caros Amigos**” anuncia o fim de “um projeto acalentado por 20 anos”: de resistência à hegemonia, à grande mídia. O tom inicial do editorial da revista número 248 é de pesar:

(4a). É o **pior editorial que um jornalista pode escrever**: anunciar o fim de um projeto acalentado por 20 anos. A revista *Caros Amigos* **resistiu** o quanto pôde, mas não resistiu ao golpe, **ao cerco ideológico do governo ilegítimo**, ao aprofundamento da **crise** deste ultraneoliberalismo que pune a nação com vingança, ódio e descaramento institucional contra os avanços e conquistas sociais. Circula esta, sua última edição, também diante de um **mercado editorial diante de uma profunda transformação**, com **queda na venda** em todos os nichos, e o **avanço das mídias digitais**, dominadas por grandes corporações e assoladas por *fake news* e ações de rapina ideológica. Mas também é da necessidade de bom jornalismo nesses tempos de “mídias da confusão” e ambiente digital bruto que a editora vai manter o *site* de *Caros Amigos* e continuar oferecendo nas bancas republicações de suas edições temáticas, produzidas ao longo dessa jornada.

Nesse primeiro parágrafo, é possível perceber a pressão sofrida pela revista mensal. Trata-se de um contexto marcado por mudanças no mercado editorial, a queda em suas vendas em todos os nichos, o crescimento das mídias digitais sob o domínio de grandes corporações e assoladas por *fake news*. Situação a que o editorial de *Caros Amigos* trata como tempos de “mídias da confusão” e “ambiente digital bruto. O que fica mais especificado no próximo trecho:

(4b) A última edição de *Caros Amigos* aproveita para olhar para esse contexto da era digital e suas “novidades”. A guerrilha virtual das *fake news*, robôs e novos hábitos de busca e consumo de informação, como os da plataforma de vídeo YouTube, que cria celebridades de conversas banais e por vezes racistas e discriminatórias e é, contudo, sonho de fama das novas gerações. [...].

A internet, como mostra *CA*, torna-se um forte concorrente em relação às mídias impressas tradicionais. Tais hábitos novos de busca e consumo de informação acabam tendo um impacto na sociedade, sobretudo, nos que diz respeito aos meios de comunicação. *Caros Amigos* ao criticar tal fenômeno, o faz por sentir o peso dessa concorrência, uma vez que as informações difundidas em tais meios são de fácil acesso e, por vezes, sem uma apuração minuciosa e profissional dos fatos ou acontecimentos, daí as *fake news*.

Entretanto, mesmo que haja tal “guerrilha virtual”, não devemos esquecer um aspecto da internet, sua condição de espaço paradoxal: por um lado, manifesta o vazio ético, o individualismo pós-moderno de nosso tempo, por outro, torna-se instrumento de luta dos libertários, daqueles que não se resignaram ao triunfo do neoliberalismo (KUCINSKI, 2005).

3.2 Marcas da formação discursiva de esquerda nos editoriais da *Caros Amigos*

Principiamos pela escolha da delimitação do corpus discursivo ou sequências discursivas a partir de uma formação discursiva de esquerda que nos coloca numa situação em que possamos apreender as dimensões linguísticas e discursivas: primeiramente tentamos dar conta das restrições semânticas dessa FD de esquerda, o que consistiu em analisar: vocabulário, intertextualidade, modos de enunciação ou gênero do discurso (aqui a presença do *ethos*).

Desse modo, o *corpus* dessa pesquisa por sequências discursivas extraídas dos editoriais da *Caros Amigos*. Antes de dar prosseguimento vale apenas compreender alguns aspectos desse gênero discursivo.

A) O editorial

O gênero discursivo editorial é considerado no campo jornalístico como opinativo. É este gênero jornalístico o responsável por dar coerência à linha ideológica-editorial do jornal, homogeneizando o periódico como um todo a respeito de temas determinados com vimos nos trechos acima. Mas esse gênero discursivo de caráter opinativo não reflete exatamente a opinião de seus proprietários nominais, transmite o consenso das opiniões que emanam de diferentes núcleos participantes da organização do jornal: pois além dos acionistas, existem financiadores subsidiando a operação das empresas, anunciantes que carregam os recursos para a compra de espaço, sem falar dos braços do aparelho burocrático do Estado que exercem no âmbito fiscal, previdenciário e financeiro. Se pode afirmar assim:

os **editoriais** desses órgãos representam tanto a posição oficial quanto a linha ideológico-editorial de conduta [...]. A opinião neles expressa baliza o trabalho dos que reproduzem o jornal (embora os jornalistas sejam independentes, há claramente

uma demarcação ideológica e editorial), dão coerência às editorias e homogeneizam os periódicos como um todo” (FONSECA, 2005, p. 33).

O editorial, no sentido acima, seria um condensador dos múltiplos interesses. Alguns estudiosos do jornalismo afirmam que o editorial é como um espaço de contradições, pois:

Seu discurso constitui uma teia de articulações políticas e por isso representa um exercício permanente de equilíbrio semântico. Sua vocação é a de aprender e conciliar os diferentes interesses que perpassam sua operação cotidiana.

[No Brasil, contudo, os editoriais] [...] embora se dirijam formalmente à ‘opinião pública’, na verdade encerram relação de diálogo com o Estado (MELO, 1994, p. 96-7).

Contudo, deve-se relativizar a afirmação de que, no Brasil, o editorial dialoga fundamentalmente com o Estado, pois, além deste, o objetivo de um editorial é o “influenciar outras arenas decisórias – tais como partidos políticos, movimentos sociais, representantes orgânicos de classes sociais, entidades profissionais, dentre outras -, pois revelam-se retransmissores potenciais da opinião do jornal” (FONSECA, 2005, p. 33). Veremos isso mais à frente.

No gênero editorial, a fim de observar os modos de encenação, pergunta-se: quem diz (enunciador)? Para quem diz (destinatário)? O que se diz? Ou de que se diz? (temáticas) Por que se diz (objetivo)? Quando e diz? Onde se diz (contexto sócio/histórico/ideológico)?

Desse modo segundo Araújo (2006):

[...] o editorialista e leitores – não são apenas sujeitos empíricos, mas representantes do editorial – editorialistas e leitores – não são apenas sujeitos empíricos, mas representam papéis sociais determinados na estrutura social na qual estão inseridos. O editorialista representa a autoridade da instituição jornalista para a qual trabalha, sujeito imbuído de conhecimentos e informações que tornam digno de confiança na comunidade para a qual diz” (p. 9).

O editorialista assume um papel social, que podemos considerar como um modo de subjetividade enunciativa. Esse lugar de enunciação possui as competências discursivas necessárias. Portanto, a construção de um editorial, semelhante a outro texto qualquer, não é um ato isolado,

mas um ato em conjunto, em que leitor (enunciatário) também faz parte da construção textual. Ao construir o editorial, o editorialista o faz embasado na representação do leitor ao qual se destina o texto, o que, conseqüentemente, determina o formato do texto. Sendo assim, é importante pensar na função que o enunciatário exerce na configuração e funcionamento do editorial, destacando-se na cena enunciativa um outro sujeito: o enunciatário, que é representado pelo **leitor virtual** do editorial” (ARAÚJO, 2006, p. 11).

Uma das características do editorial é a ausência de assinatura; embora isso ocorra, há um indivíduo que o produz, um sujeito empírico do enunciado, um ser da experiência, o autor do texto. Esse autor assume o papel social do editorialista, nesse instante passa da figura empírica para a figura discursiva, se constitui como locutor, “aquele que tem a autoridade para

‘dizer’ de um certo lugar social determinado pela instituição jornalística para a qual trabalha” (Idemp. 11). O editorialista seria o autor “como princípio de agrupamento do discurso, como unidade e origens de suas significações, como foco de sua coerência (FOUCAULT, 2014, p. 25)

Cabe ver tais aspectos da formação discursiva nos enunciados extraídos dos editoriais da *Caros Amigos*.

B) Vocabulário:

Falamos aqui do vocabulário não como se cada discurso possuísse um léxico próprio; mas se trata de buscar a possibilidade de “explorações semânticas contraditórias das mesmas unidades lexicais pelos diversos discursos” (MAINGUNEAU, 2006). No vocabulário de esquerda fica evidente a quantidade de lexemas advindos do campo econômico e político, tais como: distribuição de riquezas, renda, partilha; modelo socioeconômico hegemônico, modificação dos padrões de partilha do poder; ruptura radical no campo político; exploração, hegemonia; resistência etc.

No editorial de *Caros Amigos* podemos observar tais lexemas:

(7a) Na **incipiente democracia** brasileira comemoram-se pequenos avanços na **redução da desigualdade** e na direção de um **Estado de Direito para todos**, apesar dos constantes **estragos feitos pelo modelo neoliberal** e a chamada **sociedade de mercado**. Entre os fatos concretos que se contrapõem ao processo civilizatório e à construção de uma **sociedade justa e igualitária**, fundada no respeito aos direitos humanos, estão as reiteradas **violências** praticadas pelo próprio Estado, especialmente pelas forças que deveriam promover a **segurança pública**. (CA, Ano XVI, nº 185, Agosto de 2012)

A referência ao modelo econômico vigente ganha sempre um efeito de sentido negativo, daí as palavras: “estragos”, “violências”, vinculadas tanto ao modelo neoliberal quanto ao Estado, à segurança pública. Acima o enunciado repete a formulação de um já dito que uma vez ou outra surge nas esquerdas, apesar das especificidades de cada uma, um dizer sobre a mudança “dos padrões de partilha do poder, de distribuição de riquezas” em oposição ao “modelo socioeconômico hegemônico” (neoliberal, liberal...).²⁴

O lexema **democracia** sempre será acompanhado por traços de um ceticismo, visto pela CA como “incipiente”, não sem motivo, já que critica as suas contradições visíveis. Subentende-se que numa democracia os direitos dos cidadãos estejam garantido por excelência. Ressoa aí

²⁴ Seguindo a abordagem dada por Courtine (2014), tomamos aqui o enunciado [E] como os elementos do saber próprio a uma FD. Ele seria assim um esquema geral que governa a **repetibilidade** do seio de uma *rede de formulação*.

no discurso de CA, os fundamentos do Estado Democrático de Direito: I) a soberania; a cidadania; III) a dignidade humana; os valores do trabalho e V) o pluralismo político. Princípios estes que acabam entrando em conflito com a realidade: a violência dos aparelhos repressores do Estado.

Sobre essa democracia, se afirmam as palavras de Jacques Rancière:

A democracia parece ter dois adversários. De um lado, opõe-se a um inimigo claramente identificado, o governo do arbitrário, o governo sem limites que denominamos, conforme a época, tirania, ditadura ou totalitarismo. Mas essa oposição evidente esconde outra, mais íntima. O bom governo democrático é aquele capaz de controlar um mal que se chama simplesmente vida democrática (RANCIÈRE, 2014, p. 16).

Os porta-vozes da democracia representativa, ou melhor, de todos os países que se tornam democracias *tout-court*, não reivindicam a democracia real, contentam-se com a **incipiente**. Contentados com esta, dizem: “ela já é real [até] demais” (RANCIÈRE, 2014, p. 9).

Outro ponto manifesto nos editoriais da CA: tudo o que diz respeito à propriedade privada será visto com desconfiança. Pois não se trata de lutar pelo comum relacionado à maioria, mas se trata do comum restrito a um grupo determinado (das elites econômicas). Mas o que autoriza que se diga *sobre* “o estrago” do modelo neoliberal nada mais é do que os elementos de saber de sua formação discursiva de esquerda.

(1b) Outra reportagem **debate** o papel nefasto dos chamados programas humorísticos da TV, que, na **ausência de melhor criatividade**, procuram **explorar** nas piadas situações que **reproduzem** e **reforçam preconceitos** contra segmentos da população, especialmente para atingir negros, índios, mulheres e gays. Em nome de uma pretensa “liberdade de expressão”, **tais programas escondem** não apenas a **piada de mau gosto** e o sensacionalismo barato, mas a **visão conservadora e preconceituosa mais atrasada na sociedade** (CA/edição nº 190 – Janeiro/2013).

Este trecho de *Caros Amigos* deixa claro que não apoia o “papel nefasto” nos programas humorísticos da TV, porque procuram “explorar nas piadas situações que reproduzem e reforçam preconceitos contra segmentos da população, especialmente para atingir negros, índios, mulheres e gays”. Os programas humorísticos falam em nome, segundo a *Caros*: de uma “pretensa ‘liberdade de expressão’”, escondem por trás dessa defesa: “a **visão conservadora e preconceituosa mais atrasada** na sociedade”. O conservadorismo é visto aqui como atraso.

Pelas marcas contidas na sequência discursiva, se pode inferir que *Caros*, aparentemente, não pactua com **papel nefasto** dos programas humorísticos da TV ao **explorarem** piadas que reproduzam e reforçam preconceitos com as minorias. Caros deixa explícito que se trata de uma visão conservadora. Mas aonde Caros Diz opor-se a esta visão? A palavra-chave é o adjetivo **nefasto** que faz com que o papel dos programas humorísticos

ganhem uma imagem negativa. Não queremos dizer aqui, é claro, que as piadas que legitimam a exploração das minorias sejam passivas de um olhar ponderado, mas apenas que nas análises dos enunciados de *Caros Amigos* adjetivam negativamente as ações do seu *Outro*, a TV que dissemina e legitima uma “visão preconceituosa e mais atrasada”, pois trata-se de um aspecto no processo discursivo de contraste com o discurso contrário, opositor.

(1c) A *Caros Amigos* **explica** que, diferentemente da omissão de muitos governos latino-americanos, **o governo de Cristina Kirchner**, na Argentina, com a participação decisiva do Congresso Nacional e de setores do Poder Judiciário, **decidiu enfrentar** para valer os barões da mídia, aqueles poucos grupos que há anos monopolizam o sistema de comunicação do país. (CA/edição n° 190 – Janeiro/2013)

Nos trechos acima, os verbo **debate** e **explica**, servem como introdutores de opinião da própria revista ou, às vezes, referindo-se as suas reportagens, matérias, também servem como “parafrazeantes sintéticos”, pois eles “resumem em uma só palavra o sentido geral do discurso a relatar” (MARCUSCHI, 1991, p. 77). Em outros casos, como será visto mais adiante: **procura desvendar, procura suprir ou pública denúncias**.

A maneira como introduz o seu outro (os donos do poder, a grande mídia, os coronéis da mídia, barões da mídia) no discurso sempre ganhará uma carga semântica negativa corresponde ao discurso da esquerda, na dualidade inovação/conservador: preconceituosos, conservadores, atrasados.

C) Temas:

No sentido, mais vago do termo, como o concebe Maingueneau (2006), definimos tema como “aquilo de que um discurso trata”, em qualquer nível. Como vimos, a dicotomia esquerda e direita, marca posições bastante divergentes tanto no plano político e ideológico. Passa a ser relacionada, como visto acima, ao confronto entre igualdade e desigualdade, liberdade e opressão, etc.

O sistema de restrições semânticas imposto pela formação discursiva de esquerda ao sujeito editorialista da *Caros Amigos* fornece marcas linguísticas como no exemplo (1), no primeiro capítulo, “supervalorização da terra e dos imóveis” = a aceleração da exclusão social e ampliação para as periferias do efeitos danosos da **especulação**. Esta refere-se a uma ação praticada pelas empresas privadas de imóveis. O sujeito esquerdista editorialista da *Caros Amigos* está num entrelaçamento de posições tomadas em relação a temas semelhantes aos do quadro de Sader:

(9c) Outra reportagem **procura desvendar** quem tem se beneficiado realmente da **Lei Rouanet**, que é principal instrumento de **incentivo à cultura nacional**. **Mostra** que **os bancos e grandes empresas elitizaram tais recursos e reproduzem**, na esfera cultural, algo parecido com o **modelo econômico** que **concentra renda** e gera

desigualdade social. Por isso, milhares de projetos culturais continuam descartados de qualquer apoio. (CA, Ano XVI, nº 187, Setembro de 2012)

(9d) A *Caros Amigos* **foi fundo** também na **análise da situação dos acidentes de trabalho**, no Brasil, especialmente após a implementação de medidas neoliberais que agravaram as condições de trabalho, aceleraram o ritmo de produção e ‘flexibilizaram’ a legislação de proteção aos trabalhadores. O quadro atual serve de alerta para quem tem alguma preocupação e alguma responsabilidade com a defesa do trabalhador.

Acima, se pode perceber o tema “a lei dita a cultura”, Lei Rouanet, incentivo da cultura nacional, gerou polêmica entre os políticos de direita e da esquerda em dadas épocas no Brasil. Para alguns personalidades, à esquerda, a Rouanet “é uma parceria público-privada em que o dinheiro é público e a decisão é privada”, para outros de direita “seria uma maneira das gentes de esquerda mamar nas tetas do governo”²⁵. No segundo trecho, há temas como “a situação de acidentes de trabalho no Brasil”, que envolve a preocupação em fazer saber sobre “as condições de trabalho”, o ritmo da produção e flexibilização da legislação dos trabalhadores, muito presente nos discursos das esquerdas no mundo que reavivam a luta da classe operária, ao longo do tempo, e as une num certo imaginário e numa certa capacidade de se organizar na sociedade.

Segundo Maingueneau (2006), no espaço discursivo, “um discurso dado integra semanticamente todos os seus temas; ou seja, eles estão todos de acordo com seu sistema de restrições” (p. 83). Os temas se dividem em dois subconjuntos, segundo Maingueneau: *os temas impostos* e *os temas específicos*. Os primeiros se dividem em compatível em *temas compatíveis* ou *temas incompatíveis*. No tocante aos temas específicos, são aqueles próprios a um discurso em particular, “sua presença se explica por sua relação semântica privilegiada com o sistema de restrições” (p. 84).

Os temas específicos ao discurso de esquerda, conforme as considerações mostradas acima, seriam aqueles relacionados mais intimamente aos padrões de partilha do poder, de distribuição de riquezas em oposição ao modelo socioeconômico hegemônico. Apesar disso, a especificidade de um discurso não se dá por seus temas, mas sim por sua formação discursiva.

Outro tema bastante recorrente nos editoriais analisados de *Caros Amigos*, mas que não aparece no quadro mencionado acima, realizado por Sader, é o da segurança pública, sobretudo no que diz respeito à violência das polícias, relacionado de algum modo ao Estado e ao modelo econômico e, como veremos, à prática jornalística da grande mídia:

(7b) *Caros Amigos* **publica, mais uma vez, denúncias** graves sobre o **abuso de autoridade** e sobre a **barbárie** que a **Polícia Militar teima em praticar contra as populações mais pobres, que moram nas periferias e que não contam normalmente com de proteção na mídia e nos poderes constituídos**. A reportagem

²⁵ https://brasil.elpais.com/brasil/2016/06/29/cultura/1467151863_473583.html

mostra casos de **execução** sumária de **cidadãos**, ameaças **atos típicos de esquadrões da morte**, de grupos criminosos e de regimes ditatoriais – quando as polícias são usadas para reprimir o povo, espalhar o terror e proteger os privilégios de poucos. (CA, Ano XVI, nº 185, Agosto de 2012)

(8a) No período mais feroz da Ditadura Militar (1964-1985), atuou no Estado de São Paulo o famigerado **Esquadrão da Morte** – uma organização de policiais que resolveu fazer ‘justiça’ com as próprias mãos, sob o apoio complacente das autoridades. Denunciado por corajosos promotores públicos, entre os quais Hélio Bicudo, o esquadrão da Morte foi desmascarado, mas a Ditadura aproveitou boa parte de seus integrantes na repressão política às organizações de esquerda que lutaram contra o regime. (CA, Ano XVI, nº 186, Setembro de 2012).

(8b) A impunidade promovida pela Ditadura possibilitou que no seio das polícias – Civil Militar – de vários estados, ao longo dos anos, mesmo após o fim do regime militar, tenha gerado bandos de assassinos semelhantes ao Esquadrão da Morte, ora com a denominação de “justiceiros”, “vigilantes”, “patrolheiros” e ora com nome bem apropriado de “grupos de extermínio”. Assim como no caso do Esquadrão, eles agem fora da lei, matam sumariamente pobres, negros, moradores indefesos das periferias, independentemente de terem ou não algum antecedente criminal.

A primeira expressão do fenômeno Esquadrão da Morte surgiu no Rio de Janeiro, no final dos anos 1950 e início dos anos 1960. Corresponhia a um grupo de policiais envolvidos “até o pescoço” com a criminalidade. Esses envolvidos estavam ligados a diversas atividades ilícitas:

[...] com economias criminais, como, por exemplo, o jogo do bicho, a prostituição e também o tráfico de entorpecentes, além de torturas e assassinatos. A formação de grupos de características análogas se deu em São Paulo no final dos anos 1960. O esquadrão paulista surgiu justificado numa espécie de ‘ofensiva contra o crime’ (Tomo I, parte I da Comissão da Verdade).

Nos exemplos (7a), (7b), (8a), (8b), vem juntar-se à defesa do igualitarismo no discurso de esquerda de *Caros Amigos*, a denúncia à “violência”, ao “abuso”, a “barbárie” cometida por aqueles que deveriam assegurar a proteção do cidadão brasileiro. E não apenas isso, nas sequências discursivas há o domínio memória ressentida com o passado sombrio da ditadura, e relaciona a violência policial da atualidade com a da Ditadura Militar.

Ademais, em (7b) a [grande] mídia, aliada aos poderes, aparece representada como protetora dessa truculência. Todas as vezes que a CA faz referência à violência policial, repete dizeres acerca da repressão ditatorial, remetendo a um saber dentro da formação discursiva de esquerda. A tese aí esboçada é de que a impunidade quanto aos crimes militares, no período da ditadura, fazem persistir a existência de “assassinos, semelhantes ao esquadrão da morte, sob denominações como “justiceiros”, “vigilantes”, “patrolheiros”. A comparação “assim como o Esquadrão”, tenta sustentar o argumento a favor da tese mencionada, provocar um efeito de sentido de denúncia e crítica à violência, uma rememoração sobre o abuso das forças coercitivas.

Violações dos direitos humanos no Brasil, o processo de concentração da riqueza, redução da desigualdade, Estado de Direito para todos, Segurança pública, Ditadura Militar, Condições de trabalho, a legislação de proteção aos trabalhadores, defesa do trabalhador, a imprensa entre outros: são os temas presentes nos enunciados acima e que se repetem.

D) Interdiscurso:

Acima, vimos como nos editoriais de *Caros Amigos* há certos dizeres que se repetem sobre si e o seu outro a grande mídia. Vejamos o exemplo da representação sobre si primeiramente:

(4a) O, felizmente, **prestigiado** conteúdo da revista **permanece o mesmo**, apenas ganhamos espaço para mais reportagens e **vamos estreitar invejáveis colaboradores**, a começar nesta edição com os desenhistas Voss e Hermes, inaugurando uma página dupla de quadrinhos que se completa com tiras clássicas, internacionais e nacionais, consagradas como obras de arte. (CA, ano XI, nº 121, Abril 2007)

Como não ver aí os ecos do primeiro editorial, de 1997, “uma reunião de inteligências e talentos que andam espalhados por diversos meios de comunicação” na estreia dos “invejáveis colaboradores”. Se pode perceber aí também uma espécie de autoexaltação pelo **prestigiado** conteúdo que **permanece o mesmo**. “Mesmo” este supostamente conhecido pelos leitores da *Caros Amigos*. Há nesse “permanecer o mesmo” a ilusão provocada pelo ideológico, levando enunciador e leitor a se contentarem com aquilo que se “evidencia” como aquilo que “já está aí”. O conteúdo, não muda, convence pela aparência. Trata-se aqui da memória discursiva.

Mas atenhamos à representação feita da grande mídia ou grande imprensa nos editoriais da *Caros Amigos*:

(5a) A mídia de direita tem feito um enorme carnaval com a suposta crise do Senado Federal, as maracutaias do velho oligarca José Sarney, os **eternos esquemas de corrupção** e sobre as posições dos aliados dos senadores peemedebistas no interior do atual governo²⁶. (CA, ano XIII, nº 150, setembro de 2009)

Essa representação da mídia de direita, feita por *Caros Amigos*, coloca em questão duas atividades realizadas por aquela: primeiro a realização de um **enorme carnaval** (espetacularização) com a suposta crise dos “eternos esquemas de corrupção” e as posições de aliados dos peemedebistas no atual governo; a segunda atividade da mídia, é mostrada no segundo parágrafo:

(5b) Como sempre ignora a análise mais cuidadosa do próprio desgaste ético da representação liberal-burguesa, que é importante instrumento de sustentação do sistema que privilegia o capital e **expropria continuamente** os trabalhadores. (CA, ano XIII, nº 150, setembro de 2009)

²⁶ Grifos nossos.

(6b) Depois de um mês de rigorosa apuração dos fatos, junto a integrantes da Polícia Federal, Ministério Público e Judiciário, a repórter Lúcia Rodrigues conseguiu desvendar boa parte do caso do dossiê falso montado por ex-policiais contra um diretor da Agência Nacional do Petróleo. O caso repete padrões de outros ‘escândalos’ veiculados pela grande imprensa de direita, mais precisamente a revista *Veja*, do Grupo Abril, o que comprova uma curiosa ligação entre arapongas da Ditadura Militar com determinados Jornalistas e empresas. (CA, Ano XIII, nº 152 de novembro de 2009)

Nos dois trechos do editorial acima, se pode perceber marcas de uma memória no que se refere a política brasileira (“maracutaias do velho oligarca José Sarney, os **eternos esquemas de corrupção...**) e a própria ação da mídia de direita de ignorar (**Como sempre ignora** a análise mais cuidadora do próprio desgaste ético da representação liberal-burguesa). Mas ainda, nessa própria atividade de ignorar há a de sustentação do sistema que privilegia o capitalismo e expropria **continuamente** os trabalhadores. Eternos, como sempre, continuamente, são vocábulos que expressam justamente o sentido de continuidade de determinado comportamento, de determinada maneira de ser e de dizer. Trata-se aí da memória discursiva produzindo seus efeitos de sentido, ou seja, daquilo que Maingueneau chama intertextualidade externa ou intertextualidade interna²⁷.

A intertextualidade interna, citação dos discursos anteriores do mesmo campo, pode ser vista no terceiro parágrafo de editorial 150 de *Caros Amigos*:

(6a) Num país em que a maior parte do Judiciário atua em sintonia com os interesses das elites dominantes, a juíza Kenarik Boujikian Felipe, do fórum criminal de São Paulo, é uma grata exceção. Na entrevista que deu para a equipe de *Caros Amigos*, ela tratou vários assuntos delicados com muita **sensibilidade e serenidade**. Deu um show de visão humanista e de compromisso com os mais pobres e discriminados na sociedade. Falou sobre a situação das mulheres presas, o perfil dos jovens “criminosos” que passam pelos tribunais, as vítimas da violência e as práticas da tortura largamente utilizadas pelos agentes do Estado. Kenarik não separa os males da Ditadura Civil Militar (1964-1985) das atuais violações dos direitos humanos no Brasil. (CA, Ano XIII, nº 152 de novembro de 2009)

(6c) A entrevista da historiadora e professora Virgínia Fontes, da Universidade Federal Fluminense, para a revista *Caros Amigos*, **procura suprir**, em análise aprofundada, exatamente os aspectos **mais candentes do jogo político** e os **interesses nem sempre revelados** daqueles que lucram com o processo de concentração da riqueza.

Trata-se do mesmo editorial, e da recorrência a duas autoridades; refere-se a sua “procura” em “suprir” os aspectos candentes do jogo político e os “interesses nem sempre revelados daqueles que lucram com o processo de concentração de riqueza”. Mas uma vez, a referência a violência policial se faz presente. Só que dessa vez à tese mencionada no início

²⁷ Diz Maingueneau: “Um discurso define [...] certa relação com outros campos, segundo sejam citáveis ou não; chamaremos a isso de intertextualidade interna” (2008a, p. 78).

sobre a violência policial vem se sustentar com a menção à entrevista de uma autoridade, a juíza, a qual certos dizeres são permitidos e são passíveis de credibilidade.

Kenaric Felipe, a juíza, como “grata exceção” ao judiciário “mancomunado com as “élites dominantes”, trata os assuntos com **sensibilidade e serenidade**, “deu um show” de visão humanista e de compromisso com os mais pobres e discriminados na sociedade [o que mais quer, *Caro Leitor?* Trouxemos a juíza, uma autoridade completa por demais, serena, sensível, humanista e compromissada com os mais pobres]. Fazer menção tanto à Kenaric ou à Virgínia Fontes no editorial não se trata apenas de mostrar a participação, a contribuição da autoridade para com o discurso da revista *Caros Amigos* em relação a temas como a “a relação da Ditadura civil militar e a violação dos direitos humanos no Brasil” ou a concentração de riquezas, mas também de fazer um anúncio do produto que oferece: da mercadoria política²⁸. Pois as mídias de informação, sejam elas escritas ou televisionadas, de esquerda ou de direita possuem uma finalidade contraditória em sua essência, baseada numa dupla lógica:

[...] uma lógica *econômica* que faz com que todo organismo de informação aja como uma empresa tendo por finalidade fabricar um produto que se define pelo lugar que ocupa no mercado de troca dos bens de consumo (os meios tecnológicos acionados para fabricá-lo fazendo parte dessa lógica); e uma lógica *simbólica* que faz com que todo organismo de informação tenha por vocação participar da construção da opinião pública” (CHARAUDEAU, 2006, p. 21).

Ao mesmo tempo, tentam influenciar a esfera pública e atuar como uma empresa. No caso de *Caros Amigos* isso fica claro quando o editorial encerra: “Vale a pena conferir a visão diferenciada da *Caros Amigos*”. Trata-se também não somente de uma atitude política, jornalística, como também de um ato de venda. “Vale apenas conferir” soa como os anúncios propagandísticos nas rádios e tevês, vale apenas experimentar os nossos produtos. O leitor nesse caso também é o consumidor, mesmo que não considere isso.

3.3. O *ethos* e memória discursiva no editorial da *Caros Amigos*

Abaixo tentaremos demonstrar como ocorre o *ethos* e a memória relacionam-se a cena genérica (editorial), *Mudança e resistência*, edição de Abril, data em que *Caros Amigos* comemorava seu aniversário:

(10) a. *Caros Amigos* completa 14 anos. É bastante tempo para um publicação que **nasceu na contramão do pensamento único** e tem se dedicado ao **jornalismo crítico, independente, sem se submeter ao jogo dos poderosos e do mercado** (CA, ano XV, nº 169, Abril de 2011).

²⁸ A empresa jornalística põe no mercado um produto bem específico: a *mercadoria política*. Nesse sentido, a imprensa se caracteriza como instituição pública e privada, simultaneamente. Trata-se de um “negócio” que leva em conta os dois aspectos que a ela se relacionam, ou seja, o público (referente à esfera política) e o privado (referente à esfera empresarial) (CAMPELATO, 2005).

b. Em sua caminhada, a revista contou com a colaboração de inúmeras pessoas, profissionais ou não do jornalismo, em especial com a dedicação do jornalista Sérgio de Souza, fundador e editor por mais de dez anos. Todos **agregaram** à revista uma boa dose de **resistência**. (CA, ano XV, nº 169, Abril de 2011).

c. Reconhecida e respeitada por parcela significativa da sociedade brasileira, *Caros Amigos* passou por inúmeras **mudanças** ao longo dos anos, enfrentou crises, viveu conflitos internos e externos, e **ainda hoje persiste** em expressar uma **voz diferenciada** no ambiente editorial. (CA, ano XV, nº 169, Abril de 2011).

d. Mais uma vez a revista procura ajustar-se com o seu público, investe em reportagens e entrevistas, reforça a cobertura de questões nacionais e internacionais, com o **perfil político no campo da esquerda**. **Desde sempre** *Caros Amigos* se apresentou como a **‘a primeira à esquerda’**, que serve **para indicar a direção e agora está incorporado na capa**. (CA, ano XV, nº 169, Abril de 2011).

e. Outra reportagem aborda as ações e os danos pela poderosa indústria farmacêutica, que impõe os preços dos remédios, vende produtos vetados nos países desenvolvidos, cria doenças para aumentar o seu faturamento. Enfim, uma **denúncia corajosa e rara na imprensa brasileira**. (CA, ano XV, nº 169, Abril de 2011).

Acima, temos um número editorial de *CA* que celebra o seu décimo quarto aniversário. A escolha desse editorial deveu-se aos dois caminhos propostos por Courtine no que se refere a relação da memória com o discurso, que consiste em analisar:

a) *A repetição*. Interroga-se aqui as modalidades de constituição, no interdiscurso, das redes de formulações; a memória discursiva tomará a forma da *repetição*: “como um espaço de repetição se inscreve em um conjunto estratificado ou desnivelado de superfícies discursivas? E quais são as modalidades linguísticas dessa constituição?” (p. 237).

b) *A comemoração*. “O segundo desses caminhos conduz a estudar a representação, no espaço do imaginário em que a enunciação por um sujeito inscreve a formulação no intradiscurso, produzida pela FD do processo que a atravessa” (p. 239): uma FD do processo que a atravessa: uma FD é, para Courtine, “*um produto da história real*; e, ao mesmo tempo, *a produção de uma história fictícia*” (p. 239).

A repetição no editorial acima se encontra na maneira como o sujeito enunciador editorialista remete as referências à de si e ao seu outro e também a um tempo histórico da própria revista: “a. *Caros Amigos* completa 14 anos. É bastante tempo para um publicação que **nasceu na contramão do pensamento único** e tem se dedicado ao **jornalismo crítico, independente, sem se submeter ao jogo dos poderosos e do mercado**”.

Há uma repetição dos semas “*contramão do pensamento único*”, “*jornalismo crítico*”, “*independente*”, que levam a insubordinação do “*jogo dos poderosos e do mercado*”. A adjetivação do período em que circulou até aí a *CA* pela palavra “*bastante*”, coloca certa admiração do próprio enunciador editorialista, em que há implícita uma certa rememoração de

outras revistas com o mesmo ideal político e ideológico, mas que não permaneceram por “bastante” tempo.

Analisar essa repetição e a comemoração significa as alusões correspondentes a um modo definido da FD, pelo seu exterior: o interdiscurso, visto como repetição na ordem de uma memória. O interdiscurso produz para o sujeito enunciador o apelo e a lembrança das formulações, mas também o seu esquecimento.

É essa memória ou interdiscurso que leva o sujeito de caros a dizer, em (4), “o, felizmente, **prestigiado** conteúdo da revista **permanece o mesmo**”, mesmo que se saiba das mudanças ocorridas, ao longo do tempo, dentro da instituição jornalística; ou que traga para a adoração dos seus leitores, visto em (5b), a referência ao seu Outro (grande mídia): “**como sempre** ignora a análise mais cuidadosa do próprio desgaste ético da representação liberal-burguesa”, que sustenta o sistema, privilegia o capital e “**expropria continuamente** os trabalhadores”.

Essa atitude provoca a anulação imaginária do tempo histórico. As marcas temporais acima, usos dos advérbios de tempo (sempre, continuamente etc.) ou de equivalentes (como sempre), o presente do indicativo acompanhado de mesmo, produzem repetições, isto é, como diz Courtine (2014), *rituais discursivos da continuidade*.

Esse sujeito empírico, indivíduo real, dá lugar ao “sujeito institucionalizado, ao editorialista, que não só ‘diz’ a partir do lugar social que ocupa, mas também, ‘harmoniza’, acaba criando uma representação fictícia do passado da revista *Caros Amigos* e do seu outro, a mídia hegemônica.

Não se repetem apenas as palavras, os enunciados, ou nos termos de Maingueneau, o corpo enunciativo, as representações a respeito de si e do seu outro, mas também o *tom* com que é dito esses enunciados. Em comparação com os trechos dos editoriais apresentados anteriormente, com um *ethos* crítico, denunciante, engajado, no exemplo (10), figura um tom mais amenos, mais “apresentável”.

Nos dois parágrafos iniciais (*a.*, *b.*) se pode perceber o distanciamento do enunciador editorialista, pela dêixis de pessoa: não manifesta em *a.* “*Caros Amigos* completa 14 anos”, presente em *b.* “**em sua sua caminhada**”, no sentido de jornada, trajetória. Esse distanciamento é próprio do *ethos* apresentador jornalístico, que deve enunciar a partir daquilo que sabe sobre algo ou alguém. *Caros Amigos*, nessa apresentação ganha uma representação crítica, independente, insubmissa aos poderosos. Esse *ethos* apresentador acaba inserindo o leitor ao mundo ético de contra hegemonia da revista, à sua **caminhada de resistência**.

Nesse editorial, que comemora o aniversário da revista, traz os dizeres que remetem a história da própria CA, que busca mostrar e afirmar a preservação de uma maneira de ser através da maneira de dizer que resiste: c. “**ainda hoje persiste** em expressar uma voz **diferenciada** no ambiente editorial”, vem repetir-se, apenas reatualiza os dizeres sobre os seus objetivos iniciais do primeiro editorial: “...intenção de discutir o Brasil e o mundo de hoje de um ponto de vista original, pelo menos no que se refere ao atual mercado de publicações”.

Novamente *o ritual discursivo da continuidade*:

d. **Mais uma vez** a revista **procura ajustar-se com o seu público**, investe em reportagens e entrevistas, reforça a cobertura de questões nacionais e internacionais, com o **perfil político no campo da esquerda**. **Desde sempre** *Caros Amigos* se apresentou como a ‘**a primeira à esquerda**’, que serve **para indicar a direção e agora está incorporado na capa**. (CA, ano XV, nº 169, Abril de 2011).

Nessa edição nº 169, de CA, foi a primeira em que inseriu o slogan “a primeira à esquerda na capa”, o ritual do contínuo discursivo consiste na referência a uma postura dupla: a profissional (jornalística) e a política (à esquerda). Todas visam uma conformidade com o seu leitor. Se é “mais uma vez”, “desde sempre”, o ajuste com o público, significa, obviamente, que outras vezes está a prestar-lhe conta, mas isto é comum ao campo jornalístico, pois se trata de convencer a todo instante os seu destinatários (consumidores de mercadoria política), aspecto que se deve à pressão das lógicas econômica e simbólica.

Cumprir com essa cenografia de apresentação sobre a revista *Caros Amigos* implica numa maneira de fazer saber (sobre a sua **caminhada**, à **contramão** do **pensamento único**, e a favor do jornalismo **independente**...) e fazer o leitor sentir-se participante desse dizer sobre um mundo ético jornalístico e político da revista. O *ethos* apresentador ativado através desse corpo do enunciador de CA, se refere ao sujeito jornalístico que faz remissões ao sujeito universal da formação discursiva de esquerda ao trazer à tona as lembranças a respeito da apresentação da caminhada de resistência e de mudança da revista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tentamos dar conta, nesta pesquisa, da afirmação de Mainguenu de que o *ethos* seria o efeito da formação discursiva. Desse modo, partimos da hipótese de que, ao produzir um discurso de contra hegemonia nos seus editoriais, *Caros Amigos* construía um *ethos* de si que poderia estar certamente sob a influência de sua formação discursiva e de uma memória discursiva (um já dito) que marca sua identidade política de esquerda, frente ao destinatário (leitor/consumidor) e ao seu outro (concorrentes). Restou saber como dar tratamento ao discurso de esquerda, uma vez que se sabe de sua heterogeneidade, de não ser compacto como aparenta. Pensamos que esse discurso de esquerda da revista, ou contra hegemônico, produz um maneira de dizer, que seria abordada em termos de *ethos*.

Nosso objetivo geral foi o de compreender o *ethos discursivo* na sua relação com essa formação discursiva e a memória discursiva de esquerda da *Caros Amigos* e como manifestam o tom do discurso de contra hegemonia à grande mídia.

Ao longo dos levantamentos de dados para esta pesquisa, fomos nos dando conta da possibilidade de analisar também o processo de repetição de alguns enunciados ou a intervenção de um domínio de memória nesses editoriais da *Caros Amigos*. Tentamos abordar a formação discursiva como uma restrição semântica e como a referência a um domínio de saber de uma memória discursiva, marcada pela história, o heterogêneo. O que consistiu num embasamento teórico marcado pelo diálogo entre Dominique Mainguenu e J. J. Courtine.

Nas marcas linguísticas referentes ao campo de restrições semânticas se pode dizer que os editoriais analisados sempre estiveram numa constante remissão tanto aos autores convenientes a sua formação discursiva quanto aos outros de fora da sua formação. Nesses editoriais, a composição não faz os parágrafos discorrem sobre um tema apenas, mas seguem a hierarquia da síntese das: reportagem da capa, reportagens e suas “novidades”, dada a lógica do jornalismo de informar/vender a notícia.

Chegamos assim ao tom ideológico de esquerda, isto é, ao modo como enunciava o editorialista da *Caros Amigos*, marcado por um discurso jornalístico de si que se considera crítico e independente. Analisamos somente um editorial em termos de *ethos* do discurso onde se manifesta um *ethos* de apresentador jornalístico, em que o enunciador editorialista tenta distanciar-se da *Caros Amigos* para poder apresentá-la aos seus caros leitores entre um tempo passado e presente movimentando-se a partir de dizeres anteriores, do *ritual da repetição discursiva* sobre si e a mídia hegemônica. Isso não significa que os outros editoriais possuam o

mesmo *ethos*, na verdade existem variações, há momentos em que há um *ethos* de engajamento, do denunciante, do crítico, do publicitário, etc.

Diante disso, pode-se afirmar que os editoriais da *Caros Amigos* tornaram-se perceptíveis a multiplicidade de vozes pertencentes a esquerda e outras que vem preenchê-la, que a interação entre uma memória e o *ethos* discursivo nos levam a relação da língua e da história na produção dos sentidos. O tom do discurso de contra hegemonia, que pretendíamos analisar inicialmente a não aparece como algo dado, se constrói durante o momento da pesquisa. Não foi possível analisar todos os editoriais da *Caros Amigos* que formaram o *corpus* da pesquisa em termos de *ethos*, pois nos apareceu outra forma mais conveniente de coloca-los em funcionamento ao toma-los sob a influência da FD como restrição semânticas e como a intervenção do já dito, da memória discursiva; se tratou aqui de não abordar os dados, as informações de uma maneira exaustiva, mas nesse entrelaçamento de enunciados dispersos cronologicamente, mas que estão num processos de remissão entre si ao nos debruçarmos sobre sua historicidade e materialidade linguística.

Fazer isso, significou, portanto, entender como a partir da formação discursiva de esquerda um *ethos* discursivo nos editoriais de *Caros Amigos* emerge, o tom de contra hegemonia que já se insere nos próprios dizeres sobre si, pois enunciar significa fazer referência ao alocutário, o sujeito editorialista deixa, por vezes, intervir a voz do sujeito universal de esquerda para posicionar-se contra a grande mídia, a direita etc.; são fatos que confirmam a hipótese de que a formação discursiva e a memória discursiva levam a construção do *ethos*.

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, ROTH. *Imagens de si no discurso*. / Ruth Amossy (org.). 1. Ed., 1ª reimpressão. – São Paulo: Contexto, 2008.
- ARAÚJO, Cíntia Regina de. *A encenação enunciativa no editorial*. Edição Graphos, 2006 in: www.periodicos.ufpb.br/index.php/graphos/article/download/9505/5158
- ARAÚJO, C. B., & Silva, C. M. da. (2017). A mulher nas propagandas de cerveja: uma análise referencial. *ArReDia*, 6(10), 57–75. In: <https://doi.org/10.30612/arredia.v6i10.5950>
- AZEVEDO, Reinaldo. *A revista Caros Amigos a primeira à esquerda vai parar no ministério do trabalho por desrespeito a direitos trabalhistas e demissão de grevistas que coisa feia*. Veja, 2013: In: <https://veja.abril.com.br/coluna/reinaldo/e-a-revista-caros-amigos-a-primeira-a-esquerda-vai-parar-no-ministerio-do-trabalho-por-desrespeito-a-direitos-trabalhistas-e-demissao-de-grevistas-que-coisa-feia/>
- BALZAC, Honoré. *Os jornalistas*. Tradução: João Domenech. – Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. *Estética da criação verbal*. Tradução: Paulo Bezerra. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.
- BENVENISTE, Émile. *Problemas de linguística geral II*. Tradução: Eduardo Guimarães ... [et al]. – Campinas, SP: Pontes, 1989.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. – Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2004.
- CAMPELATO, Maria Helena Rolim. *Prefácio*. In: FONSECA (2005).
- CHAIA, Vera. *O poder da mídia*. Le mond diplomatique Brasil. – 1 de julho de 2010. In: <https://diplomatie.org.br/o-poder-da-midia/>
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. Tradução: ANgela S.M. Corrêa. – São Paulo: Contexto, 2006.
- COURTINE, Jean-Jacques. *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. – São Carlos: EdUFSCar, 2014.
- DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Tradução: Eduardo Guimarães. – Campinas, SP: Pontes, 1987, p. 161-221.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970*. Tradução: Laura Fraga de Almeida Sampaio. – São Paulo: Edições Loyola, 2014.
- _____. *Arqueologia do Saber*. Tradução: Luiz Felipe Baeta Neves. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2019.

FONSECA, Francisco César Pinto da. *O consenso forjado: a grande imprensa e a formação da agenda ultraliberal no Brasil*. – São Paulo: Editora Hucitec, 2005.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética*. – São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005.

LAKOFF, Robin. **Linguagem e lugar da mulher**. Tradução: Adriana Braga, Édison Luis Gastaldo. In: OSTERMANN, Ana Cristina, [org.]. *Linguagem, gênero, sexualidade*. – São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. – São Paulo: Cortez: 2004.

_____. *A propósito do ethos*. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2011.

_____. *Problemas de ethos*. In: *Cenas da enunciação*. Tradução: Sírio Possenti [et al.]. – São Paulo: Parábola editorial, 2008c.

_____. *Discurso e análise do discurso*. Tradução: Sírio Possenti. 1. Ed. – São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

_____. *Gênese dos discursos*. Tradução: Sírio Possenti. – São Paulo: Parábola Editorial, 2008a.

_____. *Novas tendências em análise do discurso*. Tradução: Freda Indursky. - Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 3a edição, 1997.

_____. *Variações sobre o ethos*. – Tradução: Marcos Marcionilo. 1. Ed. – São Paulo: Parábola, 2020.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *A ação dos verbos introdutórios de opinião*. In: INTERCOM – Rev. Bras. de Com. São Paulo, ano XIV, nº 64, pág. 74-92, jan/jun 1991.

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

MOTTA, Ana Raquel; POSSENTI, Sírio. *Direita e esquerda: volver!* 1ª JIED – Jornada Internacional de Estudos do Discurso, 27, 28, 29 de março de 2008. In:

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:PLPOIMXNcI8J:www.dle.uem.br/jied/pdf/DIREITA%2520E%2520ESQUERDA%2520motta%2520e%2520possenti.pdf+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>

NABUCO, Wagner. **Marcas da história: ontem e hoje**. Caros Amigos. - São Paulo, ano XXI, nº248, 2017.

ORLANDI, Eni P. *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. – 11ª Edição, Campinas, SP: Pontes Editora, 2013.

BRESSER-PEREIRA, L. C. *Esquerda nacional e empresários na América Latina*. Lua Nova, n.70. São Paulo: CEDEC, 2007 (pp.83-100).

PEREIRA, Rose Mary Ferreira. *Discurso midiático: análise retórico-jornalística do gênero editorial*. Maceió, AL, 2006.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Tradução: Eni Puccinelli Orlandi et al. – 5ª ed.- Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

_____. *Análise automática do discurso (AAD-69)*. In: GADET, Françoise. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução de Michel Pêcheux*. Tradução: Bethania S. Mariani... [et al.] – 3. Ed. – Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

PENIDO, José Márcio. *Parem o Brasil que eu quero descer*. Caros Amigos. – São Paulo, ano I, nº 1, Abril de 1997.

RIBEIRO, Leo Gilson. *As armadilhas da globalização*. Caros Amigos. – São Paulo, ano I, nº 1, Abril de 1997.

SCALZILLI, Guilherme de Camargo. *Opinião e ativismo na imprensa brasileira: um estudo sobre a revista Caros*. – Campinas, SP : [s.n.], 2015.

SOARES, Alexandre Ferrari; SELLA, Aparecida Feola; COSTA-HÜBES, Terezinha. *Maingueneau*. In: OLIVEIRA, Luciano Amaral. *Estudos do Discurso: perspectivas teóricas*. – São Paulo: Parábola Editorial, 2013.

SOUZA, Sérgio de. *Aos 10 anos, Caros Amigos continua ícone do jornalismo progressista*. Entrevista concedida a Carta Maior. Entrevistador: Verena Glass. 23 abr. 2007. Disponível em: <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia-e-Redes-Sociais/Aos-10-anos-Caros-Amigos-continua-icone-do-jornalismo-progressista/12/13139>

